

(國立故宮博物院)

媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國112年2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 |
|---------|---------------------|-----------------------------------|------|---------------------|---------|--------|-----------|---------|----------------|---|--|------|
| 國立故宮博物院 | 南部院區展覽與活動資訊 | 「112年度南部院區社群平臺經營管理暨網路廣告投放」藝文採購案 | 網路媒體 | 112.01.01-112.03.31 | 南院處 | 總預算 | 綜合規劃與推廣行銷 | 570,000 | 上晴國際開發有限公司 | 1.動態牆貼文：36則。 2.限時動態：30則。 3.曝光型廣告：97,1萬次。 4.互動導流廣告：94,854次。 5.導流轉換廣告：5,166次。 | 1. Facebook 2. Instagram 3. Google | |
| 國立故宮博物院 | 南部院區兔年新春展覽及活動 | 112年春節專刊廣告採購 | 網路媒體 | 112.01.10-112.01.31 | 南院處 | 總預算 | 綜合規劃與推廣行銷 | 50,000 | 聯合報股份有限公司 | 介紹2023故宮南院虎年新春展覽及活動，吸引民眾參觀，達到10萬以上觸及人數效益。 | 聯合新聞網 | 小額採購 |
| 國立故宮博物院 | 南部院區兔年新春展覽及活動 | 112年春節專刊廣告採購 | 平面媒體 | 112.01.10-112.02.28 | 南院處 | 總預算 | 綜合規劃與推廣行銷 | 98,000 | 中國時報文化事業股份有限公司 | 以新春特輯方式介紹2023故宮南院虎年新春展覽及活動，吸引返鄉民眾到訪參觀，紙本發行約15萬份。 | 中國時報 | 小額採購 |
| 國立故宮博物院 | 南院形象影片：翰墨空間及景泰藍展覽主題 | 臺鐵轉運站數位電視廣告檔期採購案 | 電視媒體 | 112.01.16-112.02.16 | 南院處 | 總預算 | 綜合規劃與推廣行銷 | 49,350 | 台灣鐵道廣告有限公司 | 春節連假期間，於人潮密集之高鐵台鐵捷運共構車站播放南院形象影片，吸引民眾到訪南院達到30萬以上觸及人數。 | 板橋、台中、高雄車站數位LCD | 小額採購 |
| 國立故宮博物院 | 故宮文創商品宣傳 | 109年度國立故宮博物院附設博物館商店暨網路商城服務委託經營管理案 | 網路媒體 | 112.2.01-112.02.28 | 故宮行銷業務處 | 故宮基金預算 | 推展費 | 296,255 | 台灣碩網網路娛樂股份有限公司 | 品牌及網站曝光，提升故宮文創商品曝光度與潛在客群接觸 | 1. IG/FB貼文撰寫 2. LINE@推廣 3. Google關鍵字廣告 4. Google聯播網宣傳5. FB廣告宣傳。 | |

填表說明：

1.

2.

3.

4.

5.

6.

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。

「機關名稱」應包含國營事業、基金、財團法人，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。

「標案/契約名稱」請填列政府電子採購網之「標案名稱」，倘為小額採購、行政委託及補助案件等無須刊登政府電子採購網者，則以辦理媒體政策及業務宣導相關文件（如契約等）之案名填列。

「宣導期程」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)。

「執行單位」係指各機關或國營事業之內部業務承辦單位。

「預算來源」請查填總預算、○○特別預算、國營事業、非營業特種基金或財團法人預算。

- 7. 「預算科目」屬總預算、特別預算及政事型特種基金請填至業務(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）。
- 8. 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。