

文化部110年12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	「第七屆西藏文化藝術節—一沙一世界～沙壇城藝術展」活動	廣播媒體、網路直播、電視媒體	110.11-110.12	蒙藏文化中心	公務預算	蒙藏文化中心業務	140,000	橘子音樂創意股份有限公司	1. 運用媒體宣傳，擴大宣傳觸及率及廣宣本次展演活動。 2. 110年西藏文化藝術節-沙壇城藝術展演活動，係國內首次將傳統佛教曼陀羅繪製與現代藝術表演結合之創新活動，以各種管道宣傳，推廣西藏文化藝術節品牌，體現臺灣多元文化的包容與融合力量。	1. 於台北之音以電子媒體廣播託播。 2. 網路直播(FB、YU)。 3. 電視公益託播。	
文化部	「文化部蒙藏文化館章嘉大師紀念堂常設展」	廣播媒體、網路直播、電視媒體	110.12	蒙藏文化中心	公務預算	蒙藏文化中心業務	10,760	台灣薪羅輯有限公司	運用媒體宣傳，擴大宣傳觸及率及廣宣本次展演活動。	蒙藏文化館臉書	

文化部110年12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	藝起遊博館賞工藝 五倍藝FUN送	平面媒體	110.12.07	媒體公關組	公務預算	綜合規劃業務	30,000	臺灣中華日報社股份有限公司	有助活動訊息露出，讓更多民眾了解活動內容	中華日報	
文化部	蔣中正總統與臺灣特展	平面媒體	110.12.16	媒體公關組	公務預算	綜合規劃業務	26,250	臺灣時報社股份有限公司	有助展覽資訊露出，讓更多人了解展覽內容。	臺灣時報社	
文化部	文化部臉書粉專貼文	網路媒體	110.06.16-110.12.31	媒體公關組	公務預算	綜合規劃業務	694,654	開物整合設計有限公司	有助活動訊息露出，讓更多民眾了解本部政策意涵。	文化部臉書粉專	
文化部	Taiwan+國際推廣	網路媒體	110.12	影視及流行音樂發展司	公務預算	影視及流行音樂策劃與發展	99,792	潮網科技	推廣國際影音串流平台	Taiwan+ Twitter	
文化部	Taiwan+國際推廣	網路媒體	110.12	影視及流行音樂發展司	公務預算	影視及流行音樂策劃與發展	99,800	第三人生科技股份有限公司	推廣國際影音串流平台	Taiwan+ FB/IG	
文化部	Taiwan+國際推廣	網路媒體	110.12	影視及流行音樂發展司	公務預算	影視及流行音樂策劃與發展	94,500	領客智能行銷股份有限公司	推廣國際影音串流平台	Taiwan+ Google/Youtube	

文化部110年12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	Taiwan+國際推廣	網路媒體	110.12	影視及流行音樂發展司	公務預算	影視及流行音樂策劃與發展	97,020	藍調績效數位行銷有限公司	推廣國際影音串流平台Taiwan+	FB/IG	
文化部	Taiwan+國際推廣	網路媒體	110.12	影視及流行音樂發展司	公務預算	影視及流行音樂策劃與發展	99,981	潮網科技	推廣國際影音串流平台Taiwan+	Twitter	
文化部	2021愛丁堡藝穗節臺灣季	平面媒體、網路媒體	110.05.01-110.08.29	文化交流司	公務預算	文化交流業務	1,000,000	中和創意國際有限公司	於指標性刊物及愛丁堡當地刊登投放有助推廣我國表演藝術	The List、The Fest、Out of Hand	
文化部	2021年臺灣團隊參與外亞維儂藝術節-TAIWAN POP-IN AVIGNON線上推廣計畫	網路媒體	110.05.01-110.08.31	文化交流司	公務預算	文化交流業務	1,000,000	DoubleSens Cultures	強化臺灣團隊參與外亞維儂藝術節參與效益	Youtube、LinkedIn、Facebook、法國表演藝術評論網L'Oeil d'Olivier等	
文化部	玩聚場藝術節	網路媒體	110.11.29-110.12.05	文化交流司	公務預算	文化交流業務	75,500	財團法人臺灣生活美學基金會	展訊刊登於雙北572台月台電視，有助廣泛推廣展演活動。	台北捷運月台電視	

