

國立故宮博物院111年第4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	111.10.1- 111.10.31	行銷業務處	故宮基金預算	專業服務費	140,784	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，主要宣傳故宮精品網 路商城、故宮文創商品、故宮大月曆等	一、Instagram貼文撰寫 二、LINE@推廣 三、Google關鍵字廣告 四、FB行銷廣告 五、網站媒體刊登	
國立故宮博物院	2022故宮童樂 節	數位媒體、公 車媒體	111.6.15- 111.9.11	行銷業務處	新故宮計畫	新故宮計畫分 項計畫三 >2000業務費 行銷業務處 27.故宮童樂 節	475,000	啟點行銷有限 公司	宣傳本院暑假專案大型親子活動，以文物 典藏及當期展覽作為主題核心，營造場域 氛圍，提供或開發創意有趣的系列教育活 動及資源，彰顯博物館教育推廣功能。	一、數位廣告Facebook、Instagraml、 Yahoo、Google聯播網、蘋果新聞網 二、網紅代言恩恩老師Youtube、Dj琦琦- 醫師娘陪你當媽媽粉絲專頁 三、公車廣告620、288、236路線	
國立故宮博物院	南院111年「故 宮國焰·精彩 南院」系列活 動	平面媒體	111.9.15- 111.10.31	南院處	公務預算	綜合規劃與推 廣行銷	90,000	財團法人台北 市基督教救世 傳播協會	吸引民眾規劃行程前來看越南展及參與國 慶焰火、亞洲藝術節等活動，10/10國慶 焰火超過25萬人次參與。	大家說英語雜誌及彭蒙惠英語	

國立故宮博物院	南院111年展覽活動	電視媒體	111.6.25-111.7.9、111.9.23-111.10.7	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	50,000	大嘉義行銷管理股份有限公司	預告夏日親子月及國慶焰火、亞洲藝術節活動，暑假(7-8月)參觀逾40萬人次，10月逾12萬參觀人次	世新有線電視	跑馬燈
國立故宮博物院	南院111年展覽活動	電視媒體	111.6.24-6.30；10.1-10.7	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	20,000	鑫傳國際多媒體科技股份有限公司	預告夏日親子月及國慶焰火、亞洲藝術節活動，提升南院暑假(7-8月)參觀逾40萬人次，10月逾12萬參觀人次	大揚有線電視	跑馬燈
國立故宮博物院	南院111年展覽活動	網路媒體	111.8.24、111.9.24	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	12,000	台灣好報社	暑假至國慶日之南院水舞無人機及亞洲藝術節活動亮點宣傳及報導，4場無人機參與總人數逾30萬	台灣好報 雅虎新聞	網路新聞2則
國立故宮博物院	南院111年展覽活動	廣播媒體	111.6.25、111.9.23	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	14,000	財團法人民生展望廣播事業基金會	夏日親子月及國慶焰火、亞洲藝術節活動宣傳，提升南院暑假(7-8月)參觀逾40萬人次，10月逾12萬參觀人次	飛碟聯播網	節目專訪2次

國立故宮博物院	南院111年展覽活動	網路媒體	111.8.24、 111.9.24	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	12,000	觀傳媒	暑假至國慶日之南院水舞無人機及亞洲藝術節活動亮點宣傳及報導，無人機4場參與總人數逾30萬	觀傳媒、蕃薯藤等	網路新聞2則
國立故宮博物院	故宮南院2022夏日親子藝術月	網路媒體	111.6.27- 111.8.31	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	200,000	啟點行銷有限公司	暑假(7-8月)參觀逾40萬人次，本活動參與近8萬4千人次，網路推廣曝光超過1,000萬人次	Google、Facebook、Instagram、(KOL)Lu's	「故宮南院2022夏日親子藝術月」藝文採購案
國立故宮博物院	故宮國炤精彩南院	網路媒體	111.08.23- 111.09.23	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	6,000	天勢國際有限公司	暑假南院精彩活動報導，夏日親子藝術月參與人數83,904人。	引新聞	
國立故宮博物院	故宮國炤精彩南院	平面媒體	111.08.15- 111.10.31	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	10,000	嘉義市新聞記者公會	暑假至國慶日之南院水舞無人機及亞洲藝術節活動亮點宣傳及報導，4場無人機吸引逾30萬人次參與。	嘉義市新聞記者公會111年記者節專刊	

