

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114年第1季

單位：元

項次	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
1	國立故宮博物院	故宮南院超級大展新春報到	小額採購-宣傳南院114年春節假期展覽及活動	平面雜誌	114.01.01-114.01.31	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	於金石堂、誠品、博客來等實體及線上書店平台販售，共計發行3萬本。	2025旺旺福來報-新春特刊-台灣好吃好神特輯	
2	國立故宮博物院	故宮南院年度巨獻大美不言、書畫動物迎小龍年	小額採購-宣傳南院114年春節假期展覽及活動	網路媒體	114.01.20-114.02.03	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	聯合報114年春節專刊-聯合新聞網旅遊頻道刊登，瀏覽觸及量約4,000人次。	聯合新聞網旅遊頻道	
3	國立故宮博物院	故宮Podcast「宮說宮有理」新春特輯	小額採購「宮說宮有理」Podcast新春特輯製作	廣播媒體	114.01.23-114.02.13	展示服務處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	50,000	人人廣播股份有限公司	推出2集新春特輯，預計下載數超過10萬次。	好事聯播網電台	
4	國立故宮博物院	國立故宮博物院南部院區展覽、園區、活動宣傳	114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NPM113144	網路媒體	114.01.01-114.03.31	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	457,279	上晴國際開發有限公司	114年3月臉書粉絲專頁追蹤20.2萬人，觸及量177.9萬次、互動人次9.8萬、留言數總計899則、分享數總計1,937次；廣告觸及量6萬5,243人，廣告總曝光數11萬2,801次；Instagram追蹤3萬人，觸及量11.2萬次；Google廣告點擊數9,843次，廣告總曝光數1,095萬次。	Facebook、Instagram、Google聯播網	

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。