文化部110年12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	玩聚場藝術節	網路媒體	110.12.09-110.12.31	文化交流司	公務預算	文化交流業務	105,000	財團法人臺灣生活美學基金會	網站月流量1,700萬，有助廣泛推廣展演活動。	PopDaily	
文化部	聲響藝術節	網路媒體（社群）	110.11.01-110.12.11	文化交流司	公務預算	文化交流業務	100,000	財團法人臺灣生活美學基金會	透過社群將展演活動推廣至更精準之受眾，預期曝光數約10萬。	Facebook廣告	
文化部	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.9.29-110.12.27(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	60,800	財團法人文化臺灣基金會	有效將活動訊息推廣至關心當代藝術的讀者群。	《藝術收藏+設計》雜誌11月號、《藝術家》雜誌11月號	
文化部	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	平面媒體	110.9.29-110.12.28(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	729,640	財團法人文化臺灣基金會	藉由訪問及對談的方式紀錄並深度報導本次Taiwan NOW活動，精準將訊息傳遞給關心文化的族群並創造品牌效益擴散。	VERSE雜誌12月號	
文化部	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	廣播媒體	110.9.29-110.12.29(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	90,132	財團法人文化臺灣基金會	有效運用網路廣播節目將Taiwan NOW活動訊息擴散。	VERSE Podcast	

文化部110年12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	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.9.29-110.12.30(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	253,228	財團法人文化臺灣基金會	有效運用網路媒體增加Taiwan NOW活動觸及人數。	VERSE社群及電子報	
文化部	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	平面媒體	110.9.29-110.12.31(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	80,000	財團法人文化臺灣基金會	深度報導本次臺日文化交流活動「Taiwan NOW」的概念及精神，引導讀者探討當代藝術文化層面深入議題。	典藏今藝術&投資12月號	
文化部	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.9.29-110.12.32(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	20,000	財團法人文化臺灣基金會	藉由網路媒體推波報導觸及網路使用族群並使用網頁Banner增加活動網站觸及率。	典藏ARTouch.com	
文化部	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.9.29-110.12.33(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	20,000	財團法人文化臺灣基金會	增加Taiwan NOW臉書文章觸及人數。	Taiwan NOW 臉書文章推播	
文化部	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.9.29-110.12.34(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	127,182	財團法人文化臺灣基金會	增加Taiwan NOW推特及IG觸及人數。	Taiwan NOW 推特及IG廣告	

文化部110年12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	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.9.29-110.12.35(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	135,355	財團法人文化臺灣基金會	運用雲端會場體驗報導加強日本觀眾族群宣傳。	https://www.cinra.net/	
文化部	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	電視媒體	110.9.29-110.12.36(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	202,274	財團法人文化臺灣基金會	加強日本電視觀眾族群宣傳。	Tokyo Metropolitan TV東京電視台晨間生活節目晨間生活資訊型節目「堀潤Morning Flag」周一至周五上午7-8點	
文化部	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	平面媒體	110.9.29-110.12.37(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	311,190	財團法人文化臺灣基金會	產經新聞(平面報紙)專案總策畫林曼麗董事長報導一篇,增加日本觀眾對整體活動的理解。	產經新聞(平面報紙)	

文化部110年12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	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.9.29-110.12.27(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	326,073	財團法人文化臺灣基金會	藝文生活類網路媒體Haconiwa活動報導一篇，並安排7位網路寫手參與本次專案於東京之實體活動、撰寫網路分享文章以增加觸及人次。	https://www.haconiwa-mag.com/	
文化部	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.9.29-110.12.27(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	271,260	財團法人文化臺灣基金會	網路報導一篇，增加日本觀眾對活動的理解。	https://bijutsutecho.com/	
文化部	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	平面媒體	110.9.29-110.12.27(涵蓋期程)	文化交流司	公務預算	文化交流業務	162,756	財團法人文化臺灣基金會	平面雜誌報導一篇，增加日本觀眾對活動的理解。	美術手帖	
文化部	2021年第29屆台北國際書展宣傳	平面媒體/廣播媒體/電視媒體/網路媒體	110.01.01-110.01.20	人文及出版司	公務預算	人文文學及出版業務推展與輔導	600,000	財團法人台北書展基金會	宣傳2021年第29屆台北國際書展。	facebook、google、TVBS、蘋果日報、pop Radio、台視、中視、華視、公視、原民電視台	

文化部110年12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	國家漫畫博物館籌備工作計畫	網路媒體	110.06.07- 110.11.05	人文及出版司	公務預算	人文文學及出版業務推展與輔導	160,000	維肯媒體股份有限公司	宣傳漫博館籌備計畫辦理之活動及特展，並推廣臺灣漫畫文化，曝光數約220萬、點擊數約5.5萬。	Facebook、Instagram、Google	

