

國立故宮博物院111年第1季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	宣傳故宮精品 網路商城及故 宮文創商品	網路媒體	111年1月至2 月	行銷業務處	故宮文物藝 術發展基金	專業服務費	7,970	台灣碩網網路 娛樂股份有限 公司	透過Google與 FB廣告宣傳故宮精品品 牌、故宮文創商品例如絢色鋼筆墨水組 促銷活動等宣傳，吸引消費者創造更多 本院與民眾的連結與對話。	Google與 FB廣告等廣告	
國立故宮博物院	111年新春特刊	網路媒體	111.1.15- 111.2.15	南院處	公務預算	綜合規劃與推 廣行銷	50,000	聯合報股份有 限公司	介紹111年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	聯合報聯合新聞網	
國立故宮博物院	111年新春特刊	平面媒體	111.1.15- 111.2.15	南院處	公務預算	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111年故宮南院虎年 新春展覽及活動，吸引返鄉民眾參觀， 紙本發行約15萬份。	中國時報	

國立故宮博物院	宣傳故宮精品網路商城及故宮文創商品	網路媒體	111.1月-111.2月	行銷業務處	故宮基金預算	專業服務費	37,346	台灣碩網網路娛樂股份有限公司	透過Google與 FB廣告宣傳故宮精品品牌、故宮文創商品及促銷活動等宣傳，吸引消費者創造更多本院與民眾的連結與對話。	Google與 FB廣告等廣告	
國立故宮博物院	當期展覽推廣(法華經及其美術特展、謎樣景泰藍、花樣何處來：一位道教皇帝對瓷器製作的影響)	網路媒體(含社群媒體)	111年1至3月	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	225,900	台灣各種吧股份有限公司	曝光型媒體(Instagram、LINE LAP、Google聯播)：135萬次曝光 互動導流媒體(Facebook、Yahoo原生廣告)：6,375次點擊數 轉換型媒體(Google關鍵字廣告)：4,500個點擊數	Google關鍵字(精準曝光關鍵字詞)111.01.29-111.03.31 Yahoo原生廣告(法華經特展、景泰藍x花樣何處來)111.02.20-03.31 LineLap廣告(法華經特展、景泰藍x花樣何處來)111.02.10-111.03.31 Google聯播網(法華經特展、景泰藍x花樣何處來)111.02.10-111.03.31 Facebook廣告(法華經特展、景泰藍x花樣何處來)111.01.28-111.03.31 Instagram限時動態廣告(法華經特展、景泰藍x花樣何處來)111.01.28-111.03.31	
國立故宮博物院	宣傳故宮精品網路商城及故宮文創商品	網路媒體	111年3月	行銷業務處	故宮基金預算	專業服務費	29,875	台灣碩網網路娛樂股份有限公司	透過Google關鍵字廣告、FB行銷、IG貼文、Line@推訊息發布廣告宣傳故宮精品品牌、故宮文創商品及促銷活動等宣傳，吸引消費者創造更多本院與民眾的連結與對話。	Google關鍵字廣告、FB行銷、IG貼文、Line@推訊息發布等廣告	

資料來源：本院綜合規劃處

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。