

(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年第4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	南院112年各檔展覽及親子樂亞洲藝術節等活動	112年展覽活動宣傳	廣播媒體	112.3.1-112.10.31	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	95,000	內政部警政署警察廣播電臺臺南分臺	宣傳各檔展覽及亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院等活動，提升南院可遊度，吸引民眾到訪南院，經統計1月至10月逾83萬參觀人次。	內政部警政署警察廣播電臺臺南分臺	
2	國立故宮博物院	故宮Podcast「宮說宮有理」	112年故宮Podcast藝文採購案(NPM112004)	廣播媒體	112.3.30-112.12.21	時屬行銷業務處現為展示服務處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	555,600	人人廣播股份有限公司	推出35集節目，使本院Podcast後台之「累積下載數」增加150萬次。	好事聯播網電台	
3	國立故宮博物院	南院112年各檔展覽及親子樂亞洲藝術節等活動	112年夏日親子藝術月及故宮亞洲藝術節等活動平面報導宣傳案	平面媒體	112.5.1-112.11.30	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	145,000	英屬維京群島商澤宇文化有限公司(台灣分公司)	宣傳各檔展覽及亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院等活動，提升南院可遊度，吸引民眾到訪南院，經統計1月至10月逾83萬參觀人次。	旅讀OR雜誌	
4	國立故宮博物院	第1則：「2023夏日親子藝術月」宣傳 第2則：「故宮亞洲藝術節」及「朝鮮王朝與清宮藝術交會特展」宣傳	2023夏日親子藝術月、故宮亞洲藝術節及朝鮮王朝與清宮藝術交會特展等活動合作宣傳(小額採購)	廣播媒體	第1則 112.6.15-112.7.31 第2則 112.9.15-112.10.15	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	85,000	中國廣播公司	宣傳2023夏日親子藝術月、故宮亞洲藝術節及朝鮮王朝與清宮藝術交會特展等活動，吸引暑假及連假期間逾30萬參觀人潮。	中廣新聞網/流行網	

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
5	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。
6	國立故宮博物院	「幻遊神獸村」親子共遊任務	「2023親子團體學習資源設計及製作」藝文採購案(NPM112018)	網路媒體	112.7-112.8刊登	時屬行銷業務處現為展示服務處	總預算	新故宮計畫	27,495	害喜影音綜藝有限公司	透過文章報導，提升國內親子族群對於本項資源認識與知名度。	媽媽經、媽咪拜、小典藏、Babyhome家庭網官網文章；媽媽經、小典藏Facebook貼文	

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
7	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。
8	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	

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
9	國立故宮博物院	故宮轉動在地文化觀光引擎	112年嘉義縣新聞記者公會記者節特刊(小額採購)	平面媒體	112年年度特刊(112.9.1出刊)	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	18,000	嘉義縣新聞記者公會	向媒體記者及大眾宣傳南院展覽及活動執行，營造正面形象，本案委託廠商出版3,000本刊物，並分送不同機關及在地社團，以增加曝光度。	嘉義縣新聞記者公會特刊	
10	國立故宮博物院	南院發展願景	112年嘉義市慶祝記者節大會專刊廣告	平面媒體	112.9.1-112.11.30	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	10,000	嘉義市新聞記者公會	專文報導南院8年建樹及擘劃未來發展方向，提升南院正面形象，本特刊印行1,500本。	112年嘉義市慶祝記者節大會專刊	
11	國立故宮博物院	「2023故宮亞洲藝術節-韓國月」韓國服裝秀、專題講座、創意課程、韓國影展、大型盛會、閉幕表演宣傳	「2023故宮亞洲藝術節-韓國月」藝文採購案(NPM112037)	網路媒體	112.9.14-112.10.29	南院處	總預算	新故宮計畫	20,587	雙象文創有限公司	1.提升亞洲藝術節活動曝光，讓民眾知悉活動規劃，活動期間(9.27-10.29)吸引近5萬人次參與活動。 2.本案共撰擬8則貼文，觸及人數達18萬4,929人。	Facebook	
12	國立故宮博物院	2023夏日親子藝術月、故宮亞洲藝術節及朝鮮王朝與清宮藝術交會特展等	2023夏日親子藝術月、故宮亞洲藝術節及朝鮮王朝與清宮藝術交會特展等活動合作宣傳(小額採購)	平面媒體	112年秋節特刊(112.9.15出刊)	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	宣傳2023夏日親子藝術月、故宮亞洲藝術節及朝鮮王朝與清宮藝術交會特展等活動，吸引暑假及連假期間逾30萬參觀人潮。	聯合新聞網秋節特刊	
13	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	廣播媒體	112.9.15	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	7,000	也是行銷有限公司	節目專訪宣傳亞洲藝術節活動，吸引民眾到訪南院，經統計9月至11月逾20萬參觀人次。	嘉樂廣播電台	