國家鐵道博物館籌備處110年12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	「莒光50×觀光60」回顧特展 規劃製作一批「莒光號」文創椅套	平面媒體	110.12.29- 111.12.29	行政室	公務預算	國家鐵道博物館籌備業務	875,000	廣朋商宇有限公司	藉由結合鐵道文化保存概念 平面設計圖像，實際與民眾交流。	臺灣鐵路管理局(現行正線行駛之「莒光號」列車椅套)	

國立臺灣歷史博物館110年12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	樂為世界人—臺灣文化協會百年特展	網路媒體	110.12.06-111.02.28	公共服務組	公務預算	國立臺灣歷史博物館業務	31,500	胖吉創意有限公司	超過10000觸及人數、500互動次數	蠢羊與奇怪生物 臉書粉絲頁、臺史博官方臉書粉絲頁	
國立臺灣歷史博物館	「算X命：歐洲與臺灣的占卜特展」	網路媒體	110.12.22-111.01.31	公共服務組	公務預算	國立臺灣歷史博物館業務	105,000	維肯媒體股份有限公司	預期曝光數433,334次	LINE LAP、臺史博臉書全版位(含IG)	
國立臺灣歷史博物館	國立臺灣歷史博物館參觀資訊	平面媒體	110.12.01-111.12.31	公共服務組	公務預算	國立臺灣歷史博物館業務	20,000	臺灣中華日報股份有限公司	逾15萬人次閱覽及相關資訊	中華日報生活手冊(農民曆)/廣告版(黑白半頁)	
國立臺灣歷史博物館	臺史博升格館慶系列活動—聲音採集工作坊線上直播	網路媒體	110.09.22-110.10.03 (涵蓋期程) 110.10.03 (直播時間)	公共服務組	公務預算	國立臺灣歷史博物館業務	69,300	啟點行銷有限公司	超過20,000觸及人數、500互動次數	臺史博官方臉書粉絲頁	

國立臺灣文學館110年12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	「中華日報民國111年農民曆廣告暨形象宣傳」	平面媒體	110.04.19	公共服務組	公務預算	臺灣文學館業務	70,000	「毓華傳播股份有限公司」獨家代理	曝光度提升	農民曆	
國立臺灣文學館	「2021年度常設展推廣規劃及執行」採購案	網路媒體（社群媒體）	110.7.1-110.11.30	展示教育組	公務預算	臺灣文學館業務	(559,423)	維肯媒體股份有限公司	本館常設展之曝光度提升與觀眾數增加	臉書、部落格	修正7月填列，前誤植契約價67萬8,000元。

國立臺灣交響樂團110年12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	「水邊的遐想—克里斯蒂安·阿爾明與國臺交」音樂會	廣播媒體	110.11-110.12	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	「克里斯蒂安·阿爾明，林品任/俄式的浪漫與現代」音樂會	廣播媒體	110.11-110.12	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	「NTSO講座音樂會系列『你所不知道的女性作曲家』」音樂會	廣播媒體	110.11-110.12	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	「廖國敏，林玲慧史特勞斯的優雅，浪漫與哀愁」音樂會(1/7)	廣播媒體	110.12	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	30,000	台北愛樂廣播股份有限公司	推廣藝文欣賞	台北愛樂廣播股份有限公司	
國立臺灣交響樂團	「2021NTSO臺灣青年交響樂團耶誕公益」音樂會	廣播媒體	110.12	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	30,000	正聲廣播(股)公司臺中廣播電臺	推廣藝文欣賞	正聲廣播(股)公司臺中廣播電臺	

國立臺灣交響樂團110年12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	「水邊的遐想—克里斯蒂安·阿爾明與國臺交」音樂會	網路媒體	110.11-110.12	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	39,928	維肯媒體股份有限公司	推廣藝文欣賞	Google 聯播網、Yahoo、Line Lab	
國立臺灣交響樂團	「克里斯蒂安·阿爾明，林品任/俄式的浪漫與現代」音樂會	網路媒體	110.11-110.12	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	39,928	維肯媒體股份有限公司	推廣藝文欣賞	Google 聯播網、Yahoo、Line Lab	
國立臺灣交響樂團	「馬勒第十/廖國敏與國臺交」音樂會	網路媒體	110.11-110.12	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	39,928	維肯媒體股份有限公司	推廣藝文欣賞	Google 聯播網、Yahoo、Line Lab	
國立臺灣交響樂團	NTSO 11-12月樂季系列音樂會	網路媒體	110.10-110.12	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	98,000	蘋果新聞網潭子報社	推廣藝文欣賞	蘋果新聞網(MOB-手機網、圖文新聞全國版、蘋果爽報粉絲團全國版) 大全民前衛新聞-網路新聞全國版	

