

## 國立傳統藝術中心110年1月辦理政策宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
國立傳統藝術中心	宣傳本中心110年展演活動案	平面媒體	110.01.01-110.12.31	營運推廣組	公務預算	傳統藝術中心業務	99,800	主計月報社	讓更多民眾藉由此宣傳能了解並參與中心各式活動	主計月刊	
國立傳統藝術中心	宣傳本中心110年傳統藝術接班人計畫等展演活動案	網路媒體 (BANNER廣告)	110.01.01-110.08.31	營運推廣組	公務預算	傳統藝術中心業務	64,000	中國藝術家協會	讓更多民眾藉由此宣傳能了解並參與中心各式活動	新網新聞網	
國立傳統藝術中心	封箱公演-歡樂除煞	網路媒體	110.01.04-110.01.17	國光劇團	公務預算	傳統藝術中心業務	6,400	國家表演藝術中心國家兩廳院	周知售票網受眾本檔演出消息	國家表演藝術中心國家兩廳院	
國立傳統藝術中心	封箱公演-歡樂除煞	網路媒體	110.01.07-110.01.17	國光劇團	公務預算	傳統藝術中心業務	23,100	維肯媒體股份有限公司	周知臉書使用者本檔演出消息	FACEBOOK	

國立臺灣交響樂團110年1月辦理政策宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
國立臺灣交響樂團	NTSO×故事工廠 《妖怪臺灣》 原創魔幻音樂劇	平面媒體	1月	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	34,560	國家表演藝術中心國家兩廳院	推廣藝文欣賞	藝文指南針/110年3月號	
國立臺灣交響樂團	《英雄的生 涯》音樂會	網路媒體	110.01.04- 110.01.10	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	6,400	國家表演藝術中心國家兩廳院	推廣藝文欣賞	OPENTIX兩廳院文化生活/首頁上方主視覺	
國立臺灣交響樂團	《英雄的生 涯》音樂會	網路媒體	110.01.04- 110.01.10	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	8,000	國家表演藝術中心國家兩廳院	推廣藝文欣賞	兩廳院售票網/首頁上方主視覺	
國立臺灣交響樂團	「貝四」與 《唐吉訶德》 音樂會	網路媒體	110.01.11- 110.01/17	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	8,000	國家表演藝術中心國家兩廳院	推廣藝文欣賞	兩廳院售票網/首頁上方主視覺	
國立臺灣交響樂團	品牌形塑NTSO 照亮古典節目 (1月)—國臺交 2020/21樂季主 題宣傳	廣播媒體	1/2、1/9、 1/16、1/23、 1/30	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	61,500	好家庭廣播股份有限公司	推廣藝文欣賞	古典音樂台	

## 國立臺灣美術館110年1月辦理政策宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
國立臺灣美術館	本館110年農曆春節期間展覽及活動行銷推廣活動擴大宣傳廣告	平面媒體	1-2月(新春及寒假期間)	教育推廣組	公務預算	美術館業務	98,000	中國時報	發行量35萬套，並含中時集團平面報刊、電子報網路、電視台宣傳)	中時新春特刊	
國立臺灣美術館	第36屆版印年畫「喜牛迎春—牛年年畫特展」雜誌廣告刊登	平面媒體	110.01.01-110.02.28	教育推廣組	公務預算	美術館業務	12,600	藝術家雜誌社	實體通路遍及全國，網路通路遍及全國，月發行量22,000份	藝術家548/P4/廣告版	