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
14	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	廣播媒體	112.9.15	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	7,000	也是行銷有限公司	節目專訪宣傳亞洲藝術節活動，吸引民眾到訪南院，經統計9月至11月逾20萬參觀人次。	嘉義之音廣播電台	
15	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	廣播媒體	112.9.15	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	7,000	正聲廣播股份有限公司嘉義廣播電台	節目專訪宣傳亞洲藝術節活動，吸引民眾到訪南院9-11月逾20萬參觀人次	正聲電台	
16	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院	112年故宮南院展覽活動跑馬燈宣傳	電視媒體	112.9.15-112.9.30、112.10.7-112.10.21	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	50,000	大嘉義行銷管理股份有限公司	分兩檔宣傳亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院等活動，吸引民眾到訪南院，經統計9月至11月逾20萬參觀人次。	世新電視台	
17	國立故宮博物院	2023故宮亞洲藝術節、景觀橋及五分車通車等活動宣傳	五分車通車、故宮亞洲藝術節、懷舊嘉年華等活動(小額採購)	電視媒體	112.9.15-112.10.31	南院處	總預算	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	宣傳五分車通車、故宮亞洲藝術節及朝鮮王朝與清宮藝術交會特展等活動，吸引國慶連假至年底前10萬以上在地民眾來院參觀。	大揚有線電視跑馬燈	
18	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節	臺鐵轉運站數位電視廣告檔期採購案	電視媒體	112.9.22-112.10.22	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	49,350	台灣鐵道廣告有限公司	中秋國慶連假期間，於人潮密集之高鐵、臺鐵及捷運共構車站播放南院形象影片，吸引民眾到訪南院，經統計9月至11月逾20萬參觀人次。	板橋、台中、高雄車站數位LCD	

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
19	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				0 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。
20	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	網路媒體	112. 9. 27	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	6, 000	三星傳媒社	宣傳亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院等活動，約計6, 000次點閱率，吸引民眾到訪南院，經統計9月至11月逾20萬參觀人次。	三星傳媒	
21	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	網路媒體	112. 9. 27	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	6, 000	民眾傳播事業有限公司	宣傳亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院等活動，約計6, 000次點閱率，吸引民眾到訪南院，經統計9月至11月逾20萬參觀人次。	民眾電子報	
22	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	網路媒體	112. 9. 27	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	6, 000	文青農實業有限公司	宣傳亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院等活動，約計3, 000次點閱率，吸引民眾到訪南院，經統計9月至11月逾20萬參觀人次。	波新聞	

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
23	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	網路媒體	112.9.27、112.10.2	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	6,000	芝昕工作室	分兩檔宣傳亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院等活動，吸引民眾到訪南院，經統計9月至11月逾20萬參觀人次。	民生好報	
24	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	網路媒體	112.9.27、112.10.2	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	12,000	觀傳媒有限公司	亞洲藝術節及五分車等活動亮點宣傳及報導，經統計9月至11月逾20萬參觀人次。	觀傳媒	
25	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	網路媒體	112.9.27、112.10.2	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	12,000	台灣好報社	分兩檔宣傳亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院等活動，約計1萬3,000次點閱率及其他4家網媒轉載，吸引民眾到訪南院，經統計9月至11月逾20萬參觀人次。	台灣好報	
26	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	112.10.1-112.10.30	行銷業務處	故宮基金預算	推展費	268,018	台灣碩網網路娛樂股份有限公司	增加品牌與商品的曝光及網域流量導入，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. Facebook廣告宣傳	
27	國立故宮博物院	本院10月份書畫特展重點選件	小額採購	平面媒體	112.10.1-112.10.31	書畫文獻處	總預算	文物研究與展覽	54,000	典藏雜誌社	112年第4季北部院區「國寶聚焦」等書畫展覽宣傳，本次展覽有國寶展出，特以宣傳。	典藏雜誌社	

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
28	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	網路媒體	112.10.2	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	6,000	警訊時報社	宣傳亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院等活動，約計2,000次點閱率，吸引民眾到訪南院，經統計9月至11月逾20萬參觀人次。	警訊時報	
29	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	網路媒體	112.10.2	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	6,000	台灣華報有限公司	宣傳亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院等活動，約計4,500次點閱率，吸引民眾到訪南院，經統計9月至11月逾20萬參觀人次。	台灣華報	
30	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	網路媒體	112.10.2	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	6,000	民生電子報股份有限公司	宣傳亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院等活動，約計3,500次點閱率，吸引民眾到訪南院9-11月逾20萬參觀人次	Life News民生電子報	
31	國立故宮博物院	2023亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院	112年下半年展覽活動合作宣傳小額採購案	網路媒體	112.10.2	南院處	總預算	綜合規劃與推廣行銷	6,000	金典工作室	宣傳亞洲藝術節及五分車票免費暢遊南院等活動，約計2,700次點閱率，吸引民眾到訪南院，經統計9月至11月逾20萬參觀人次。	台灣捷報	
32	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	



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
33	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	
34	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	112.11.1-112.11.30	行銷業務處	故宮基金預算	推展費	820,228	台灣碩網網路娛樂股份有限公司	增加品牌與商品的曝光及網域流量導入，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. Facebook廣告宣傳	
35	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
36	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)	

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
37	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	
38	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	
39	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）
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(
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。