國立臺灣交響樂團110年12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	「NTSO 講座音樂會系列『你所不知道的女性作曲家』」音樂會	網路媒體	110.12	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	30,000	中國藝術家協會	推廣藝文欣賞	新網新聞網	
國立臺灣交響樂團	NTSO 樂季系列音樂會(1-12月)	網路媒體	110.1-110.12	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	98,000	大成行銷事業股份有限公司	推廣藝文欣賞	勁報網路	
國立臺灣交響樂團	「馬勒第十/廖國敏與國臺交」音樂會	平面媒體	110.12	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	30,000	青年日報社	推廣藝文欣賞	青年日報	

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

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)	110.04.15-110.11.30	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夏日生活周)	網路媒體(臉書廣告、Google聯播、Line Lap、YAHOO奇摩原生廣告)	110.12.01-111.07.31	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110年12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-臺灣戲曲藝術節	平面媒體	111.01.01-111.02.28	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	110.12.01-111.10.22	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110年12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-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）	110.07.05- 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110年12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	宣傳本中心宜蘭傳藝園區展覽活動	網路媒體(廣播稿)	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	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)	110.12.02- 110.12.05	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110年12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	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）	110.11.22、110.11.29	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）	110.11.29-110.12.05	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110年12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	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)	110.11.02-110.12.08	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)	110.04.26-110.05.18	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110年12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	費特兒、鬼瘋	網路媒體 (opentix banner)	110.10.11- 110.10.24 110.11.15- 110.11.28	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	110.08.31- 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

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	《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)	111.02.01-111.02.28	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110年12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	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110年12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	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110年12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	雲端舞台	網路媒體(影片上傳及頻道管理)	110.09.10-110.12.31	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	

國立臺灣美術館110年12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	「逐鹿之海—物流、人流、海流」展覽	廣播媒體	110.12.11-111.01.15	推廣組	公務預算	美術館業務	30,000	中台灣廣播電台股份有限公司	每月約2,766萬人次流量	HitFM 91.5 中台灣廣播電台	
國立臺灣美術館	「逐鹿之海-人流、物流、海流」展覽	平面媒體	110.12.01-110.12.31	展覽組	公務預算	美術館業務	14,000	典藏雜誌社	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/內頁 / 廣告版 / p. 27	
國立臺灣美術館	「111全國美術展」徵件	平面媒體	110.12.01-110.12.31	展覽組	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/內頁 / 廣告版 / p. 2	
國立臺灣美術館	「111全國美術展」徵件	平面媒體	110.12.01-110.12.31	展覽組	公務預算	美術館業務	14,000	典藏雜誌社	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/內頁 / 廣告版 / p. 26	
國立臺灣美術館	「未至之城-2021亞洲藝術雙年展」	平面媒體	110.11.01-110.12.31	展覽組	公務預算	美術館業務	68,000	好料創意有限公司	亞太地區重要藝術刊物，為英語雙月刊形式，發行通路遍及國際地區，平均瀏覽量可觸及45,000人次	art asia pacific 11-12月號 / 2021 / 內頁 / 廣告版 / p. 95	

國立臺灣美術館110年12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	「未至之城-2021亞洲藝術雙年展」展覽	網路媒體	110.11.10-110.12.31	展覽組	公務預算	美術館業務	68,000	好料創意有限公司	國際藝文平台Ocula成立於紐西蘭，為一國際藝文線上平台，該網站平均瀏覽量可觸及100,000人次	國際藝文平台Ocula官方網站及電子報	
國立臺灣美術館	「未至之城-2021亞洲藝術雙年展」展覽	網路媒體	110.10.28-110.12.31	展覽組	公務預算	美術館業務	68,000	好料創意有限公司	燃點randian為一國際藝文線上平台，關注於亞太地區藝術文化訊息，該網站平均瀏覽量可觸及300,000人次	國際藝文平台燃點randian官方網站展訊報導	
國立臺灣美術館	「未至之城-2021亞洲藝術雙年展」展覽	平面及網路媒體	110.11.26-110.12.31	展覽組	公務預算	美術館業務	95,000	英屬蓋曼群島商家庭傳媒股份有限公司城邦分公司	實體通路遍及全國，月發行量為60,000本，網路平台流量平均觸及超過50萬人	La Vie 12月號/2021 第212期/主題文章版/p.24-25 官方網站及社群平台	

