

文化部111年10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	「島嶼江湖：武俠在臺灣」影展	網路媒體	111.01.15-111.04.24	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	79,800	鈺滿堂	委請 KOL(臉書、YouTube追蹤人數均破百萬)擔任1月15日選片指南活動主持人、撰寫推薦貼文，觸及喜愛武俠片的影迷及廣大商業電影客群	Facebook 社群平台露出-那些電影教我的事 Lessons from Movies	
文化部	第13屆臺灣國際紀錄片影展	平面媒體	111.04.20-111.05.05	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	70,000	社團法人臺灣電影文化協會	觸及喜愛藝術電影的觀眾群	光點華山電影館	
文化部	第13屆臺灣國際紀錄片影展	網路媒體	111.05.01-111.05.31	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	9,900	像群影像文化有限公司	增加臺灣國際紀錄片影展之宣傳及曝光，推廣臺灣競賽內容，邀請於臺灣競賽世界首映之導演進行影像訪談，以吸引觀眾參與影展，並製作專題網頁宣傳	一影像	

文化部111年10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	話鹿學人第13屆臺灣紀錄片影展法客電台媒體宣傳	網路媒體	111.05.06-111.05.15	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	15,750	話鹿學人有限公司	觸及紀錄片影展目標觀眾	《法客電台》Podcast專訪節目	
文化部	自有場館「法國經典影展」線上廣播宣傳	網路媒體	111.05.27-111.07.31	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	52,500	聲浪媒體科技股份有限公司	觸及喜愛法國經典電影的觀眾群	「感官一條通」Podcast宣傳委刊	
文化部	自有場館「法國經典影展」網路社群宣傳	網路媒體	111.05.21-111.07.31	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	100,000	五次圓有限公司	觸及喜愛法國經典電影的觀眾群	超粒方社群平台露出-含YouTube及Facebook	
文化部	自有場館「法國經典影展」影廳宣傳	網路媒體	111.05.27-111.06.30	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	42,900	誠品股份有限公司	觸及喜愛法國經典電影的觀眾群	「誠品電影院」影廳及網路	
文化部	自有場館「再新電影出發的時候：新電影四十年回顧展」、中心常態介紹	平面媒體	111.10.7-111.11.27	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	25,410	月初有限公司	觸及一般民眾及喜愛新電影的觀眾群	中心周邊宮燈旗、公車亭廣告玻璃貼	
文化部	天涯海角電影院公車車體宣傳	平面媒體	111.07.30-111.10.15	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	50,000	漁歌展業股份有限公司	對天涯海角電影院有興趣的觀眾群	849號公車	

文化部111年10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 Docs 海外推廣品牌宣傳	網路媒體	111.06.15-111.11.31	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	25,000	財團法人蔣見美教授文教基金會	觸及業界欲往國際發展的台灣紀錄片工作者	CCDF 華人紀錄片提案大會電子手冊廣告頁	
文化部	自有場館「當新電影映照時代：重新再出發」影廳宣傳	網路媒體	111.10.07-111.11.27	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	觸及喜愛新電影的觀眾群	《週刊編集》網路	
文化部	Taiwan Docs 台灣紀錄片新作上架宣傳	網路媒體	111.10.17-112.02.16	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	24,125	Leipziger Dok-Filmwochen GmbH	觸擊紀錄片產業專業者（片商、選片人等）	DOK Leipzig 德國萊比錫紀錄片暨動畫影展之影音平台	
文化部	網路社群宣傳	網路媒體	111.11.01-111.12.10	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	44,965	Meta Platforms Ireland Limited	觸及喜歡相關影展的觀眾群	Facebook & Instagram	
文化部	自有場館「敬永恆的時空旅人：克里斯馬克」經典回顧展	平面媒體	111.12.09-111.12.25	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	22,848	月初有限公司	觸及一般民眾及喜愛克里斯馬克電影的觀眾群	中心周邊宮燈旗、公車亭廣告玻璃貼	
文化部	機捷新莊副都心站開門廣告	平面媒體	111.10.07-111.11.27	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	350,000	東森新媒體控股股份有限公司	觸及一般民眾及喜愛新電影的觀眾群	機捷副都心站	

