

文化部
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年12月

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約 名稱	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	2023 看家戲、 2023 承功新秀 舞台、2023 年 活動及推廣、 2023 年臺灣戲 曲中心非系列 性節目	112 年度臺灣 戲曲中心數位 通路媒體服務 勞務採購案	網路媒體	112.4.21- 112.12.20	劇藝發展組	總預算	傳統藝術中 心業務	250,778	維肯媒體股 份有限公司	提升節目能見度， 促進票房銷售成 長。	FACEBOOK廣告、 LINE LAP廣告、 GOOGLE連播廣 告、YAHOO原生 廣告	
國立傳統藝術中心	第34屆傳藝金 曲獎頒獎典禮	第34屆傳藝金 曲獎頒獎典禮 暨系列活動策 劃執行勞務採 購案	網路媒體、 廣播媒體、 平面媒體	112.9.5- 112.10.19	劇藝發展組	總預算	傳統藝術中 心業務	350,000	中國電視事 業股份有限 公司	宣傳傳藝金曲獎 頒獎典禮、入圍者、 加強典禮後續效應 ，增加傳藝金曲獎 曝光度、增加大眾 對傳統藝術之認 識。	Facebook、 Youtube、 Instagram、 Google、正聲廣 播、好事聯播 網、中國時報、 自由時報、聯合 報	
國立傳統藝術中心	宣傳歌仔上青- 2023 全國歌仔 戲比賽	112年傳統戲 曲競賽—歌仔 戲活動策劃執 行勞務採購案	網路媒體	111.12.30- 112.12.15	劇藝發展組	總預算	傳統藝術中 心業務	185,000	啟點行銷有 限公司	運用不同宣傳通路 ，有效吸引各目標 族群參與歌仔上青 競賽活動	Facebook廣告、 IG廣告、google GDN廣告、YT廣 告、Line廣告、 Dcard廣告	
國立傳統藝術中心	本中心112年展 演活動	本中心112年 展演活動於 「主計月刊」 刊登廣告宣傳 案	平面媒體	112年1月-12 月	營運推廣組	總預算	傳統藝術中 心業務	99,800	主計月報社	讓更多民眾藉由此 宣傳能了解並參與 中心各式活動	主計月刊	
國立傳統藝術中心	「好戲在臺」 布袋戲彩樓數 位多媒體展	本中心「好戲 在臺」布袋戲 彩樓數位多媒 體展與台灣新 生報合作案	平面媒體	112.12.27	營運推廣組	總預算	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 宣傳能了解進而參 與展覽活動	台灣新生報	

文化部
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年12月

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約 名稱	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	臺灣音樂館7場音樂會宣傳	音樂資訊平台《MUSICO音樂圈》文宣刊登採購案	網路媒體	112.9.8~112.12.18	臺灣音樂館	總預算	傳統藝術中心業務	51,000	無限音樂國際有限公司	透過音樂資訊平台《MUSICO音樂圈》文宣及網路介紹音樂會	音樂資訊平台《MUSICO音樂圈》	
國立傳統藝術中心	臺灣音樂館7場音樂會宣傳	2023年臺灣音樂館展演節目推廣勞務採購案	網路媒體	112.7.27~112.12.18	臺灣音樂館	總預算	傳統藝術中心業務	109,000	藝騰文創事業有限公司	7場音樂會之Google及Facebook(含Instagram)廣告露出，以及宣傳項目之素材	Google及Facebook(含Instagram)廣告露出	
國立傳統藝術中心	《狐仙》《魔幻雙齣》演出宣傳	《狐仙》《魔幻雙齣》演出宣傳數位廣告刊登採購	網路媒體	112.3.8~112.8.16	國光劇團	總預算	傳統藝術中心業務	99,834	維肯媒體股份有限公司	藉由臉書貼文廣告及LINE LAP廣告增加售票連結觸及率，增加演出能見度。	Facebook廣告、LINE LAP廣告	
國立傳統藝術中心	狐仙、王熙鳳CF剪輯	狐仙、王熙鳳CF剪輯	網路媒體	112.12.25~113.1.31	國光劇團	總預算	傳統藝術中心業務	54,000	小林影業有限公司	藉由CF剪輯運用於臉書貼文及其他推播中，增加售票連結觸及率，增加演出能見度。	FACEBOOK、YOUTUBE	
國立傳統藝術中心	宣傳本中心臺灣豫劇團112秋季公演公演《打金枝》《金殿抗婚》	112秋季公演公演《打金枝》《金殿抗婚》網路廣告	網路媒體	112.9.1~112.11.30	臺灣豫劇團	總預算	傳統藝術中心業務	60,000	中國藝術家協會	讓更多民眾藉由此宣傳能獲知演出信息，增加票房收益。	新網新聞網首頁廣告	

文化部
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年12月

單位：元

機關名稱	宣導項目、 標題及內容	標案/契約 名稱	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	宣傳本中心臺灣豫劇團113賀歲公演《長安花》	長安花網路廣告	網路媒體	112.11.25-112.12.14	臺灣豫劇團	總預算	傳統藝術中心業務	50,000	維達班利有限公司	讓更多民眾藉此宣傳能獲知演出信息，增加票房收益。	Google聯播網、網路Banner廣告	
國立傳統藝術中心	豫劇團《長安花》、《劈棺驚夢》演出	豫劇團《劈棺驚夢》演出刊登聯合文學月刊廣告	平面媒體	112.12.01-112.12.31	臺灣豫劇團	總預算	傳統藝術中心業務	40,000	聯經出版事業股份有限公司	提升長安花、劈棺驚夢演出訊息能見度。	聯合文學月刊	
國立傳統藝術中心	豫劇團《長安花》演出	豫劇團《長安花》演出刊登台灣新生報廣告	平面媒體	112.12.05	臺灣豫劇團	總預算	傳統藝術中心業務	20,000	台灣新生報股份有限公司	提升長安花演出訊息能見度，刊印數約9萬份。	台灣新生報	
國立傳統藝術中心	豫劇團《長安花》演出	豫劇團《長安花》演出刊播中央廣播電臺廣告	廣播媒體	112.12.16、112.12.17、112.12.21-24	臺灣豫劇團	總預算	傳統藝術中心業務	24,200	財團法人中央廣播電臺	該電臺華語網路收聽數約31萬，能提升長安花演出宣傳效果。	中央廣播電臺	
國立傳統藝術中心	《天工開樂》、《韓國音樂風情》、《魂縈夢繫》音樂會宣傳	112年度臺灣國樂團演出推介及活動執行採購案	網路媒體	112.3.9-112.12.14	臺灣國樂團	總預算	傳統藝術中心業務	140,000	正聲廣播股份有限公司	讓更多民眾藉此宣傳能了解並參與本團音樂會。	正聲廣播網站藝術評論區、FB、yahoo原生廣告、google ads廣告	
國立傳統藝術中心	《韓國音樂風情》音樂會宣傳	《韓國音樂風情》加強行銷小額採購案	網路媒體	112.12.2-112.12.8	臺灣國樂團	總預算	傳統藝術中心業務	27,000	藝騰文創事業有限公司	讓更多民眾藉此宣傳能了解並參與本團音樂會。	FB、IG	