國立臺灣美術館110年12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	「未至之城-2021亞洲藝術雙年展」	廣播媒體	110.12.01-110.12.31	展覽組	公務預算	美術館業務	30,000	好家庭廣播股份有限公司	中部古典音樂廣播電台，以中部為主，收聽率高	古典音樂台	
國立臺灣美術館	「未至之城-2021亞洲藝術雙年展」	網路媒體	110.12.01-110.12.31	展覽組	公務預算	美術館業務	73,500	泰德文化創意社	提供國內外即時及深度展覽訊息，包含臉書IG及網站展訊及專文報導	Art Press 官網、官方社群媒體	

國立新竹生活美學館110年12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	「打開公會堂新見竹記憶」計畫-IC之音電台「愛上新竹」節目專訪	廣播媒體	12月	推廣輔導組	公務預算	新竹生活美學館業務	98,000	竹科廣播股份有限公司	與IC之音電台合作，於12月在電台節目「愛上新竹」介紹本館及公會堂，做為明年度新竹公會堂開幕暖身活動，節目共計4場次，由本館長官同仁及館外與談人共同受訪。	12月每周二上午10：00-11：00在IC之音電台節目「愛上新竹」撥出；首播後可隨時於網站AOD連結點聽。	

國立彰化生活美學館110年12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	放下-2021林善述作品展	平面媒體	110.12.13	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	12,000	真晨報業有限公司	該報每日發行量27萬份以上，並在全國超市同步上架，提供多樣廣告露出機會。	真晨報	
國立彰化生活美學館	靈燦潛靜—黃圻文的心藝旅程	廣播媒體	110.12.21-12.23	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	20,000	好家庭廣播股份有限公司	收聽範圍涵蓋中部地區廣播及網路線上電台，聽眾以音樂、藝文愛好者為主，切合本館活動族群，能達到宣傳效果。	古典音樂台FM97.7	
國立彰化生活美學館	放下-2021林善述作品展、2021小鎮藝術節	廣播媒體	110.12.3-12.15	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	20,000	城市廣播股份有限公司	該台提供重要國內外分眾資訊，以及都會成人流行音樂，收聽對象鎖定25-45歲族群，能將活動訊息傳達給更多元的聽眾。	城市廣播網FM92.9	

國立彰化生活美學館110年12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	靈燦潛靜—黃圻文的心藝旅程	電視媒體	110.12.20-12.22	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	20,000	新頻道有線電視股份有限公司	播放區域涵蓋彰化縣11萬用戶，透過明亮的廣宣圖卡，讓藝文看板完整呈現，讓觀眾即時接收活動訊息。	凱擘彰化04台HD	
國立彰化生活美學館	靈燦潛靜—黃圻文的心藝旅程	平面媒體	110.12.15	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	20,000	民眾日報傳播事業有限公司	該報為綜合性日報，讀者遍及全國，有助於將活動訊息傳達給更多元的聽眾。	民眾日報	
國立彰化生活美學館	放下-2021林善述作品展	廣播媒體	110.12.7-110.12.12	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)	
國立彰化生活美學館	2021小鎮藝術Youtuber 網紅出機直播2則	網路媒體(含社群媒體)	110.12.4, 3分鐘直播1次	推廣輔導組	公務預算	彰化生活美學館業務	22,800	橙希創意行銷有限公司	觸及網紅50.2萬名訂閱粉絲觀眾及1,636人點閱按讚及155筆數留言。	Logan D Beck小貝臉書及Youtuber直播	

國立彰化生活美學館110年12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	2021小鎮藝術(網路平面新聞露出10則)	網路媒體(含社群媒體)	110.11.29-110.12.5, 共10家	推廣輔導組	公務預算	彰化生活美學館業務	30,000	橙希創意行銷有限公司	全國及中彰投版網路媒體所有觀眾。	觀傳媒、滔新聞、台灣生活新聞、Hinet生活誌、Pchome新聞、台灣好報、經濟日報、雅虎新聞、南投新聞、新浪新聞	
國立彰化生活美學館	2021小鎮藝術(粉絲專頁活動期間經營管理)	網路媒體(含社群媒體)	110.11.22-110.12.24, 共50則發文數	推廣輔導組	公務預算	彰化生活美學館業務	45,000	橙希創意行銷有限公司	活動訊息公告及露出, 7,835人按讚數及8,030人追蹤。	小鎮藝術節粉絲專頁	
國立彰化生活美學館	2021小鎮藝術節(點亮新台灣)	電視媒體	111.1月份, 1集	推廣輔導組	公務預算	彰化生活美學館業務	-	橙希創意行銷有限公司	全國版電視媒體所有觀眾。	年代Much台-點亮新台灣	廠商回饋免費出機採訪
國立彰化生活美學館	放下-2021林善述作品展	廣播媒體	110.11.16-110.11.30	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	(20,000)	歡喜之聲廣播電台股份有限公司	為中部地區閩南語廣播電台, 電台定位在健康、新聞與音樂之專業頻道, 深得中部地區聽友迴響, 有助於加強推廣展覽資訊。	歡喜之聲廣播電台	查本案於4月及5月重複表達, 爰予以扣除,