文化部111年10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	自有場館「再新電影出發的時候：臺灣新電影四十年回顧展」網路社群宣傳	網路媒體	111.09.16-111.11.20	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	47,619	現場再設計股份有限公司	觸及喜愛新電影的觀眾群	Facebook & Instagram	
文化部	自有場館「敬永恆的時空旅人：克里斯馬克」經典回顧展網路社群宣傳	網路媒體	111.12.09-111.12.25	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	10,000	翁煌德	請KOL撰寫推薦貼文，觸及喜愛克里斯馬克電影的觀眾群	Facebook 社群平台露出-無影無蹤	
文化部	自有場館「敬永恆的時空旅人：克里斯馬克」經典回顧展網路社群宣傳	網路媒體	111.12.09-111.12.25	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	2,716	陳建嘉	請KOL撰寫推薦貼文，觸及喜愛克里斯馬克電影的觀眾群	Facebook 社群平台露出-白色豆腐蛋糕電影日記	
文化部	自有場館「敬永恆的時空旅人：克里斯馬克」經典回顧展網路社群宣傳	網路媒體	111.12.09-111.12.25	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	1,769	林宥樺	請KOL撰寫推薦貼文，觸及喜愛克里斯馬克電影的觀眾群	Facebook 社群平台露出-Lizard的海底影院	

文化部111年10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	網路社群宣傳	網路媒體	111.05.01-111.12.25	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	99,015	有內容有限公司	觸及喜歡相關影展電影的觀眾群	《釀電影》實體雜誌2篇、網站文章8篇，同步推廣到Facebook、Instagram	
文化部	網路社群宣傳	網路媒體	111.12.01-111.12.25	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	43,987	Meta Platforms Ireland Limited	觸及喜歡相關影展的觀眾群	Facebook & Instagram	
文化部	自有場館「敬永恆的時空旅人：克里斯馬克」經典回顧展網路社群宣傳	網路媒體	111.12.09-111.12.25	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	觸及喜愛克里斯馬克電影的觀眾群	《週刊編集》網路	
文化部	自有場館「純情淚·戀愛風：台語片羅曼史」影展、中心常態介紹	平面媒體	111.12.26-112.02.28	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	25,196	月初有限公司	觸及一般民眾及喜愛台語電影的觀眾群	中心周邊宮燈旗、公車亭廣告玻璃貼	
文化部	網路社群宣傳	網路媒體	111.12.01-111.12.31	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	52,500	數位思維整合行銷有限公司	於討論區、facebook社團推廣中心品牌形象及影展活動，觸及喜歡相關影展及新莊周邊群眾	PTT、Dcard討論區、我們是新莊人、板橋新莊三重蘆洲人社團	

文化部111年10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	2022世界民族電影節	網路媒體	111.07.19-111.09.25	蒙藏文化中心	公務預算	蒙藏文化中心業務	250,000	海鵬影業有限公司	應用網路社群頻繁更新活動訊息以增加點閱率，以達廣為宣傳目的	網路宣傳(FB)設置電影節臉書專頁(含製作預告片)	
文化部	2022世界民族電影節	廣播媒體	111.09.08-111.09.22	蒙藏文化中心	公務預算	蒙藏文化中心業務	50,000	海鵬影業有限公司	增加空中訊息傳遞，普及宣傳覆蓋面，散佈多元文化理念	電臺插播50檔次、2次專訪	
文化部	英傑哆股份有限公司辦理110文化活動短片製作案(開口契約)第2期款	網路媒體	111.10.04	媒體公關組	公務預算	人文文學及出版業務推展與輔導	95,800	英傑哆股份有限公司	介紹「文化部青年創作補助計畫」成果讓更多民眾知曉，並宣傳112年度徵件畫。	文化部臉書粉專	
文化部	傅爾布莱特-台灣文化部藝文專業人才獎助計畫-112學年度徵件文宣設計採購案	網路媒體	111.06.01-111.06.14	文化交流司	公務預算	文化交流業務	5,000	拾意創合設計顧問有限公司	有助徵件資訊露出，讓更多民眾了解申請內容及方式	譯嘉傳媒有限公司(大媒體新聞網)	