國立故宮博物院	南院「精彩南臺灣」111年故宮南院展覽介紹	廣播媒體	111.01.01~111.12.15	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	98,000	中國廣播公司	南院111年度法華展、翰墨空間及人氣國寶展等展覽深入介紹，吸引民眾前來看展。	中廣新聞網精彩南台灣節目	
國立故宮博物院	南院111年故宮亞洲藝術節及國慶焰火活動專題報導	網路媒體	111.09.30~111.11.30	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	98,000	天下雜誌股份有限公司	以專題報導及對談方式，呈現故宮南院的創設歷史軌跡及未來努力方向，營造正面形象，15萬以上觸及人數效益。	天下雜誌《微笑台灣》數位媒體	
國立故宮博物院	2022亞洲藝術節-越南月	廣播媒體	111.09.23~111.10.30	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	7,500	正聲廣播電台嘉義台	2022亞洲藝術節-越南月活動亮點宣傳及報導，當月吸引逾12萬人次參與。	正聲電台	
國立故宮博物院	故宮國焰精彩南院	網路媒體	111.08.23~111.09.23	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	6,000	文青農實業有限公司	暑假至國慶日之南院水舞無人機及亞洲藝術節活動亮點宣傳及報導，4場無人機吸引逾30萬人次參與。	波新聞	

國立故宮博物院	2022亞洲藝術節-越南月	廣播媒體	111.09.23-111.10.32	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	2022亞洲藝術節-越南月活動亮點宣傳及報導，當月吸引逾12萬人次參與。	嘉義之音	
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	111.11.01-111.11.30	行銷業務處	故宮基金預算	專業服務費	162,957	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，主要宣傳故宮精品網路商城、故宮文創商品、春節伴手禮預購等	一、IG貼文撰寫 二、LINE@推廣 三、Google關鍵字廣告 四、FB行銷廣告	
國立故宮博物院	南院111年記者節特刊平面廣告(嘉義縣新聞記者公會)款	平面媒體	111.10.15-111.12.15	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	18,000	嘉義縣新聞記者公會	南院與嘉義文史及在地連結正面形象宣傳吸引媒體報導	嘉義縣新聞記者公會	
國立故宮博物院	南部院區2022戶外美術館規劃設計執行藝文採購案	網路媒體	111.12	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	100,000	蔚龍藝術有限公司	1. 本案製作1支60秒前導宣傳影片，以及1支3分鐘成果影片。 2. 前導影片於官方粉絲專頁宣傳，成果影片於官方網站展覽頁面作為展覽延伸，推廣行銷本案展覽，預期線上觸及人數共計逾1萬人次。	Youtube	

國立故宮博物院	「南部院區社群平臺經營管理暨網路廣告投放」藝文採購案第三期款	網路媒體	111.7-111.12	南院處	公務預算	綜合規劃與推廣行銷	225,900	臺灣各種吧股份有限公司	1. 曝光型廣告：170萬次曝光 2. 互動導流廣告：7,875次點擊 3. 導流轉換廣告：5,500次點擊	一、Google關鍵字（精準曝光關鍵字詞），111.07.01-111.12.31 二、Yahoo原生廣告（越南主題特展、亞洲藝術月），111.09.01-111.09.10 三、Facebook廣告（越南主題特展、亞洲藝術月、院慶、12月主題活動），111.07.04-111.07.08、111.07.27-111.07.31、111.09.01-111.09.27、111.11.25-111.12.01 四、Google聯播網（越南主題特展、亞洲藝術月、院慶、12月主題活動），111.09.01-111.09.27、111.11.25-111.12.01 五、Line Lap廣告（越南主題特展、亞洲藝術月、院慶），111.09.01-111.09.27 六、Instagram限時動態廣告（越南主題特展），111.09.01-111.09.10	
國立故宮博物院	2022故宮秋冬雅趣生活節	數位媒體、新聞稿、捷運車站、La Vie紙本雜誌	9月17日至12月24日	行銷業務處	新故宮計畫	分項三>2000業務費 行銷業務處28.故宮童樂節	359,435	啟點行銷有限公司	運用數位多媒體、新聞稿發布、紙本雜誌、實體海報等多元宣傳管道，將秋冬期間本院各項展覽、大小型活動舉辦訊息布達予社會大眾，吸引入館參觀興趣與人次，並提升本院於媒體曝光度與好感度	一、入口網站--Google聯播網、Yahoo網站 二、新媒體--La Vie數位網站廣編專輯、自由時報新聞網 三、活動報名網站—Accupass活動通 四、社群媒體-- 【院外】： Facebook La Vie、Cheap、Keke帶我去旅行 YouTube: Cheap 【院內】： Facebook、Instagram、YouTube 五、論壇議題操作 六、實體廣告—台北市捷運站、桃園機場捷運站海報張貼	
國立故宮博物院	第四季對日本及韓國旅遊廣告宣傳	數位媒體	12月7日至12月18日	行銷業務處	新故宮計畫	分項三>2000業務費 10.故宮整體行銷及媒宣推廣	198,900	易世界網際傳媒股份有限公司(99,000) 士奇傳播整合行銷股份有限公司(99,900)	以112年限期展出之書畫國寶〈晉 王羲之快雪時晴帖〉與經典常設器物名品「北宋汝窯 青瓷無紋水仙盆」作為廣告主打內容，訴求國寶名品的極致魅力，向對於來臺旅遊、藝文博物館展覽有興趣的潛在日韓散客，進行廣告投放。	一、以廣度為訴求的境外聯播網 二、以精準為考量的Skyscanner訂票網站	

填表說明：

資料來源：本院綜合規劃處

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。