國立臺南生活美學館110年12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
國立臺南生活美學館	本館形象及林智信邀請展	平面媒體	110.12.01- 111.12.31	研究發展組	公務預算	臺南生活美學館業務	31,000	臺灣中華日報社股份有限公司	實體通路遍及全國，年度農民曆發行量約10萬份	中華日報社農民曆	

國立臺灣博物館110年12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
國立臺灣博物館	最具臺味的博物館底加啦	網路媒體	110.07-110.12	教育推廣組	公務預算	博物館業務	95,287	比石硬數位行銷有限公司	至少100萬人次 曝光數	Yahoo聯播網	
國立臺灣博物館	雲之獸來了	網路媒體	110.07-110.12	教育推廣組	公務預算	博物館業務	67,463	比石硬數位行銷有限公司	至少100萬人次 曝光數	Google聯播網	
國立臺灣博物館	雲之獸來了	網路媒體	110.07-110.12	教育推廣組	公務預算	博物館業務	94,572	比石硬數位行銷有限公司	至少25萬人次 曝光數	Line AP	
國立臺灣博物館	超臺博物館精靈貼圖上架	網路媒體	110.07-110.12	教育推廣組	公務預算	博物館業務	110,013	比石硬數位行銷有限公司	至少10萬人次 曝光數	網紅IGStory	

國立臺灣博物館110年12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
國立臺灣博物館	雲之獸來了	平面媒體	110.08-110.12	教育推廣組	公務預算	博物館業務	75,012	飛白廣告	觸及約1000萬人次	誠品中山地下書街R7光盒	
國立臺灣博物館	永續年夜飯特展	網路媒體	110.11-110.12	教育推廣組	公務預算	博物館業務	30,000	豐豐文創有限公司	觸及約1萬人次	Facebook	

國家人權博物館110年12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	「國際移動人權教育線上論壇暨工作坊」	廣播媒體	110.10.20- 110.10.22	展示教育組	公務預算	博物館業務之推展	10,000	格林希爾會展事業有限公司	觸及更多對移動人權感興趣議題民眾及專業工作者	FB臉書宣傳	

財團法人國家文化藝術基金會110年12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
財團法人國家文化藝術基金會	社群媒體行銷宣傳案	網路媒體 (社群媒體)	110.10.01- 110.12.31	資源發展組	財團法人預算	其他業務支出	45,675	維肯媒體股份有限公司	曝光數166667	Facebook	

財團法人臺灣生活美學基金會110年12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	C-LAB 年度展演宣傳規劃	網路媒體	110.03.01-110.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	70,000	帝圖科技文化	網站月流量30萬，有助推廣展演活動至藝術圈受眾。	非池中藝術網	文化部補助(109保留款)
財團法人臺灣生活美學基金會	玩聚場藝術節	網路媒體	110.12.01-110.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	52,500	大智文創	刊物發行量40,000本，有助推廣展演活動。	大誌 The Big Issue	文化部補助(109保留款)
財團法人臺灣生活美學基金會	玩聚場藝術節	廣播媒體	110.12.01-110.12.12	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	21,000	台北之音電台	每月線上收聽450萬人次，有助推廣展演活動至不同受眾。	Hit FM	文化部補助(109保留款)
財團法人臺灣生活美學基金會	玩聚場藝術節	網路媒體	110.11.23-110.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	98,000	鏡電視股份有限公司	網站月流量44,000萬人次，有助推廣展演活動至不同受眾。	鏡週刊	文化部補助(109保留款)
財團法人臺灣生活美學基金會	玩聚場藝術節	平面媒體	110.12.01-110.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	18,900	商訊文化	刊物發行量27,000本，有助於對藝文有興趣之讀者推廣此活動。	新北市藝遊	文化部補助(109保留款)

