

國立傳統藝術中心110年12月辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 單位名稱 | 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4~12月系列節目(夏日生活週、看家戲、新秀舞台、戲曲夢工場) | 網路媒體(臉書廣告、Google聯播、Line Lap、YAHOO奇摩原生廣告) | 110.4.15-110.11.30 | 劇藝發展組 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 685,365 | 維肯媒體股份有限公司 | 提高臺灣戲曲中心相關系列節目宣傳聲量，促進票房販售 | 臉書、google、Line、YAHOO奇摩 | |
| 國立傳統藝術中心 | 臺灣戲曲中心1~7月系列節目(2022臺灣戲曲藝術節、2022夏日生活週) | 網路媒體(臉書廣告、Google聯播、Line Lap、YAHOO奇摩原生廣告) | 110.12.1-111.7.31 | 劇藝發展組 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 685,366 | 維肯媒體股份有限公司 | 提高臺灣戲曲中心相關系列節目宣傳聲量，促進票房販售 | 臉書、google、Line、YAHOO奇摩 | |
| 國立傳統藝術中心 | 臺灣戲曲中心演出節目-臺灣戲曲藝術節、旗艦製作《無題島》 | 平面媒體 | 111.03.01-111.3.31 | 劇藝發展組 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 60,480 | 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》1-2月、3月號/全頁廣告 | |
| 國立傳統藝術中心 | 第33屆傳藝金曲獎 | 平面媒體 | 110.12.1 ~ 111.10.22 | 劇藝發展組 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 12,000 | 中國電視事業股份有限公司 | 提高傳藝金曲獎頒獎典禮暨系列活動宣傳聲量，增進民眾關注與參與度 | 平面廣告稿 | |
| 國立傳統藝術中心 | 臺灣戲曲中心演出節目-2022看家戲 | 平面媒體 | 110.12.8 | 劇藝發展組 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 20,000 | 台灣新生報業股份有限公司 | 讓更多民眾藉由此宣傳能得知演出訊息、吸引購票 | 台灣新生報 | |
| 國立傳統藝術中心 | 第32屆傳藝金曲獎 | 網路媒體(如主題網頁、Facebook、YouTube等) | 110.7.5-110.11.30 | 劇藝發展組 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 500,000 | 中國電視事業股份有限公司 | 提高傳藝金曲獎頒獎典禮暨系列活動宣傳聲量，增進民眾關注與參與度 | 主題網頁、Facebook、YouTube | |
| 國立傳統藝術中心 | 宣傳本中心宜蘭傳藝園區展覽活動 | 網路媒體(廣編稿) | 110.12.28、110.12.30 | 營運推廣組 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 46,200 | 世代傳媒股份有限公司 | 讓更多民眾藉由此宣傳能了解並參與中心各式活動 | 上報 | |

