

國立故宮博物院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
國立故宮博物院	110年南宮學院暨聖誕歲末及111年元旦活動	平面媒體	110.12.15-111.01.15	南院處	公務預算	南院教育推廣與數位服務	18,000	嘉義縣新聞記者公會	向媒體記者宣傳南院活動，營造正面形象，本專刊發行2,000本。	110年記者節專刊	
國立故宮博物院	110年南宮學院暨聖誕歲末及111年元旦活動	廣播媒體	110.12.14-110.12.31	南院處	公務預算	南院教育推廣與數位服務	6,200	也是行銷公司	介紹110年南院歲末聖誕及111年元旦活動，吸引民眾參與，本案達到2萬以上收聽人數效益。	快樂聯播網	
國立故宮博物院	110年南宮學院暨聖誕歲末及111年元旦活動	網路媒體	110.12.14-110.12.31	南院處	公務預算	南院教育推廣與數位服務	6,000	波新聞	介紹110年南院歲末聖誕及111年元旦活動，吸引民眾參與，本案達到1萬以上觸及人數效益。	波新聞	
國立故宮博物院	110年南宮學院暨聖誕歲末及111年元旦活動	網路媒體	110.12.14-110.12.31	南院處	公務預算	南院教育推廣與數位服務	8,000	芝昕工作室	介紹110年南院歲末聖誕及111年元旦活動，吸引民眾參與，本案達到1萬以上觸及人數效益。	觀傳媒	
國立故宮博物院	110年南宮學院暨聖誕歲末及111年元旦活動	網路媒體	110.12.14-110.12.31	南院處	公務預算	南院教育推廣與數位服務	6,500	台灣好報	介紹110年南院歲末聖誕及111年元旦活動，吸引民眾參與，網站介紹，達到2萬以上觸及人數效益。	台灣好報	
國立故宮博物院	110年南宮學院暨聖誕歲末及111年元旦活動	電視媒體(跑馬燈)	110.11.20-110.12.15	南院處	公務預算	南院教育推廣與數位服務	20,000	鑫傳國際多媒體科技股份有限公司	介紹110年南院歲末聖誕及111年元旦活動，吸引在地民眾參與，達到觸及人數3萬以上效益。	大揚有線電視	
國立故宮博物院	南部院區展覽宣傳	廣播媒體	110.01.20-110.12.31	南院處	公務預算	南院教育推廣與數位服務	97,500	中國廣播股份有限公司	重點介紹110年度南院「翰墨空間－故宮書畫賞析」、「人氣國寶展」等展覽，吸引民眾參與，網站介紹，整年度達到10萬以上收聽人數效益。	中廣新聞網	
國立故宮博物院	南部院區展覽及大型活動宣傳	平面媒體	110.01-110.12 (每月)	南院處	公務預算	南院教育推廣與數位服務	99,800	主計月報社	提升南院展覽及大型活動曝光度，本月刊每月發行2,950冊。	110年主計月刊	110年1月「樹-從信仰到抒情」 110年2月「導覽大廳-打開博物館、數位新體驗」 110年3月「翰墨空間－故宮書畫賞析」 110年4月「東亞茶文化」 110年5月「哈啤大進擊」2021國際博物館，博物館的未來:復甦與新象) 110年6月「人氣國寶展」 110年7月「遠方的戰爭－清宮銅版戰圖特展」 110年8月「亞洲織品展」 110年9月「2021夏日親子藝術月」 110年10月「2021故宮亞洲藝術節-印尼月」 110年11月「印尼蠟染特展」 110年12月「南宮學院聖誕派對」
國立故宮博物院	2021故宮亞洲藝術節－印尼月	平面媒體	110.09.21-110.10.31	南院處	公務預算	南院教育推廣與數位服務	300,000	玉言堂整合行銷股份有限公司	1.將旗艦活動訊息，籍實體廣告版面，擴散至中南部地區，吸引民眾到館參觀與參與活動。 2.本活動參加人數共計71,516人次。	9/17-10/31員林火車站A9版位廣告 9/17-10/31斗六車站-編號2版位廣告 9/22-10/31嘉義市垂楊路及仁愛路口戶外廣告 9/17-10/31電聯車車	
國立故宮博物院	故宮亞洲藝術節、故宮南院旅遊景點、刻石取拓展覽、南宮學院教推活動、12月聖誕相關活動	網路媒體(含社群媒體)	110.10-110.12	南院處	公務預算	南院教育推廣與數位服務	300,000	臺灣各種吧股份有限公司	google搜尋(4,975點擊、58,382曝光)、 google聯播網(154萬次曝光) Line lap(58萬次曝光)、 Facebook(5.3萬次點擊、93.8萬次曝光)、 Instagram(155萬次曝光)	google搜尋(故宮南院旅遊景點及當期展覽)、 google聯播網(故宮亞洲藝術節)、 Line lap(故宮亞洲藝術節)、 Facebook(故宮亞洲藝術節、南宮學院教推活動、12月聖誕相關活動)、 Instagram(故宮亞洲藝術節、刻石取拓展覽、南宮學院教推活動、12月聖誕相關活動)	
國立故宮博物院	聽我說文物及相關影片簡介	影片(20支)	110.07.31-110.12.15	數位資訊室	公務預算	數位教推與服務維運	93,507	青銅視覺藝術有限公司	履約期限內,20支文物影片，每支點閱數達5萬次	Facebook、Youtube	
國立故宮博物院	2021故宮童樂節	網路媒體	110.07.31-110.11.30	行銷業務處	新故宮計畫	分項計畫三「故宮整體行銷及媒宣推廣」	226,380	啟點行銷有限公司	透過全期及帶狀活動的設計與推動，提供寓教於樂、分齡分眾的教育活動及資源，搭配本院既定各項教育、文創專案，整體營造夏日故宮有趣可親的形象及氛圍，融入文物典藏於當代民眾生活脈絡，創造更多本院與民眾的連結與對話。	臉書、IG、Youtube、Google聯播網、Yahoo原生、7-11 Channel、蘋果新聞網、Accupass等廣告	

填表說明：

1. 本表係依預算法第62條之1規範，凡編列預算於平面媒體、廣播媒體、網路媒體(含社群媒體)及電視媒體辦理政策及業務宣導為填表範圍。
2. 本表所稱之財團法人，係指政府捐助基金50%以上成立之財團法人。
3. 宣導期程部分，請依委託製播宣導之涵蓋期程，並針對季內刊登(播出)時間或次數填列，如109.10.1-109.12.31(涵蓋期程)；109.10.1、109.12.1(播出時間)或2次(刊登次數)。
4. 執行單位係指各機關或國營事業之內部業務承辦單位。
5. 預算來源查填總預算、○○特別預算、國營事業、非營業特種基金或財團法人預算。
6. 預算科目部分，總預算、特別預算及政事型特種基金填至業務(工作)計畫；業權型基金填至損益表(收支餘絀表)3級科目(XX成本或XX費用)；財團法人填至收支營運表3級科目(XX支出或XX費用)。
7. 機關如有公益或廠商回饋免費廣告等補充說明，請列入備註欄表達。