文化部111年10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	TaiwanPlus 國際推廣	網路媒體	111.06.09- 111.11.30	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	16,250,000	財團法人公共電視文化事業基金會	推廣國際影音串流平台 TaiwanPlus	Youtube Twitter	

國立臺灣交響樂團111年10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 溫隆信《大地之歌》系列音樂會	廣播媒體	111.04.20	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	「諾特的神奇機器」	廣播媒體	111.09-111.10	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 2022/23 開季音樂會—水藍，王健與國臺交	廣播媒體	111.08-111.09	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	35,000	台北愛樂廣播股份有限公司	推廣藝文欣賞	台北愛樂電台	
國立臺灣交響樂團	「諾特的神奇機器」	平面媒體	111.04.20	企劃行銷組	公務預算	交響樂團業務	21,000	台灣新生報業股份有限公司	推廣藝文欣賞	台灣新生報	

國立臺灣文學館111年10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	徵件宣傳	網路媒體	111.04.18- 111.07.31	公共服務組	公務預算	文學博物館業務	79,413	義聯電資訊股份有限公司	徵件宣傳、將文學性社群使用者導入FB	獎金獵人、ACCUPASS、聯合文學雜誌、社群廣告投遞	

國立傳統藝術中心111年10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	111年南管藝術交流活動網路媒體刊登廣告費	網路媒體	111.08.14-111.08.20	營運推廣組	公務預算	傳統藝術中心業務	48,000	國風傳媒有限公司	讓更多民眾藉由此宣傳能了解並參與中心各式活動	風傳媒官網內頁BANNER	
國立傳統藝術中心	111年傳統藝術接班人駐園演出計畫及2022亞太傳統藝術節台灣新生報廣告費	平面媒體	111.09.15-111.09.30	營運推廣組	公務預算	傳統藝術中心業務	30,000	台灣新生報股份有限公司	讓更多民眾藉由此宣傳能了解並參與中心各式活動	台灣新生報	
國立傳統藝術中心	2022亞太傳統藝術節《新頭條》新聞網旅遊版廣告區刊登費	網路媒體	111.09.10-111.10.10	營運推廣組	公務預算	傳統藝術中心業務	53,200	隆豪多媒體企業社	讓更多民眾藉由此宣傳能了解並參與中心各式活動	新頭條新聞網旅遊版BANNER廣告	
國立傳統藝術中心	111年度臺灣國樂團演出《馬偕情書》音樂會	網路媒體	111.09.05-111.09.16	臺灣國樂團	公務預算	傳統藝術中心業務	27,500	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本團音樂會。	Youtube	
國立傳統藝術中心	國光劇團《優伶天子》YAHOO聯播原生廣告刊登	網路媒體	111.09.01-111.09.30	國光劇團	公務預算	傳統藝術中心業務	34,650	生洋網路股份有限公司	讓更多民眾藉由此宣傳能接收演出資訊，並購票進場觀賞演出	YAHOO新聞聯播網	
國立傳統藝術中心	《江文也的客家百年對話》臺音講堂活動宣傳	網路媒體	111.06.13-111.06.19	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	0	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	廠商加值回饋