國立傳統藝術中心110年12月辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 單位名稱 | 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 | 宣傳本中心臺灣音樂館《感謝》賴德和藝術歌曲音樂會 | 網路媒體（臉書貼文廣告） | 12/2-12/5 | 臺灣音樂館 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 13,155 | 黑劍電視節目製作股份有限公司 | 提升臉書貼文觸及率，增加音樂會宣傳貼文能見度。 | Facebook | |
| 國立傳統藝術中心 | 宣傳本中心臺灣音樂館《山之歌，海之戀》音樂會 | 網路媒體（兩廳院EDM） | 11/22、11/29 | 臺灣音樂館 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 6,000 | 黑劍電視節目製作股份有限公司 | 透過EDM發送將音樂會資訊提供給較關注藝文資訊的受眾。 | 國家表演藝術中心國家兩廳院 | |
| 國立傳統藝術中心 | 宣傳本中心臺灣音樂館《山之歌，海之戀》音樂會 | 網路媒體（Opentix Banner） | 11/29-12/05 | 臺灣音樂館 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 7,500 | 黑劍電視節目製作股份有限公司 | 於售票系統App上加強曝光，提升觀眾購票意願。 | 國家表演藝術中心國家兩廳院 | |
| 國立傳統藝術中心 | 宣傳本中心臺灣音樂館《山之歌，海之戀》音樂會 | 網路媒體（PAR官網） | 11/2-12/8 | 臺灣音樂館 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 7,500 | 黑劍電視節目製作股份有限公司 | 於藝文資訊相關網站增加音樂會資訊曝光。 | 《PAR表演藝術雜誌》官網 | |
| 國立傳統藝術中心 | 費特兒、武動三國 | 網路媒體(EDM) | 110.4.26-110.5.18 | 國光劇團 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 10,000 | 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，吸引購票。 | 國家表演藝術中心國家兩廳院 | |
| 國立傳統藝術中心 | 費特兒、鬼瘋 | 網路媒體 (opentix banner) | 110.10.11-10.24 110.11.15-11.28 | 國光劇團 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 12,800 | 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，吸引購票。 | 國家表演藝術中心國家兩廳院 | |
| 國立傳統藝術中心 | 快雪時晴、費特兒、鬼瘋 | 網路媒體 | 110.8.31-110.10.30 | 國光劇團 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 267,702 | 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、高雄捷運電台等 | |

國立傳統藝術中心110年12月辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 單位名稱 | 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 | 《慈禧與珍妃》 網路廣告費用 | 網路媒體 (BANNER廣告) | 110.12.21- 110.12.27 | 臺灣豫劇團 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 52,098 | 柯恩工作室 | 讓更多民眾藉由 此宣傳能了解並 購票觀賞臺灣豫 劇團演出 | 網頁 | |
| 國立傳統藝術中心 | 蘭若寺網站 banner設計費 (google ad) | 網路媒體 (BANNER廣告) | 111.2.1-111.2.28 | 臺灣豫劇團 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 4,800 | 靜體天心視覺設 計有限公司 | 讓更多民眾藉由 此宣傳能了解並 購票觀賞臺灣豫 劇團演出 | 網頁 | |
| 國立傳統藝術中心 | 宣傳《上美的大 灣》音樂會 | 網路媒體(網路 推介及社群經 營) | 110.11.02- 110.11.28 | 臺灣國樂團 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 160,000 | 宏得國際企業有 限公司 | 讓更多民眾藉由 此宣傳能了解並 參與本團音樂 會。 | Facebook、Line | |
| 國立傳統藝術中心 | 宣傳《春的禮 讚》音樂會 | 網路媒體(網路 推介及社群經 營) | 110.12.03- 110.12.09 | 臺灣國樂團 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 80,000 | 宏得國際企業有 限公司 | 讓更多民眾藉由 此宣傳能了解並 參與本團音樂 會。 | Facebook、Line | |
| 國立傳統藝術中心 | 宣傳《春的禮 讚》音樂會 | 網路媒體(影音 廣告) | 110.12.27- 110.12.31 | 臺灣國樂團 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 13,000 | 黑劍電視節目製 作股份有限公司 | 讓更多民眾藉由 此宣傳能了解並 參與本團音樂 會。 | Facebook | |
| 國立傳統藝術中心 | 宣傳《蓬瀛詠弄 人間戲》音樂會 | 網路媒體(新聞 宣傳片) | 110.09.01- 110.09.25 | 臺灣國樂團 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 43,000 | 宏得國際企業有 限公司 | 讓更多民眾藉由 此宣傳能了解並 參與本團音樂 會。 | Youtube | |
| 國立傳統藝術中心 | 雲端舞台 | 網路媒體(影片 上傳及頻道管 理) | 110.9.10-12.31 | 臺灣國樂團 | 公務預算 | 傳統藝術中心業務 | 64,000 | 宏得國際企業有 限公司 | 讓更多民眾藉由 此宣傳能了解並 參與本團音樂 會。 | Facebook、Line | |