

文化部111年8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	「從地方到國際、走過歷史迎向數位—國臺交深耕偏鄉音樂教育及NTSO數位音樂廳正式啟用」影片	網路媒體	111.06.20	媒體公關組	公務預算	綜合規劃業務	95,800	英傑哆股份有限公司	介紹國立臺灣交響樂團，讓更多民眾了解該團對於深耕偏鄉音樂教育及推廣古典音樂。	文化部臉書粉專	
文化部	庫柏力克特影展網路社群宣傳	網路媒體	111.07.15-111.08.12	影視及流行音樂發展司	公務預算	影視及流行音樂發展業務	80,000	跳躍創新數位媒體行銷有限公司	喜愛庫柏力克經典電影的觀眾群	Facebook	
文化部	自有場館「法國經典影展」影廳宣傳	網路媒體	111.06.15-111.07.31	影視及流行音樂發展司	公務預算	影視及流行音樂發展業務	70,350	編集者新聞社股份有限公司	觸及喜愛法國經典電影的觀眾群	《週刊編集》網路	

## 國立臺灣交響樂團111年8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	「2022 水藍與國臺交 III」	廣播媒體	111.06-111.07	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	

## 國立臺灣歷史博物館111年8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	臺史博整體宣傳企劃、2022暑期活動	網路媒體	111.07.07-111.08.15	公共服務與教育組	公務預算	博物館業務	222,900	維肯媒體股份有限公司	本館8-12月整體宣傳企劃、超過20,000曝光次數以及10,000觸及次數	臺史博官方臉書粉絲頁	

## 國立臺灣文學館111年8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	2022臺灣文學數位遊戲腳本徵選	網路媒體	111.04.01-111.04.09	研究組	公務預算	文學博物館業務	2,500	愛迪斯科科技股份有限公司	曝光：61,757次 點擊連結：886次	一般大眾、文學、遊戲等各式不同領域精英年輕人之比賽創作者	
國立臺灣文學館	2022臺灣文學數位遊戲腳本徵選	網路媒體	111.05.20-111.05.27	研究組	公務預算	文學博物館業務	2,500	愛迪斯科科技股份有限公司	曝光：52,097次 點擊連結：120次	一般大眾、文學、遊戲等各式不同領域精英年輕人之比賽創作者	
國立臺灣文學館	2022臺灣文學數位遊戲腳本徵選	網路媒體	111.04.01-111.04.10、111.04.23-111.05.01、111.05.13-111.05.16、111.06.01-111.06.11	研究組	公務預算	文學博物館業務	8,000	愛迪斯科科技股份有限公司	觸及人數：307,120人	一般大眾、文學、遊戲等各式不同領域精英年輕人之比賽創作者	
國立臺灣文學館	2022臺灣文學數位遊戲腳本徵選Q&A	網路媒體	111.06.20-111.06.24、111.06.25-111.06.28	研究組	公務預算	文學博物館業務	2,000	愛迪斯科科技股份有限公司	觸及人數：103,262人	一般大眾、文學、遊戲等各式不同領域精英年輕人之比賽創作者	

## 國立傳統藝術中心111年8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	《親情愛情鄉土情－簡上仁之歌》節目售票	網路媒體	111.06.27-111.07.03	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	5,000	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》官網	
國立傳統藝術中心	《親情愛情鄉土情－簡上仁之歌》節目售票	網路媒體	111.07.04-111.07.10	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	2,500	黑劍電視節目製作股份有限公司	於售票系統首頁增加音樂會資訊曝光。	OPENTIX首頁廣告	
國立傳統藝術中心	《親情愛情鄉土情－簡上仁之歌》節目售票	網路媒體	111.06.20-111.06.26	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	3,643	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廣告	
國立傳統藝術中心	宣傳本中心本團111年度公演《金蓮纏夢》	網路媒體	111.05.13-111.05.19、111.05.25-111.06.07	臺灣豫劇團	公務預算	傳統藝術中心業務	35,550	兩打半互動有限公司	讓更多民眾藉由此宣傳能了解並參與中心本團演出	Google聯播網網路Banner廣告	

國立臺灣美術館111年8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	臺灣兒童教育基地「你看！？」教育展	網路媒體	111.08.04-111.08.06	館長室	公務預算	美術館業務	20,000	潭子報社	網路通路遍及全國及海外，觸及率達20萬人次。	蘋果新聞網	
國立臺灣美術館	「科技幹旋·亞洲觀點」	平面媒體	111.08.01-111.08.31	展覽組	公務預算	美術館業務	12,600	藝術家雜誌社	宣傳本館科技大展，將國際交流與深度議題探討之展覽，露出於國內藝文重點平面媒體上，提高關注度與曝光機會。	藝術家雜誌/內頁/廣告版/第3頁	
國立臺灣美術館	「科技幹旋·亞洲觀點」	平面媒體	111.08.01-111.08.31	展覽組	公務預算	美術館業務	14,000	典藏雜誌社	宣傳本館科技大展，將國際交流與深度議題探討之展覽，露出於國內藝文重點平面媒體上，提高關注度與曝光機會。	典藏今藝術雜誌/內頁/廣告版/第12頁	

