

文化部111年11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	辦理羅布林卡 工藝特展媒體 宣導費-邱条影室	網路媒體	111.10.01- 111.11.12	蒙藏文化中心	公務預算	蒙藏文化中心 業務	1,000	邱条影室	紀錄本展覽佈置過程、體驗活動課程紀錄及展覽空間等，累積本中心展覽數位影音資料，並於FB粉絲專頁加強宣導展覽資訊，吸引更多族群參觀展覽。	FB	

國家鐵道博物館籌備處111年11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	《2022》鐵道文化交流論壇」	網路媒體	111.11.12	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	32,550	沃學影像工作室	透過網路直播增加參與活動人次，藉以達到推廣效益。	臉書直播	
國家鐵道博物館籌備處	「鐵道旅行展暨日月潭鐵道特展設計製作」	網路媒體	111.08.02-111.11.12	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	2,576	寅禾室內裝修有限公司	透過網路及社群媒體宣傳，增加來館參觀人次，藉以達到推廣效益。	臉書及官網	

國立臺灣交響樂團111年11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 克里斯蒂安·阿爾明與國臺交「海頓Legacy」	廣播媒體	111.10-111.11	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	35,000	南台灣之聲	推廣藝文欣賞	飛碟聯播網	
國立臺灣交響樂團	「NTSO 克里斯蒂安·阿爾明，程碩聰「海頓Classics」	廣播媒體	111.09-111.11	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 克里斯蒂安·阿爾明與國臺交「海頓Legacy」	廣播媒體	111.09-111.11	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 克里斯蒂安·阿爾明，程碩聰「海頓Classics」」、「NTSO 克里斯蒂安·阿爾明與國臺交「海頓Legacy」	網路媒體	111.01	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	25,000	潭子報社	推廣藝文欣賞	壹蘋新聞網	

國立臺灣歷史博物館111年11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	台灣人的口袋博物館	網路媒體	110.11.01-111.10.31	典藏近用組	公務預算	博物館業務	297,000	臺灣各種吧股份有限公司	共有30萬3,014觸及人數、1萬4,845互動次數	臺史博官方Instagram(IG)	
國立臺灣歷史博物館	2022館慶活動宣傳；敢與別人不一樣、原民官、臺灣鐵道旅行等重點特展開展宣傳；社群互動企劃及網路意見領袖合作露出	網路媒體	111.08.16-111.11.09	公共服務與教育組	公務預算	博物館業務	334,350	維肯媒體股份有限公司	9-11月上旬包含館慶活動宣傳、3檔特展開展宣傳、社群互動貼文企劃上線、網路意見領袖合作露出。至少超過210萬次曝光數以及超過7萬點擊數	臺史博官方臉書粉絲頁、Google 聯播網、Youtube	
國立臺灣歷史博物館	本館的敢與別人不一樣、原民官等2檔特展推廣及串聯活動宣傳	網路媒體	111.09.30-111.10.31	公共服務與教育組	公務預算	博物館業務	33,468	啟點行銷有限公司	9-10月針對2檔重點特展推廣及串連活動宣傳，至少超過9萬次曝光數	臺史博官方臉書粉絲頁、Google聯播網	
國立臺灣歷史博物館	本館營運及參觀整合資訊	平面媒體	111.11.01-111.12.31	公共服務與教育組	公務預算	博物館業務	20,000	臺灣中華日報社股份有限公司	觸及人數超過15萬用戶	中華日報生活手冊(農民曆)/廣告板(黑白半頁)	

國立傳統藝術中心111年11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	「承功-新秀舞台」及「戲曲夢工廠」演出活動宣傳	網路媒體	111.08.26-111.09.14	劇藝發展組	公務預算	傳統藝術中心業務	25,300	維肯媒體股份有限公司	拓展臺灣戲曲中心節目能見度，實際觸及數 537,384 人次。	Facebook	
國立傳統藝術中心	2022 鬥陣趣·虎獅派對活動宣傳	平面媒體	111.11.08	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了解並參與本活動。	台灣新生報	
國立傳統藝術中心	「戲曲夢工場」的造夢計畫	平面媒體	111.10.01-111.12.25	劇藝發展組	公務預算	傳統藝術中心業務	98,000	一頁文化制作股份有限公司	本宣傳將「戲曲夢工場」核心價值推向潛在觀眾，讓更多喜愛藝文者認識本計畫，除了購票觀戲之外，甚至有機會成為未來的投件參與徵選的對象。	VERSE雜誌	
國立傳統藝術中心	傳藝園區各項傳統藝術展演活動「聲動傳藝」宣傳	廣播媒體	111.08.05-111.11.11	營運推廣組	公務預算	傳統藝術中心業務	98,000	正聲廣播股份有限公司	讓更多民眾藉由此宣傳能了解並參與中心各式活動	正聲臺北調頻臺	

