

國立故宮博物院111年第3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7月1日至7月31日	行銷業務處	故宮基金預算	專業服務費	34,283	台灣碩網網路娛樂股份有限公司	透過IG貼文、Line@推訊息及Google關鍵字廣告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。	IG貼文撰寫、LINE@推廣及加購訊息、Google關鍵字廣告發布等廣告	
國立故宮博物院	2022夏日親子藝術月	廣播媒體	111.06.01-111.07.31	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	98,500	中國廣播公司	以夏日親子藝術月為主軸，露出當期重要展覽及戶外活動，吸引觀眾於暑期到訪參觀，達到藝術扎根及行銷南院的目標。	中國廣播公司	
國立故宮博物院	當期展覽活動推廣	網路媒體 (含社群媒體)	111.04-111.06	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	301,200	台灣各種吧股份有限公司	曝光型媒體(Instagram、LINE LAP、Google聯播)：150萬次曝光 互動導流媒體(Facebook、Yahoo原生廣告)：7,000次點擊數 轉換型媒體(Google關鍵字廣告)：5,000個點擊數	Google關鍵字(精準曝光關鍵字詞)，111.04.01-111.06.30 Yahoo原生廣告(景泰藍x花樣何處來)，111.04.01-04.07 LineLap廣告(景泰藍x花樣何處來、夏日親子藝術月)，111.04.01-111.04.07、111.06.28-111.06.30 Google聯播網(景泰藍x花樣何處來)，111.04.01-111.04.07 Facebook廣告(景泰藍x花樣何處來)，111.04.02-111.04.14 Instagram限時動態廣告(景泰藍x花樣何處來)，111.04.01-111.04.14	
國立故宮博物院	南院「花樣何處來：一位道教皇帝對瓷器製作的影響」及「千年南國：院藏越南主題文物」特展	平面媒體	111.07.01-111.09.01	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	98,000	印刻文學平面雜誌	以展覽海報單頁廣告，開發文學讀者群參觀兩展，包含紙本發行及網站介紹，達到10萬以上觸及人數效益。	印刻文學平面雜誌	

國立故宮博物院	2022故宮南院夏日親子藝術月及越南展	廣播	111.07.01-111.07.30	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	6,500	也是行銷有限公司	暑期亮點活動及展覽宣傳，邀請民眾來訪，達到2萬收聽人次。	寶島聯播網/嘉義之音電台	
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	111.09.01-111.09.31	行銷業務處	故宮基金預算	專業服務費	122,484	台灣碩網網路娛樂股份有限公司	IG貼文撰寫、LINE@推廣、Google關鍵字廣告、FB行銷廣告及Yahoo網路廣告，主要宣傳故宮精品網路商城、故宮文創商品、故宮大月曆等	IG貼文撰寫、LINE@推廣及Google關鍵字廣告、FB行銷廣告、Yahoo網路廣告	
國立故宮博物院	2022故宮亞洲藝術節-越南月、人氣國寶「平安特展」以及國慶焰火活動	網路媒體	111.09.01-111.10.31	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2022故宮亞洲藝術節、人氣國寶平安特展以及國慶焰火等活動，吸引民眾參與，達到3萬次以上瀏覽量。	聯合新聞網	

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)
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。