

文化部110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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
文化部	「國家文化記憶庫」入口網站、文化部貸你飛、國美館順天藏品歸鄉展盛大開幕	網路媒體	110.03.03-110.03.29	媒體公關組	公務預算	綜合規劃業務	98,000	世代傳媒股份有限公司	有助更多民眾了解該入口網站，並提高使用率；有助活動訊息露出，讓更多民眾了解活動內容。	上報新聞網	
文化部	「國家文化記憶庫」入口網站	網路媒體	110.03.03-110.04.02	媒體公關組	公務預算	綜合規劃業務	50,000	自立多媒體股份有限公司	有助更多民眾了解該入口網站，並提高使用率。	自立晚報電子報	
文化部	文創信保貸款、國美館順天藏品歸鄉展盛大開幕、2021臺灣文博會盛大開幕	網路媒體	110.03.29-110.04.23	媒體公關組	公務預算	綜合規劃業務	80,000	先驅媒體社會企業股份有限公司	有助活動訊息露出，讓更多民眾了解申請辦法及活動內容。	新頭殼新聞網	
文化部	文創信保貸款	網路媒體	110.04.01-110.04.18	媒體公關組	公務預算	綜合規劃業務	50,000	派特股份有限公司	有助活動資訊露出，讓更多民眾了解申請辦法。	派特寵媒網	
文化部	海外存珍-順天美術館藏品歸鄉展	網路媒體	110.04.07-110.04.24	媒體公關組	公務預算	綜合規劃業務	50,000	中國藝術家協會	有助活動訊息露出，讓更多民眾了解活動內容。	新網新聞網	

文化部110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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
文化部	2021臺灣文博會「Supermicro數據廟—匯聚相信的力量」4月16日強勢登場	網路媒體	110.04.16-110.04.21	文創發展司	公務預算	文化創意產業發展業務	98,000	世代傳媒有限公司	有助臺灣文博會展覽訊息露出，讓大眾更進一步了解展覽內容。	上報新聞網	
文化部	臺灣文博會展期活動	網路媒體	110.04.12-110.04.25	文創發展司	公務預算	文化創意產業發展業務	80,000	盈科泛利股份有限公司	有助臺灣文博會展覽相關訊息露出。	活動通	
文化部	臺灣文博會Get Buy線上買專區	網路媒體	110.04.12-110.04.25	文創發展司	公務預算	文化創意產業發展業務	350,000	香港商果翼科技股份有限公司台灣分公司	有助於臺灣文博會Get Buy線上買專區宣傳，提升知名度及買氣。	Pinkoi	
文化部	臺灣文博會Get Buy主題貼文	網路媒體	110.04.01-110.04.25	文創發展司	公務預算	文化創意產業發展業務	500,000	奧美廣告股份有限公司	有助於臺灣文博會Get Buy線上買專區宣傳提升知名度及買氣。	臺灣文博會FB、IG粉絲專頁	
文化部	臺灣文博會策展主題貼文	網路媒體	110.04.01-110.04.25	文創發展司	公務預算	文化創意產業發展業務	350,000	日一設計	有助臺灣文博會展覽訊息露出，讓大眾更進一步了解展覽內容。	臺灣文博會FB、IG粉絲專頁	

