

臺北市各機關（基金）等111年第4季辦理政策及業務宣導之執行情形表①

單位：新臺幣元

機關（基金） （財團法人） （轉投資事業） 名稱	宣導項目、標 題及內容	媒體類型②	宣導期程③	執行單位④	執行金額⑤	備註
市立美術館	狂八〇：跨領域靈 光出現的時代	網路媒體、平面媒體	111.12.03- 112.02.26	行銷推廣組	357,331	媒體名：藝術家、藝 術收藏+設計、 ArtAsiaPacific、亞 洲當代藝術新聞、 OPENTIX、週刊編 輯、La Vie
市立美術館	2022臺北美術獎	網路媒體、平面媒體	111.12.10-112.2.19	行銷推廣組	76,100	媒體名：亞洲當代藝 術新聞、典藏今藝 術、藝術家、非池中
市立美術館	居家娛樂—楊登棋 個展	網路媒體、平面媒體	111.11.19-112.2.12	行銷推廣組	105,963	媒體名：Artouch、 亞洲當代藝術新聞 、攝影之聲
市立美術館	崎 Heterogeneous	網路媒體	111.9.17-112.11.26	行銷推廣組	35,000	媒體名：Artouch
市立美術館	在夾縫中行走	網路媒體、平面媒體	111.9.8-112.1.8	行銷推廣組	69,200	媒體名：聯合文學、 藝術家、亞洲當代藝 術新聞
市立美術館	2023台北雙年展預 告	網路媒體、平面媒體	111.12.1-112.2.28	行銷推廣組	128,754	媒體名：亞洲當代藝 術新聞、藝術家、典 藏今藝術、e-flux
市立美術館	在夾縫中行走(大 誌廣告)	平面媒體	1次	行銷推廣組	29,400	

市立美術館	兒童藝術教育計畫 「跟你說個故事」 (Artouch小典藏廣告)	網路媒體	111.10.1-111.11.30	行銷推廣組	30,000	
市立美術館	3C計畫「崎」(La Vie廣告)	網路媒體	111.9.17-111.11.30	行銷推廣組	31,500	
市立美術館	在夾縫中行走(典藏今藝術及 artouch數位宣傳)	網路媒體	111.9.8-111.11.30	行銷推廣組	53,000	
市立美術館	2023 X-site廣告 (台灣建築報導雜誌社)	平面媒體	1次	行銷推廣組	25,000	
市立美術館	3C計畫：崎 展覽 廣告(今藝術)	平面媒體	1次	行銷推廣組	18,000	
市立美術館	3C計畫：崎 展覽 廣告(藝術家9月號、收藏+設計10月號)	平面媒體	2次	行銷推廣組	30,400	
市立美術館	新進典藏展廣告 (藝術家雜誌9月號+收藏設計10月號)	平面媒體	2次	行銷推廣組	30,400	
市立美術館	111年在夾縫中行走廣告(藝術家及藝術收藏+設計)	平面媒體	2次	行銷推廣組	30,400	
市立美術館	2023 X-site徵件 廣告(典藏 ARTouch)	網路媒體	111.8.22-111.10.1	行銷推廣組	40,000	

市立美術館	2023 X-site徵件廣告(非池中)	網路媒體	111.9.1-111.9.30	行銷推廣組	31,500	
市立美術館	3C展覽：崎廣告(CANS)	平面媒體	1次	行銷推廣組	14,000	

- 【填表說明】：
- ① 本表查填範圍，依預算法第62條之1第1項規定，係指本市各機關、基金（含市營事業）、本府許可設立政府捐助基金累計超過百分之五十之財團法人及本府轉投資資本超過百分之五十之事業，動支政府預算辦理之政策及業務宣導。
 - ② 媒體類型，請依實際辦理政策及業務宣導採用之媒體類型填報。
 - ③ 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110.10.1-110.12.31（涵蓋期程）；110.10.1、110.12.1（播出時間）或2次（刊登次數）。
 - ④ 執行單位係指本市各機關、基金（含市營事業）、財團法人及轉投資事業之內部業務承辦單位。
 - ⑤ 執行金額：
 - A. 係指填表當月或當季執行數（含實付數及預付數）。
 - B. 另有預付數轉正或支出收回情事者，請於「備註」欄敘明。
 - C. 倘已簽訂契約並辦理宣導，惟未達契約規定付款時程者，請於「備註」欄說明契約金額及預計付款時程。
 - D. 執行金額倘以特別預算支應者，亦請於「備註」欄敘明。