國立臺灣美術館111年11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	2022台灣美術雙年展－藝術家座談會	平面媒體	111.11.01-111.11.30	研究發展組	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	典藏今藝術雜誌no.362/內頁/廣告版/p.28	
國立臺灣美術館	2022在地與多元的文化論證學術研討會	平面媒體	111.11.01-111.11.30	研究發展組	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	典藏今藝術雜誌no.362/內頁/廣告版/P.31	
國立臺灣美術館	2022台灣美術雙年展－問世間，情不為何物	平面媒體	111.11.01-111.11.30	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	典藏今藝術雜誌/內頁/廣告版/p.28	
國立臺灣美術館	2022台灣美術雙年展－問世間，情不為何物	平面媒體	111.11.01-111.11.30	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	藝術家雜誌/內頁/廣告版/p.2	
國立臺灣美術館	「中華民國第二屆國際版畫雙年展」徵件宣傳	網路媒體	111.01.08-111.02.28	展覽組	公務預算	美術館業務	40,000	毅達創意實業有限公司	Google廣告，預估執行曝光量50萬以上，投放區域_台灣區	Google廣告，投放區域_台灣區	

國立彰化生活美學館111年11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	東禪韻·西勁道—廖本生油畫創作展	平面媒體	111.10.27	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	18,000	台灣新生報業股份有限公司	該報除一般生活新聞外，也為航運、報關及進出口商提供專業知能服務，發展多元，有助於將展覽訊息推廣至不同族群。	台灣新生報	
國立彰化生活美學館	全國社會組合唱比賽	廣播媒體	111.10.22-111.10.28	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	18,000	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，有助於將活動訊息推廣至青壯年族群。	城市廣播	

國立彰化生活美學館111年11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	東禪韻·西勁道—廖本生油畫創作展、水漾—曾培育風景水彩個展	廣播媒體	111.11.08- 111.11.19 111.11.12- 111.11.23	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	18,000	關懷廣播股份有限公司	為彰化在地廣播電台，聽眾以在地居民為主，節目內容生活化，有助於將展覽訊息深化推廣至地方。	關懷電台 FM91.1	

國立臺南生活美學館111年11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	兒童青少年戲劇節媒體廣告(業務宣導)	網路媒體	111.05.02-111.09.24	推廣輔導組	公務預算	臺南生活美學館業務	97,930	維肯媒體股份有限公司	網路通路，約25萬人次曝光率。	Facebook 貼文廣告、Line LAP 廣告及 Google 聯播廣告。	
國立臺南生活美學館	米香-聲音搬戲埕展(業務宣導)	平面媒體	111.12.01-112.12.31	研究發展組	公務預算	臺南生活美學館業務	35,000	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	

國家人權博物館111年11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	2022年人權藝術生活節	網路媒體	111.11.19-112.01.15	展示教育組	公務預算	博物館業務之推展	100,000	台灣文化產業發展協會	提升活動能見度	facebook	
國家人權博物館	「Ayo-Ayo! 明天應該會更好—移動人權特展」移展計畫	平面媒體	111.08.03-111.08.15	展示教育組	公務預算	博物館業務之推展	5,000	害喜影音綜藝有限公司	提升展覽能見度	更生日報	

財團法人國家文化藝術基金會111年11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	第22屆國家文藝獎PODCAST	網路媒體	111.08.15-111.10.10	資源發展組	財團法人預算	獎項業務支出	769,500	鏡好聽 鏡文學股份有限公司	以Podcast接觸不同的年輕世代族群。節目記下第22屆國家文藝獎七位得主自己的聲音故事，也邀請得主們的好友、業界評論家、跨領域合作者等來聊聊他們心目中的他，讓藝術與國家文藝獎更接近大眾。	對藝文內容、藝文圈發展，或人物故事感興趣的廣泛華語聽眾；PODCAST使用者	

財團法人臺灣生活美學基金會111年11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	極微輸入：演算音像集 超限社會 2022聲徇音樂節 FUTURE VISION LAB 2022 FUTURE VISION LAB @ 花蓮文化創意園區	網路媒體	111.06.29 111.09.22 111.10.05 111.10.05 111.11.24	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	80,000	帝國科技文化股份有限公司	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	
財團法人臺灣生活美學基金會	2022聲徇音樂節	網路媒體	111.10.07	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	30,000	典藏雜誌社	網站月流量25萬，有助推廣展演活動。	典藏ARTouch	
財團法人臺灣生活美學基金會	超限社會	網路媒體	111.10.28	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	35,000	典藏雜誌社	網站月流量25萬，有助推廣展演活動。	典藏ARTouch	
財團法人臺灣生活美學基金會	臉書廣告儲值費	網路媒體	111.11.22	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	47,149	經緯廣告股份有限公司	通過臉書社群廣告貼文推廣展演活動，以更精準數據分析受眾目標，有助於訊息傳遞。	FACEBOOK	

財團法人臺灣生活美學基金會111年11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	CREATORS 五週年	網路媒體	111.11.28	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	35,000	典藏雜誌社	網站月流量25萬，有助推廣展演活動。	典藏ARTouch	