文化部110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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
文化部	臺灣文博會展覽資訊	網路媒體	110.04.10-110.04.25	文創發展司	公務預算	文化創意產業發展業務	0	台北市政府	有助臺灣文博會展覽相關訊息露出。	台北市政府官網Banner	公益廣告
文化部	2021臺灣文博會登場，整合線上線下商策合一展現臺灣自信，看見文化的各種可能	平面媒體	110.04.19-110.04.25	文創發展司	公務預算	文化創意產業發展業務	100,000	今周刊文化事業股份有限公司	有助臺灣文博會展覽訊息露出，讓大眾更進一步了解展覽內容。	今周刊	
文化部	臺灣文博會展覽資訊	平面媒體	110.3-4月(雙月刊)	文創發展司	公務預算	文化創意產業發展業務	0	交通部觀光局	有助臺灣文博會展覽相關訊息露出。	臺灣觀光月刊(英)展訊廣告	公益廣告
文化部	臺灣文博會展覽資訊	平面媒體	110.4-6月(季刊)	文創發展司	公務預算	文化創意產業發展業務	0	交通部觀光局	有助臺灣文博會展覽相關訊息露出。	臺灣觀光月刊(中、日、韓)展訊廣告	公益廣告
文化部	臺灣文博會展覽資訊	平面媒體	110.04.01-110.04.25	文創發展司	公務預算	文化創意產業發展業務	250,000	台灣摩菲爾國際股份有限公司	有助臺灣文博會展覽相關訊息露出。	台北捷運-圓山站大型燈箱	

文化部110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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
文化部	臺灣文博會展覽資訊	平面媒體	110.04.10-110.04.25	文創發展司	公務預算	文化創意產業發展業務	250,000	東森廣告 ETToday	有助臺灣文博會展覽相關訊息露出。	台北捷運-國父紀念館站大型壁貼	
文化部	臺灣文博會展覽資訊	電視媒體	110.03.25-110.04.25	文創發展司	公務預算	文化創意產業發展業務	0	行政院新聞傳播處	有助臺灣文博會展覽相關訊息露出。	電視廣告	公益廣告
文化部	國家攝影文化中心臺北館，開館試營運活動	電視媒體、網路媒體、平面媒體	110.04.01-110.05.20	藝術發展司	公務預算	視覺及表演藝術之策劃與發展	875,200	翁氏工作室有限公司	辦理攝影中心試營運、開幕等行銷推廣及開幕活動，增加攝影中心對大眾之能見度，並透過媒體報導介紹本館古蹟特色及展覽。	民視、漢聲廣播電台、典藏藝術、藝術家雜誌等	

## 國家鐵道博物館籌備處110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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
國家鐵道博物館籌備處	國家鐵道博物館籌備處參觀指南	平面媒體	110.04.01- 110.12.31	展覽教育及公共服務組	公務預算	國家鐵道博物館籌備業務	69,300	勝利數位設計印刷中心	印製3,000份參觀指南，於常態導覽、特約導覽等各項公共服務活動發放。	文宣品	

## 國立臺灣歷史博物館110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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
國立臺灣歷史博物館	重新開館及春節活動FB宣傳	網路媒體	110.01-110.02	公共服務組	公務預算	國立臺灣歷史博物館業務	162,000	維肯媒體股份有限公司	提升網路聲量及館場知名度	博物館臉書	
國立臺灣歷史博物館	重新開館宣傳	平面媒體	109.12-110.02	公共服務組	公務預算	國立臺灣歷史博物館業務	124,760	聯億廣告事業有限公司	加強重新開館印象及提升知名度	大臺南公車	

國立臺灣交響樂團110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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	布魯克納 第八—簡文彬與國臺交	平面媒體	4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5月號	
國立臺灣交響樂團	約翰尼·爾森/馬勒的「巨人」年輕的叛逆與驚奇	網路媒體	110.04.05-110.04.11	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	「情愛的海與象徵的海—廖國敏與國臺交」音樂會	廣播媒體	110.03-110.04	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	15,750	警察廣播電台高雄分臺	推廣藝文欣賞	警察廣播電台高雄分臺	
國立臺灣交響樂團	「情愛的海與象徵的海—廖國敏與國臺交」音樂會	廣播媒體	110.02-110.04	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	30,000	好家庭廣播股份有限公司	推廣藝文欣賞	古典音樂台	
國立臺灣交響樂團	「河海、時空的旅程—辛明峰與國臺交」音樂會	廣播媒體	110.02-110.04	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	30,000	好家庭廣播股份有限公司	推廣藝文欣賞	古典音樂台	
國立臺灣交響樂團	「小確幸的室內樂慶典I—錢汶與國臺交」音樂會	廣播媒體	110.02-110.04	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	30,000	好家庭廣播股份有限公司	推廣藝文欣賞	古典音樂台	

