桃園市政府110年6月辦理政策宣導之執行情形表

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
桃園市政府文化局	楊梅故事園區【#線上觀展包】校長的課外活動-唐詩及時代旅客的歌畫室	網路媒體	110.6.2-110.6.21	文化發展科	公務預算	文化業務-文化發展工作	506	安鼎行銷藝術有限公司	因受疫情影響，致使民眾無法親臨楊梅故事園區參觀。為持續推廣在地藝文、文化，透過社交媒體，提供兼具教育和娛樂之線上觀展包，提升館舍與公眾互動性。	楊梅故事園區Facebook	刊登付費廣告。
桃園市政府文化局	「客家花布—12生肖布藝展」線上觀展包	網路媒體	110.06.02-110.06.07	文化發展科	公務預算	文化業務-文化發展工作	150	安鼎行銷藝術有限公司	因受疫情影響，致使民眾無法親臨中平路故事館參觀。為持續推廣在地藝文、文化，透過社交媒體，提供兼具教育和娛樂之線上觀展包，提升館舍與公眾互動性。	中平路故事館Facebook粉絲專頁	刊登付費廣告。
桃園市政府文化局	109年影視補助案電視劇《神之鄉》播映	電視、網路	110年6月廣告宣傳 110年7-8月共播映10集	文創影視科	公務預算	文化業務-文創影視工作	1,500,000	映畫傳播事業股份有限公司	透過影視作品播映展現及宣傳桃園在地人文地景。	公視、東森戲劇台、LINE TV	全案補助150萬元，無法分割行銷費用。
桃園市政府文化局	桃印文創選物店常態性品牌徵件	網路媒體	6月7日至6月11日、6月16日至6月20日	文創影視科	公務預算	文化業務-文創影視工作	836	洄游創生有限公司	預期觸及網路人數5,000人，提升品牌投件數量。	Facebook	
桃園市政府藝文設施管理中心	「世界音樂在A8-印尼的聲響交織」開幕茶會影片花絮回顧	網路媒體	110.6.20-110.6.25	展演企劃組	公務預算	文化業務-推廣工作	2,400	時時文創有限公司	提升觸及人數達199,000人次，貼文互動次數達1,138次，連結點擊次數達951次。	A8藝文中心Facebook粉絲專頁	
桃園市政府藝文設施管理中心	2021桃園合唱藝術節	平面廣告	06.01-06.30	教育推廣組	公務預算	文化業務-推廣工作	84,000	全方位音樂	加強北北基桃通勤族群對本活動的認識	臺鐵車廂廣告。北區段，來回對開，每站皆停靠，安裝車號EM707、EMC707、EP707、ET707、EM708、EMC708、EP708、ET708	已完成
桃園市政府藝文設施管理中心	2021桃園合唱藝術節	戶外LED廣告(15秒)	06.01-06.07	教育推廣組	公務預算	文化業務-推廣工作	70,000	全方位音樂	增加本市居民對於活動的認識	桃園市中壢區新生路/元化路口(85度C)。每日晨間07:00至夜間23:00(共計16小時)輪播	部分檔期已執行。因疫情剩餘檔期延至11月
桃園市政府藝文設施管理中心	2021桃園青少年劇場計畫	數位廣告	05.19-06.13	教育推廣組	公務預算	文化業務-推廣工作	4,200	漂鳥演劇社	建立計畫品牌形象及提高活動報名人數	Facebook廣告/桃園展演中心粉絲專頁	
桃園市政府藝文設施管理中心	2021桃園青少年劇場計畫	數位廣告	05.27-06.08	教育推廣組	公務預算	文化業務-推廣工作	3,000	機關自行採購	建立計畫品牌形象及提高活動報名人數	Facebook廣告/桃園展演中心粉絲專頁	
桃園市立圖書館	我就不可氣囉！科技互動漫畫展	其他	110.5.16-110.6.30	龍潭分館	公務預算	文化業務-圖書館工作	30,000	三商電腦股份有限公司	宣傳活動，吸引讀者參與，以達活動效益	1.微風信義-戶外屏幕 2.微風松高-館內1X3橫式屏幕及館內直式屏幕 3.微風南山-館外1F戶外屏幕	
桃園市立大溪木藝生態博物館	大溪交通發展專書編輯出版之行銷策略規劃及執行與行銷宣傳活動	網路媒體	110.6.1~110.8.31	典藏展示組	公務預算	文教工作	61,173	沈氏藝術印刷股份有限公司	為推展「大溪交通主題」研究及展示之成果，使民眾加深認識大溪發展脈絡，並開啟親身探索的好奇心。	Facebook、Instagram、國家書局、五南書局	總經費203,910元，按契約約定分次請款，本次給付第三期款(全案的30%)
桃園市立大溪木藝生態博物館	2021虛擬社群廣告投放費用	網路媒體	110年度	教育推廣組	公務預算	文教工作	18,111	台灣連線股份有限公司、美商科高國際有限公司台灣分公司、Facebook Ireland Limited	加強推廣本館各類展覽、活動及相關行銷推播需求，透過社群媒體管道做廣告投放及點閱觸及，強化影片、貼文及目標連結之傳播效益。	LINE、Facebook、Instagram、Google關鍵字、Youtube影片	總經費90,000元，已付18,111元，餘71,889元未付。
桃園市立美術館	2021桃源美展徵件	網路媒體、紙本雜誌	6月15日起至8月15日	教育推廣組	公務預算	文化業務-美術館工作	212,400	典藏雜誌社、藝術家雜誌社、帝圖科技文化股份有限公司、亞世廣告	1.投放藝術領域，強化館舍藝文圈之知名度及獎項定位。 2.全國性社群媒體投放，提升徵件數量。	全國性藝術愛好者、一般大眾	

承辦人：

會計室：

機關首長：

填表說明：

- 1.本表係依預算法第62條之1規範，凡動支政府預算辦理之政策宣導為填表範圍。
- 2.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)。
- 3.執行單位係指各機關之內部業務承辦單位(科/室)。
- 4.預算來源查填公務預算或基金預算。
- 5.預算科目部分，公務預算:查填至業務(工作)計畫;基金預算: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(××成本或××費用)。
- 6.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。