財團法人臺灣生活美學基金會110年12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	玩聚場藝術節	網路媒體(社群)	110.11.11-110.12.12	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	50,000	維肯媒體	透過社群將展演活動推廣至更精準之受眾，預期曝光數約10萬。	Facebook廣告	文化部補助(109保留款)
財團法人臺灣生活美學基金會	玩聚場藝術節	網路媒體	110.11.29-110.12.05	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	82,000	東森新媒體	展訊刊登於雙北572台月台電視，有助廣泛推廣展演活動。	台北捷運月台電視	文化部補助(109保留款)
財團法人臺灣生活美學基金會	玩聚場藝術節	網路媒體	110.11.29-110.12.05	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	75,500	東森新媒體	展訊刊登於雙北572台月台電視，有助廣泛推廣展演活動。	台北捷運月台電視	文化部補助
財團法人臺灣生活美學基金會	玩聚場藝術節	網路媒體	110.12.09-110.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	105,000	數果媒體	網站月流量1,700萬，有助廣泛推廣展演活動。	PopDaily	文化部補助
財團法人臺灣生活美學基金會	聲響藝術節	網路媒體(社群)	110.11.01-110.12.11	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	100,000	維肯媒體	透過社群將展演活動推廣至更精準之受眾，預期曝光數約10萬。	Facebook廣告	文化部補助

財團法人臺灣生活美學基金會110年12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	光州雙年展C-LAB台灣館	平面媒體	110.02.01-110.02.28	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	57,750	大智文創	刊物發行人數40,000本，有助推廣展演活動。	大誌 The Big Issue	文化部補助(109保留款)
財團法人臺灣生活美學基金會	勒法利計畫展覽	廣播媒體	110.05.10-110.05.21	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	32,600	台北之音	線上廣播每月收聽人次達450萬，預期可將展訊做廣泛推播。	HitFM	
財團法人臺灣生活美學基金會	未來媒體藝術節	網路媒體	110.10.01-110.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	48,362	e-flux	e-flux為專業藝術展訊平台，於此平台刊登展訊預期對推廣展覽有助益。	e-flux	文化部補助(109保留款)
財團法人臺灣生活美學基金會	未來媒體藝術節	網路媒體	110.10.01-110.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	115,310	ART FORUM	網站瀏覽量超過830萬，預期觸及更多藝術圈專業受眾，推廣展訊有助益。	ART FORUM	文化部補助(109保留款)
財團法人臺灣生活美學基金會	未來媒體藝術節	網路媒體	110.10.01-110.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	174,722	Art News	ART NEWS數位平台總計約170萬用戶，預期觸及廣泛藝文圈受眾，推廣展訊有助益。	Art News	文化部補助(109保留款)

財團法人臺灣生活美學基金會110年12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	C-LAB 年度展演宣傳規劃	網路媒體	110.03.01-110.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	70,000	帝圖科技文化	網站月流量30萬，有助推廣展演活動至藝術圈受眾。	非池中藝術網	文化部補助(109保留款)

財團法人臺灣美術基金會110年12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
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行「Open Art Bank 剖開藝術銀行」	平面媒體	110.12.01~ 110.12.31	業務組	財團法人預算	勞務成本	30,000	藝術地圖有限公司	提高展覽曝光度，觸及相關產業專業人士，及未來潛在客群。	Artmap 藝術地圖	
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行「Open Art Bank 剖開藝術銀行」	平面媒體	110.11.10~ 110.12.09	業務組	財團法人預算	勞務成本	13,860	編集者新聞社股份有限公司	提高展覽曝光度，觸及相關產業專業人士，及未來潛在客群。	週刊編集 vol.052	
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行「Open Art Bank 剖開藝術銀行」	平面媒體	110.12.10~ 111.01.09	業務組	財團法人預算	勞務成本	85,050	編集者新聞社股份有限公司	提高展覽曝光度，觸及相關產業專業人士，及未來潛在客群。	週刊編集 vol.053	
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行「Open Art Bank 剖開藝術銀行」	網路媒體	110.12.01~ 111.02.18	業務組	財團法人預算	勞務成本	20,500	帝圖科技文化股份有限公司	提高展覽曝光度，觸及相關產業專業人士，及未來潛在客群。	非池中藝術網	