## 國立臺灣交響樂團110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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	「小確幸的室內樂慶典II-辛明峰與國臺交」音樂會	廣播媒體	110.02-110.04	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	30,000	好家庭廣播股份有限公司	推廣藝文欣賞	古典音樂台	
國立臺灣交響樂團	「小確幸的室內樂慶典III-陳毓襄與國臺交」音樂會	廣播媒體	110.02-110.04	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	30,000	好家庭廣播股份有限公司	推廣藝文欣賞	古典音樂台	
國立臺灣交響樂團	「小確幸的室內樂慶典IV-國臺交木管群」音樂會	廣播媒體	110.02-110.04	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	30,000	好家庭廣播股份有限公司	推廣藝文欣賞	古典音樂台	



## 國立臺灣文學館110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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
國立臺灣文學館	文學獎徵件宣傳	網路媒體	110.04.26- 110.05.02	公共服務組	公務預算	臺灣文學館業務	30,000	義聯電資訊股份有限公司	吸引更多年輕族群參加臺灣文學獎	獎金獵人	
國立臺灣文學館	文學獎徵件宣傳	網路媒體	110.04.12- 110.05.02	公共服務組	公務預算	臺灣文學館業務	3,000	義聯電資訊股份有限公司	將文學性社群使用者導入FB	社群廣告投遞	

## 國立傳統藝術中心110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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	臺灣戲曲中心演出節目-202021臺灣戲曲藝術節-榮興客家採茶劇團《花園女》	平面媒體	110.04.01-110.06.01	劇藝發展組	公務預算	傳統藝術中心業務	30,240	國家表演藝術中心國家兩廳院	每月發行量為10萬份，使藝文愛好者得知演出訊息、吸引購票	國家表演藝術中心《OPENTIX藝文指南針》5月號/全頁廣告	
國立傳統藝術中心	臺灣戲曲中心辦理之售票藝術體驗活動	平面媒體	110.04.01-110.06.01	劇藝發展組	公務預算	傳統藝術中心業務	17,640	國家表演藝術中心國家兩廳院	每月發行量為10萬份，使藝文愛好者得知演出訊息、吸引購票	國家表演藝術中心《OPENTIX藝文指南針》5月號/半頁廣告	
國立傳統藝術中心	狐仙	網路媒體	110.03.22-110.03.28	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	狐仙	網路媒體	110.03.02-110.03.15	國光劇團	公務預算	傳統藝術中心業務	110,250	維肯媒體股份有限公司	周知臉書使用者本檔演出消息	FACEBOOK、google聯播、LINE LAP	
國立傳統藝術中心	宣傳本中心本團110年度公演《慈禧與珍妃》	平面媒體	110.04.01-110.04.30	臺灣豫劇團	公務預算	傳統藝術中心業務	20,000	聯經出版事業股份有限公司	讓更多民眾藉由此宣傳能了解並參與中心本團演出	聯合文學月刊	

國立臺灣美術館110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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	展覽及活動推廣	網路媒體	110.04.22-110.06.22	教育推廣組	公務預算	美術館業務	30,000	大成行銷事業有限公司(大成報)	平均單日點閱率50萬人次	大成報/首頁banner	
國立臺灣美術館	展覽及活動推廣	網路媒體	110.04.27-110.06.27	教育推廣組	公務預算	美術館業務	30,000	大成行銷事業有限公司(勁報)	平均單日點閱率49-70萬人次	勁報/首頁banner	
國立臺灣美術館	2021藝術跨域策展案「Ethereal 逸菲蕾邐」	平面媒體	110.04.01-110.04.31	展覽組	公務預算	美術館業務	14,000	典藏今藝術雜誌社	實體通路遍及全國，網路通路遍及全國，月發行量25,000份	典藏今藝術343/P.22/雜誌廣告	