國立傳統藝術中心111年10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	《臺灣音樂尋寶圖》親子說故事臺音講堂活動宣傳	網路媒體	111.06.25-111.07.01	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	0	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	廠商加值回饋
國立傳統藝術中心	《陳泗治逝世三十周年紀念特展》活動宣傳	平面媒體	111.07	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	0	黑劍電視節目製作股份有限公司	觸及PAR表演藝術雜誌觀眾，宣傳音樂會資訊。	PAR表演藝術雜誌	廠商加值回饋
國立傳統藝術中心	《親情愛情鄉土情－簡上仁之歌》音樂會資訊	平面媒體	111.07	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	0	黑劍電視節目製作股份有限公司	觸及PAR表演藝術雜誌觀眾，宣傳音樂會資訊。	PAR表演藝術雜誌	廠商加值回饋
國立傳統藝術中心	《親情愛情鄉土情－簡上仁之歌》音樂會資訊	廣播媒體	111.06.28	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	0	黑劍電視節目製作股份有限公司	藉由專訪使愛好音樂群眾了解音樂會規劃內容。	台北愛樂電台FM99.7	廠商加值回饋
國立傳統藝術中心	異境地球村－戲夢人生	網路媒體	111.08.15-111.08.21	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	異境地球村－人聲如戲	網路媒體	111.08.22-111.08.28	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111年10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	《客籍前輩音樂家：徐松榮與曾興魁》舊作新曲音樂會節目資訊宣傳	網路媒體	111.09.12-111.09.18	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	異境地球村—戲夢人生	網路媒體	111.08.22-111.08.28	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售票系統	
國立傳統藝術中心	異境地球村—人聲如戲	網路媒體	111.08.29-111.09.04	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售票系統	
國立傳統藝術中心	《客籍前輩音樂家：徐松榮與曾興魁》舊作新曲音樂會節目資訊宣傳	網路媒體	111.09.19-111.09.25	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售票系統	
國立傳統藝術中心	異境地球村音樂會啟售宣傳	網路媒體	111.08.01-111.08.07	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	《臺灣時代的聲音—長笛樂章》臺音講堂活動預告	網路媒體	111.08.18-111.08.14	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	0	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	廠商加值回饋
國立傳統藝術中心	《逆時針三分鐘》阿根廷探戈與臺灣經典的交織臺音講堂活動預告	網路媒體	111.8.15-21	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	0	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	廠商加值回饋

國立傳統藝術中心111年10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	異境地球村音樂會促票宣傳	網路媒體	111.08.22-111.08.28	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	《客籍前輩音樂家：徐松榮與曾興魁》舊作新曲音樂會節目資訊宣傳	網路媒體	111.09.05-111.09.11	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	《作曲家潘皇龍專場沙龍音樂會》臺音講堂活動預告	網路媒體	111.09.26-111.10.02	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	0	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	廠商加值回饋
國立傳統藝術中心	《客籍前輩音樂家：徐松榮與曾興魁》舊作新曲音樂會節目資訊宣傳	平面媒體	111.09.01	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	0	黑劍電視節目製作股份有限公司	觸及PAR表演藝術雜誌觀眾，宣傳音樂會資訊。	PAR表演藝術雜誌	廠商加值回饋
國立傳統藝術中心	《異境地球村》節目資訊宣傳	廣播媒體	111.08.23	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	0	黑劍電視節目製作股份有限公司	藉由專訪使愛好音樂群眾了解音樂會規劃內容。	台北愛樂電台	廠商加值回饋
國立傳統藝術中心	《客籍前輩音樂家：徐松榮與曾興魁》舊作新曲音樂會節目資訊宣傳	廣播媒體	111.09.21	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	0	黑劍電視節目製作股份有限公司	藉由專訪使愛好音樂群眾了解音樂會規劃內容。	台北愛樂電台	廠商加值回饋

國立臺灣美術館111年10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	時代對望—席德進百歲誕辰紀念學術研討會	平面媒體	111.09.23-111.10.31	研究發展組	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. 17	

國立彰化生活美學館111年10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	惠風樂藝—陳欽忠書法展	廣播媒體	111.05.05- 111.05.13	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	6,000	國聲廣播股份有限公司	節目以教育文化及公共服務為主，聽眾範圍涵蓋苗栗縣、台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣市，有助於將展覽資訊露出至鄰近縣市。	國聲電台	
國立彰化生活美學館	文化無障礙—讓我們看戲去	廣播媒體	111.08.04- 111.08.07	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	3,000	國聲廣播股份有限公司	節目以教育文化及公共服務為主，聽眾範圍涵蓋苗栗縣、台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣市，有助於將活動資訊露出。	國聲電台	

國立彰化生活美學館111年10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	360度玩藝術—青少年藝術探索培力營	廣播媒體	111.08.18-111.08.31	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	9,000	國聲廣播股份有限公司	節目以教育文化及公共服務為主，聽眾範圍涵蓋苗栗縣、台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣市，有助於將活動訊息露出。	國聲電台	
國立彰化生活美學館	星河綻放-吳宥錡實驗重彩作品展	廣播媒體	111.09.14-111.10.05	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	18,000	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	
國立彰化生活美學館	越實-李思樺陶藝創作展	平面媒體	111.10.04	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	18,000	民眾傳播事業有限公司	該報為綜合性日報，讀者遍及全國，曾獲新聞局頒發「最佳淨化新聞媒體獎」，有助於加強推廣展覽資訊。	民眾日報	