國立臺灣美術館111年8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	潘朵拉幻象：迴聲震盪	平面媒體	111.08.01-111.08.31	展覽組	公務預算	美術館業務	14,000	典藏雜誌社	宣傳及推廣本館U-108 SPACE跨領域展演作品「潘朵拉幻象：迴聲震盪」，以提升展演活動曝光度	典藏今藝術雜誌/內頁/廣告版/P.15	
國立臺灣美術館	埃爾溫·奧拉夫：完美時刻-未竟世界	平面媒體	111.08.01-111.08.31	展覽組	公務預算	美術館業務	14,000	典藏雜誌社	宣傳及推廣本館2022荷蘭國際重要藝術家在台個展，以提升展覽曝光度	典藏今藝術雜誌/內頁/廣告版/p.14	
國立臺灣美術館	埃爾溫·奧拉夫：完美時刻-未竟世界	平面媒體	111.08.01-111.08.31	展覽組	公務預算	美術館業務	12,600	藝術家雜誌社	宣傳及推廣本館2022荷蘭國際重要藝術家在台個展，以提升展覽曝光度	藝術家雜誌/內頁/廣告版/p.4	
國立臺灣美術館	國美館展覽及活動相關資訊	網路媒體	111.03.13-111.07.31	推廣組	公務預算	美術館業務	3,891	台灣連線股份有限公司	本館官方LINE帳號好友約700人，提供民眾本館更多展覽及活動相關資訊，增加與民眾的互動，並觸及更多潛在民眾。	本館官方LINE帳號	

國立彰化生活美學館111年8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	卦山天空音樂會	電視媒體	111.07.04-111.07.06、111.07.11-111.07.12 (共5天)	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	18,000	新頻道有線電視股份有限公司	該台播放區域涵蓋彰化縣11萬用戶，透過將藝文資訊結合有線電視之聲光、影視的宣傳方式播送，以明亮的廣宣圖卡，讓藝文看板完整呈現，讓觀眾即時接收活動訊息。	新頻道有線電視	
國立彰化生活美學館	走讀中臺灣後花園—聽老樹、老屋、部落說故事	網路媒體	111.08.02-111.08.03	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	18,000	潭子報社	藉由網路媒體，有助於吸引青年族群參加活動。	蘋果新聞網	

## 國家人權博物館111年8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	第30屆台北國際書展展覽訊息	網路媒體	111.5.22- 111.5.26	典藏研究及檔案中心	公務預算	博物館業務之推展	20,000	台灣新羅輯有限公司	達到 83,000 次曝光	facebook	

## 財團法人中央通訊社111年8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
財團法人中央通訊社	TaiwanPlus 廣告行銷	網路媒體	111.04.20	國際影音串流平台專案小組	財團法人預算	勞務成本	99,981	潮網科技股份有限公司	提升能見度及增加粉絲	Twitter國際推廣	
財團法人中央通訊社	國際影音平台APP海外推廣專案	網路媒體	111.07.25	國際影音串流平台專案小組	財團法人預算	勞務成本	700,000	水星數位科技有限公司	提升能見度及增加粉絲	海外受眾/APP下載推廣	
財團法人中央通訊社	國際影音平台APP海外推廣專案	網路媒體	111.06.30	國際影音串流平台專案小組	財團法人預算	勞務成本	1,050,000	成果行銷有限公司	提升能見度及增加粉絲	海外受眾/APP下載推廣	
財團法人中央通訊社	Jason's Table 節目推廣	網路媒體	111.07.27	國際影音串流平台專案小組	財團法人預算	勞務成本	955,500	共想行銷顧問股份有限公司	提升節目及品牌的曝光度	國內之海外人士	

財團法人臺灣美術基金會111年8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111年度作品購置徵件計畫	平面媒體	111.08.01-111.08.31	業務組	財團法人預算	勞務成本	12,600	藝術家雜誌社	提升徵件計畫曝光度與報名	《藝術家》8月號	
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行111年度作品購置徵件計畫	平面媒體	111.08.01-111.08.31	業務組	財團法人預算	勞務成本	16,000	典藏雜誌社	提升徵件計畫曝光度與報名	《典藏今藝術&投資》8月號	
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行111年度作品購置徵件計畫	網路媒體	111.08.01-111.08.31	業務組	財團法人預算	勞務成本	10,000	藝術家雜誌社	提升徵件計畫曝光度與報名	藝術家官網「徵件訊息」單元	
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行111年度作品購置徵件計畫	網路媒體	111.08.03-111.08.24	業務組	財團法人預算	勞務成本	4,000	台北數位廣告股份有限公司	提升徵件計畫曝光度與報名	藝術銀行FB粉絲頁貼文廣告	
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行111年度作品購置徵件計畫	網路媒體	111.08.22-111.08.28	業務組	財團法人預算	勞務成本	3,500	台北數位廣告股份有限公司	提升徵件計畫曝光度與報名	藝術銀行FB粉絲頁貼文廣告	
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行111年度作品購置徵件計畫	網路媒體	111.08.26-111.08.28	業務組	財團法人預算	勞務成本	1,500	台北數位廣告股份有限公司	提升徵件計畫曝光度與報名	藝術銀行FB粉絲頁貼文廣告	

## 財團法人臺灣生活美學基金會111年8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	精神跑道—空總夏藝站	網路媒體	111.07.07-111.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	275,625	巨思文化	網站月流量140萬，有助推廣展演活動。	shopping Design	
財團法人臺灣生活美學基金會	精神跑道—空總夏藝站	網路媒體	111.07.15-111.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	273,000	家庭傳媒	網站月流量200萬，有助推廣展演活動。	La Vie	
財團法人臺灣生活美學基金會	玩聚場夏日藝術節	廣播媒體	111.07.15-111.12.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	6,000	趙逸嵐	Podcast平台為新形態廣告平台，受眾年輕化，且粉絲互動率為9.2%，主要收聽族群為藝文愛好者，有助於藝文活動宣傳。	阿路巴	