財團法人臺灣美術基金會110年12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
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行「Open Art Bank 剖開藝術銀行」	廣播媒體	110.11.30~ 永久上架	業務組	財團法人預算	勞務成本	30,000	阮璽	提高展覽、藝術銀行品牌曝光度，觸及相關產業專業人士，及未來潛在客群。	觀弱音	
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行「Open Art Bank 剖開藝術銀行」	廣播媒體	110.12.09~ 永久上架	業務組	財團法人預算	勞務成本	7,140	奇響創意有限公司	提高展覽、藝術銀行品牌曝光度，觸及一般大眾、相關產業專業人士，及未來潛在客群。	邊緣少女	

財團法人文化臺灣基金會110年12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
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.09.29-110.12.27(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	勞務成本	60,800	藝術家雜誌社	有效將活動訊息推廣至關心當代藝術的讀者群。	《藝術收藏+設計》雜誌11月號、《藝術家》雜誌11月號	文化部補助
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	平面媒體	110.09.29-110.12.28(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	勞務成本	729,640	一頁文化制作股份有限公司	藉由訪問及對談的方式紀錄並深度報導本次Taiwan NOW活動，精準將訊息傳遞給關心文化的族群並創造品牌效益擴散。	VERSE雜誌12月號	文化部補助
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	廣播媒體	110.09.29-110.12.29(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	勞務成本	90,132	一頁文化制作股份有限公司	有效運用網路廣播節目將Taiwan NOW活動訊息擴散。	VERSE Podcast	文化部補助

財團法人文化臺灣基金會110年12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
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.09.29-110.12.30(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	勞務成本	253,228	一頁文化制作股份有限公司	有效運用網路媒體增加Taiwan NOW活動觸及人數。	VERSE社群及電子報	文化部補助
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	平面媒體	110.09.29-110.12.31(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	勞務成本	80,000	典藏藝術家家庭股份有限公司	深度報導本次臺日文化交流活動「Taiwan NOW」的概念及精神，引導讀者探討當代藝術文化層面深入議題。	典藏今藝術&投資12月號	文化部補助
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.09.29-110.12.32(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	勞務成本	20,000	典藏藝術家家庭股份有限公司	藉由網路媒體推波報導觸及網路使用族群並使用網頁Banner增加活動網站觸及率。	典藏ARTouch.com	文化部補助

財團法人文化臺灣基金會110年12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
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.09.29-110.12.33(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	勞務成本	20,000	詮釋數位股份有限公司	增加Taiwan NOW臉書文章觸及人數。	Taiwan NOW臉書文章推播	文化部補助
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.09.29-110.12.34(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	勞務成本	127,182	日本社群廣告代理商BEASTAR	增加Taiwan NOW推特及IG觸及人數。	Taiwan NOW推特及IG廣告	文化部補助
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.09.29-110.12.35(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	勞務成本	135,355	日本網路媒體CINRA.NET	運用雲端會場體驗報導加強日本觀眾族群宣傳。	https://www.cinra.net/	文化部補助

財團法人文化臺灣基金會110年12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
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	電視媒體	110.09.29-110.12.36(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	勞務成本	202,274	日本行銷廣告公司OZMA PR	加強日本電視觀眾族群宣傳。	Tokyo Metropolitan TV東京電視台晨間生活節目晨間生活資訊型節目「堀潤Morning Flag」周一至周五上午7-8點	文化部補助
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	平面媒體	110.09.29-110.12.37(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	業務支出-勞務成本-國際文化交流活動計畫	311,190	日本行銷廣告公司OZMA PR	產經新聞(平面報紙)專案總策畫林曼麗董事長報導一篇,增加日本觀眾對整體活動的理解。	產經新聞(平面報紙)	文化部補助

財團法人文化臺灣基金會110年12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
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.09.29-110.12.27(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	勞務成本	326,073	日本行銷廣告公司OZMA PR	藝文生活類網路媒體 Haconiwa活動報導一篇，並安排7位網路寫手參與本次專案於東京之實體活動、撰寫網路分享文章以增加觸及人次。	https://www.haconiwa-mag.com/	文化部補助
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	網路媒體	110.09.29-110.12.27(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	勞務成本	271,260	日本「美術手帖」(母公司Culture Convenience Club)	網路報導一篇，增加日本觀眾對活動的理解。	https://bijutsutecho.com/	文化部補助
財團法人文化臺灣基金會	國際文化交流活動計畫《Taiwan NOW》專案	平面媒體	110.09.29-110.12.27(涵蓋期程)	臺日文化交流組	財團法人預算	勞務成本	162,756	日本「美術手帖」(母公司Culture Convenience Club)	平面雜誌報導一篇，增加日本觀眾對活動的理解。	美術手帖	文化部補助