國立新竹生活美學館110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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
國立新竹生活美學館	110年璞玉發光-全國藝術行銷活動初選徵件	平面媒體	4月	推廣輔導組	公務預算	新竹生活美學館業務	120,000	黑劍電視節目製作股份有限公司	比賽初選徵件宣傳，於4/12-4/26採線上報名收件，徵選20歲以上創作者，今年共計195位報名，作品達1,170件。	藝術家雜誌4月號單頁廣告1則	
國立新竹生活美學館	110年璞玉發光-全國藝術行銷活動初選徵件	平面媒體	4月	推廣輔導組	公務預算	新竹生活美學館業務				藝術地圖4月號廣告1則	
國立新竹生活美學館	110年璞玉發光-全國藝術行銷活動初選徵件	平面媒體	4月	推廣輔導組	公務預算	新竹生活美學館業務				ARTPLUS雜誌4月號廣告1則	
國立新竹生活美學館	110年璞玉發光-全國藝術行銷活動初選徵件	網路媒體	4月	推廣輔導組	公務預算	新竹生活美學館業務	180,000			獎金獵人網站徵件資訊廣告投放一則	
國立新竹生活美學館	110年璞玉發光-全國藝術行銷活動初選徵件	網路媒體	4月	推廣輔導組	公務預算	新竹生活美學館業務				非池中藝術網徵件補助專區刊登比賽資訊廣告投放一週	

國立彰化生活美學館110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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
國立彰化生活美學館	六六信願行—2021拾得書畫篆刻三法印展	平面媒體	110.04.30	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	10,000	彰化時報社	發行量約6,000份，有助於露出展覽訊息。	彰化時報第2版十半廣告	
國立彰化生活美學館	六六信願行—2021拾得書畫篆刻三法印展	電視媒體、網路媒體	110.04.15-110.04.16	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	5,000	財團法人彰化縣公益頻道基金會	以彰化縣民為主要收視客群，有助於將展覽訊息於在地推廣。廣告同時上傳YouTube網路平台，有助於持續推廣活動理念。	第3頻道「彰化人~彰化事」節目中撥放廣告	
國立彰化生活美學館	六六信願行—2021拾得書畫篆刻三法印展	廣播媒體	110.04.30~110.05.15	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	20,000	中國廣播股份有限公司	擁有超過百分之三十以上的總收聽率，有助展覽訊息露出。	中廣流行網(FM102.1)、中廣新聞網(AM720)、中廣鄉親服務網(AM1062)	

## 國家人權博物館110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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
國家人權博物館	2021年言論自由日特展：剪出來的電影史，戰後電影審查特展	網路媒體	110.04.07-110.12.12	展示教育組	公務預算	博物館業務之推展	5,000	吳三連台灣史料基金會	觸及5萬人次	臉書	

財團法人臺灣生活美學基金會110年4月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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
財團法人臺灣生活美學基金會	虛幻生命展覽	平面媒體	110.04.01-110.04.30	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	12,600	藝術家雜誌社	發行量3萬2千本，有助推廣展演活動。	藝術家雜誌	
財團法人臺灣生活美學基金會	虛幻生命展覽	平面媒體	110.04.01-110.04.30	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	18,000	典藏雜誌社	發行量2萬5千本，有助推廣展演活動。	今藝術雜誌	
財團法人臺灣生活美學基金會	光州雙年展C-LAB台灣館	網路媒體	110.04.08-110.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	15,750	編集者新聞社	網站月流量30萬，有助推廣展演活動。	編集者新聞	
財團法人臺灣生活美學基金會	光州雙年展C-LAB台灣館	網路媒體	110.04.12-110.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	94,034	ArtReview	推廣國際藝文交流活動，提高展覽曝光度，觸及相關產業專業人士。	ArtReview	
財團法人臺灣生活美學基金會	虛幻生命展覽	網路媒體	110.04.26-110.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	84,000	維肯媒體	維肯媒體代發新聞稿，發佈十則新聞，廣泛宣傳此展資訊。	維肯媒體	