

國立故宮博物院 109 年度 12 月政策宣導之廣告預算執行情形

月份	廣告宣傳內容	刊登日期	露出媒體	預算執行 (單位:元)	備註
12 月	線上策展人(徵件+票選)、《士拿乎—清宮鼻煙壺的時尚風潮展》、綜合形象宣傳(國內+國際)、《她—女性形象與才藝展》、《呼畢勒罕—清代活佛文物大展》(南院+北院)、故宮藝術節、《風格故事—乾隆年製琺瑯彩瓷特展》、《鑑古—乾隆朝的宮廷銅器收藏》、8K 文物影片發表等	109. 07. 29- 109. 12. 15	Facebook、Instagram、Youtube、Yahoo、Google 聯播網、Line、手機聯播網、TripAdvisor、The New Yorker、VPON 廣告、東森新聞臉書粉絲團、痞克幫部落客、Instagram 網紅、易遊網、網路溫度計等。	7,378,200	
12 月	《呼畢勒罕—清代活佛文物大展》	109. 11. 28- 109. 12. 09	ICRT 廣播及網站、愛樂數位平台 APP	98,000	
12 月	《風格故事—乾隆年製琺瑯彩瓷特展》、《鑑古—乾隆朝的宮廷銅器收藏》	109. 12. 02- 109. 12. 15	台北捷運車廂通車海報	99,000	
12 月	戶外美術館	12 月刊	Cheers 雜誌	60,000	
12 月	人氣國寶展	12 月刊	經理人雜誌	60,000	
12 月	「樹：從信仰到抒情」特展	109. 12. 01- 109. 12. 31	快樂聯播網 嘉樂聯播網	84,000	
12 月	「樹：從信仰到抒情」特展	109. 12. 01- 109. 12. 31	ICRT 廣播	100,000	
合計				7,879,200	