

(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
國立故宮博物院	教師工作坊、創客魔幻列車巡迴	112年博物館資料智慧運用推廣服務案(NPM112008)	網路媒體	112.7.24-112.11.24	展示服務處			0	親子天下股份有限公司	露出教師工作坊及創客魔幻巡迴列車相關訊息及成果，吸引大眾報名參與。	1. 親子天下、臺灣好報、Yohoo奇摩、蕃薯藤奧丁丁新聞、Match新聞網、親子天下、PChome 2. 親子天下Facebook、翻轉教育Facebook	本宣導項目為「112年博物館資料智慧運用推廣服務案」廠商加值服務。為吸引學校師生參與教師工作坊及創客魔幻巡迴列車等活動，廠商另以新聞網及Facebook等加強宣傳效益，該採購案於112年12月結案。
國立故宮博物院	國立故宮博物院112年駐衛警察隊隊員甄試	國立故宮博物院112年駐衛警察隊隊員甄試試務工作採購案(NPM112051)	網路媒體	112.8.1-112.8.23	登錄保存處			0	松盟科技股份有限公司	宣傳112年故宮駐警隊員公開甄試一事，吸引有志之士報考，以補充駐警隊人力。	1. 112年國立故宮博物院駐衛警察隊隊員甄試網站 2. Facebook貼文 3. Google Ads 4. 松盟科技官網	本宣導項目為「國立故宮博物院112年駐衛警察隊隊員甄試試務工作採購案」廠商加值服務。為吸引人才、增加駐警隊報考人數，以補足駐警隊隊員缺額，廠商另以網站及Facebook等加強宣傳效益，該採購案於112年12月結案。

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、活動、園區	部落客撰文宣傳共4家	網路媒體	1次(刊登次數)	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	59,300	上晴國際開發有限公司	透過民眾瀏覽量較高之部落客(內容為景點、親子及展覽類型)撰寫故宮南院參訪體驗,藉此推廣南部院區,並增進南部院區於網路上之有效曝光。 1.「寶寶溫旅行親子生活」:曝光次數121,821人次。 2.「兔兒毛毛姊妹花」:文章點閱數57,878人次。 3.「莊董的生活情報讚」:文章觀看數8,208人次 4.「緹雅瑪美食旅遊趣」:文章觀看數7,574人次	(旅遊網站部落格)寶寶溫旅行親子生活兔兒毛毛姊妹花莊董的生活情報讚緹雅瑪美食旅遊趣	每位部落客各刊登1篇內容
國立故宮博物院	南部院區展覽、活動、園區	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(NPM111152)	網路媒體	112.8.1-113.1.3	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	截至112年12月底數據: 1.臉書粉絲專頁:粉絲追蹤18.6萬人,觸及量436.9萬人、互動人次45.6萬、留言數總計14,393次、分享數總計22,345次;廣告觸及量136.8萬人,廣告總曝光數439.3萬次。 2.Instagram:追蹤2.2萬人,觸及量22.7萬次。 3.Google:廣告22,593次點擊,廣告總曝光數2,531.7萬次。	Facebook、Instagram、Google	

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	故宮線上學校	112年故宮線上課程委託製作暨推廣服務案（NPM112034）	網路媒體	112.9.25-112.11.15、112.9.26-112.10.15、112.9.28-112.11.15	展示服務處				創創文化科技股份有限公司	連結KOL共同推廣，達成增加故宮線上學校會員人數3000人次，瀏覽率304,911人次。	Facebook貼文撰寫：黃光文、每天都要一起玩-STEAMxPlay親子學習社群	本宣導項目為「112年故宮線上課程委託製作暨推廣服務案」廠商加值服務。為吸引學校師生及親子團體參加故宮線上學校，廠商另以Facebook加強宣傳效益，該採購案於112年12月結案。
國立故宮博物院	揮翰學書－書法跨域新媒體展	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	平面媒體	112.10.27	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	6,000	台灣時報社	宣傳「揮翰學書－書法跨域新媒體」展，發行份數2萬份	臺灣時報	
國立故宮博物院	揮翰學書－書法跨域新媒體展	112年故宮南院展覽活動宣傳	網路媒體	112.10.24 112.12.1	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	98,000	自由文化事業股份有限公司	分兩檔宣傳「揮翰學書－書法跨域新媒體」展，實際曝光數約340萬次，點擊數逾1萬2,000次。	自由電子報	
國立故宮博物院	「無界之涯—從海出發探索十六世紀東西文化交流」特展	小額採購	平面媒體及網路媒體	112.11.24-112.11.30 112.12.18-112.12.31	綜合規劃處	總預算	文物研究與展覽	98,000	財團法人中央通訊社	《世界年鑑》含實體出版及電子書平台；中央通訊社為即時新聞網站，宣傳管道多元，有助於增加展覽曝光度。	《世界年鑑》單頁廣告、中央通訊社首頁網路廣告(一週)	
國立故宮博物院	「無界之涯—從海出發探索十六世紀東西文化交流」特展	小額採購	平面媒體	112.12.1-112.12.31	綜合規劃處	總預算	文物研究與展覽	146,000	藝術家雜誌社	全台實體通路上架販售，有助於增加展覽曝光度。	藝術家雜誌/583/封面及P.70-75/雜誌廣告	

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	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	112.12.1-112.12.31	行銷業務處	故宮基金預算	推展費	17,076	台灣碩網網路娛樂股份有限公司	增加品牌與商品在台灣及日本的曝光，並提升網城流量，有效提升故宮文創商品的知名度，並轉換成實際消費。	1. Instagram/Facebook/Twitter貼文撰寫 2. LINE@推廣 3. Google關鍵字 4. Youtube影音廣告 5. Facebook廣告宣傳。	
國立故宮博物院	2023今夜嗨翻故宮活動宣傳廣告	小額採購	網路媒體	112.12.15、113.1.15起	展示服務處	總預算	文物研究與展覽	120,000	雷荻網絡有限公司	強化活動效益及知名度、擴大活動後續討論熱度，並鼓勵海內外年輕世代走入故宮。活動前於Facebook「法國Anna看台灣」以及Instagram「法國Anna」發布限時動態，單天觸及人數共計1,422次。並在1月15日於YouTube「法國Anna」發布活動影片，累計27,819次觀看量。	「法國Anna看台灣」Facebook、「法國Anna」Instagram、「法國Anna」YouTube頻道	

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. 「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。
3. 「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。
4. 「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)。
5. 「執行單位」係指各機關或國營事業之內部業務承辦單位。
6. 「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
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。