

# 文化部政策宣導相關廣告執行情形月報表

109年度3月

單位：新臺幣元

項次	機關(單位)名稱	宣導類型 (平面媒體、電視媒體、廣播媒體、網路媒體)	托播對象/版次/廣告版或新聞版	宣導計畫 (主要內容)	金額	刊登及託播期間
1	人文及出版司	網路媒體	聯合新聞網	第42次中小學徵件宣傳	0 廠商加值	3月
2	藝術發展司 (藝術銀行)	FB粉絲團	貼文廣告	藝術銀行「看得見的秘密-視覺音樂的秘境探索」展覽宣傳	4,000	3月19日-4月6日
3	影視及流行音樂產業局	網路媒體	Google Banner廣告	109年度電視節目劇本創作獎徵件活動宣傳	13,500	3月31日-4月8日
4	影視及流行音樂產業局	網路媒體	Yahoo原生廣告		25,500	
5	影視及流行音樂產業局	網路媒體	Youtube Banner廣告		10,500	
6	影視及流行音樂產業局	網路媒體	Facebook 動態廣告		13,500	
7	影視及流行音樂產業局	網路媒體	Instagram 動態廣告		10,500	
8	影視及流行音樂產業局	電視媒體	台視、中視、華視、公視、民視、客家電視台及原住民電視台	109年臺灣原創流行音樂大獎徵件宣傳	0 公益託播	3月1日-3月31日
9	影視及流行音樂產業局	廣播媒體	Hit FM、馬來西亞988、新加坡933，共計204檔		53,333	3月1日-3月31日
10	影視及流行音樂產業局	網路媒體	ETtoday、Streetvoice(首頁、作品頁、電子報、貼文)		88,589	3月1日-3月31日

11	國立傳統藝術中心 (劇藝發展組)	其他媒體	誠品台大店戶外6片玻璃貼	2020戲曲藝術節旗艦製作《雨中戲臺》	200,000	1月-2月 (因結案期程延至3月提報)
12	國立傳統藝術中心 (劇藝發展組)	平面媒體	國家表演藝術中心國家兩廳院《藝文指南針》/全頁廣告	臺灣戲曲中心演出節目	60,480	3月1日-4月30日
13	國立傳統藝術中心 (劇藝發展組)	平面媒體	印刻雜誌	2020「臺灣戲曲藝術節」旗艦製作《雨中戲臺》	51,096	3月1日-3月31日
14	國立傳統藝術中心 (臺灣音樂館)	平面媒體	PAR雜誌	臺灣音樂憶像	25,000	3月1日-3月31日
15	國立臺灣交響樂團	平面媒體	藝文指南針/109年4月號/B版	19/20樂季衛武營場次音樂會宣傳(4/4、5/30、6/28)	34,560	3月
16	國立臺灣交響樂團	網路媒體	兩廳院售票網/首頁上方主視覺	【布魯克納第八】音樂會宣傳	6,400	3月
17	國立臺灣交響樂團	網路媒體	兩廳院售票網/首頁上方主視覺	【五線譜上的莎翁】音樂會宣傳	6,400	3月
18	國立臺灣交響樂團	網路媒體	兩廳院售票網/首頁上方主視覺	【酒神的盛宴】音樂會宣傳	6,400	3月
19	國立臺灣交響樂團	廣播媒體	好家庭廣播股份有限公司/ 古典音樂台/ 品牌形塑塊狀節目-照亮古典(3月)	國臺交2019/20樂季主題宣傳	49,600	3月
20	國立臺灣交響樂團	廣播媒體	好家庭廣播股份有限公司/ 古典音樂台/ 節目專訪及口播廣告	【李斯特浮士德交響曲】音樂會宣傳	30,000	1月-3月

21	國立臺灣美術館	廣播媒體	全國廣播電台	感官瑜珈	15,000	3月
22	國立臺灣美術館	平面媒體	典藏今藝術 /P.13/廣告版		14,000	3月
23	國立臺灣美術館	平面媒體	藝術家/P.3/ 廣告版		12,600	3月
24	國立臺灣美術館	平面媒體	藝術地圖 /P.4/廣告版		14,500	3月
25	國立臺灣美術館	平面媒體	藝術家/P.6/ 廣告版	2020數位藝術人才 培育補助 公開徵選	12,600	3月
26	國立臺灣美術館	平面媒體	典藏今藝術 /P.16/廣告版	對稱性破缺超科學 藝術展	14,000	3月
27	國立臺灣美術館	平面媒體	藝術家/P.3/ 廣告版		12,600	3月
28	國立新竹生活 美學館	網路媒體	非池中藝術網	109年璞玉發光-全 國藝術行銷活動徵 件	20,000	3月20日-4月18日