國立彰化生活美學館111年10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	1. 活動訊息播報：陳欽忠書法展、陳瓦木藝術創作展、李錫佳油畫展 2. 廣告播出：越實-李思樺陶藝創作展	廣播媒體	1. 111.05.08、 111.06.12、 111.07.17、 111.09.25 2. 111.10.3- 111.10.19	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	18,000	太陽廣播電台股份有限公司	該台調頻收聽範圍涵蓋大台中地區，聽眾年齡層廣泛、面向多元，有助於加強推廣展覽資訊。	太陽電台	

國立臺南生活美學館111年10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	藝術節按鈕 (業務宣導)	網路媒體	111.05.02- 111.10.02	推廣輔導組	公務預算	臺南生活美學館業務	32,000	國家表演藝術中心國家兩廳院	網路通路，約20萬人次曝光率。	國家表演藝術中心國家兩廳院官網	

財團法人國家文化藝術基金會111年10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屆國家文藝獎得獎人單元	廣播媒體	111.09.19-111.10.09	資源發展組	財團法人預算	獎項業務支出	220,000	台北愛樂廣播股份有限公司	透過簡短好聽的介紹，讓聽眾知道國家文藝獎與本屆得主，並引發聽者進一步搜尋與深度認識之可能性。	上班族、通勤族、古典音樂收聽族群、廣播族群	

財團法人臺灣生活美學基金會111年10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	111.07.28-111.09.24	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	70,000	經緯廣告股份有限公司	Facebook 廣告代理操作，通過臉書社群貼文推廣展演活動，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	2022聲徇音樂節	廣播媒體	111.09.23-111.10.04	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	36,750	台北之音廣播股份有限公司	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	FUTURE VISION LAB 2022	廣播媒體	111.09.26-111.10.07	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	36,750	台北之音廣播股份有限公司	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	2022聲徇音樂節	平面媒體	111.10.01-111.10.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	157,500	誠品生活股份有限公司	為增加展覽訊息曝光，於門市藝文場所刊登廣告，吸引人流並提高展演能見度。	誠品生活股份有限公司	
財團法人臺灣生活美學基金會	2022聲徇音樂節	平面媒體	111.10.01-111.10.31	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	37,800	昶昞影像設計有限公司	為增加展覽訊息曝光，故於市區藝文場所刊登廣告，委由配合廠商執行廣告製作。	誠品生活股份有限公司	

財團法人臺灣生活美學基金會111年10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	FUTURE VISION LAB 2022	平面媒體	111.10.03-111.10.09	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	168,000	東森新媒體控股股份有限公司	北捷整體運量超過300萬人次，故刊登車站及列車廣告預計觸及更多民眾。	台北捷運廣告	
財團法人臺灣生活美學基金會	「超限社會」展覽	網路媒體	111.10.03	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	91,875	巨思文化股份有限公司	網站月流量550萬，有助推廣展演活動。	SHOPPING DESIGN	
財團法人臺灣生活美學基金會	「超限社會」展覽	網路媒體	111.10.06	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	210,000	聯合線上股份有限公司	聯合報系紙媒品牌《500輯》，朝向新世代閱讀對象，創造貼合文化、消費、生活與自我實踐的敘事風格，預期結合網路、社群加強行銷廣度與深度。	500輯	
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	42,000	一頁文化製作股份有限公司	報導內容具有深度與影響力，臉書逾5萬人追蹤，通過網路新聞專文及社群擴散展演訊息。	VERSE	

財團法人臺灣生活美學基金會111年10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	「超限社會」展覽	平面媒體	111.10.10	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	7,875	編集者新聞社股份有限公司	總發行量4萬份，助於推廣展演活動訊息。	週刊編集	
財團法人臺灣生活美學基金會	「超限社會」展覽	網路媒體	111.09.24-111.10.24、111.10.26	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	155,925	ArtReview Ltd	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	「超限社會」展覽	網路媒體	111.09.24-111.10.24、111.10.26	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	11,817	ArtReview Ltd	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	