

委託研究計畫研究主題及其重點

計畫名稱	我國電視節目從事商業置入及贊助之調查、規範及政策研究
計畫辦理年度	105 年
承辦計畫單位	電臺與內容事務處
受委託研究機構	社團法人媒體改造學社
研究計畫主持人	馮建三 教授
研究內容摘要	一、蒐集國外資料及案例： （一）蒐集與整理歐盟（至少2個有施行置入及贊助之國家）、韓國、新加坡及香港，針對電視節目商業置入行銷及贊助（含冠名贊助）之政策及規範（含政策開放歷程或法規演變）。 （二）整理與研析上述國家，有關電視節目商業置入行銷及贊助（含冠名贊助）具爭議性之實務案例： 1. 置入、贊助及冠名贊助至少各5則。 2. 應包含不同型態之案例，以及法規演變或政策開放歷程之案例（應說明挑選案例之理由）。 二、調查國內發展現狀及案例： （一）電視節目商業置入行銷之情形：二 暫行規範自101年10月5日施行迄今，各電視臺接受商業置入行銷之「節目名稱」、「節目類型」、「置入廠商及業別」、「置入之觀念、商品、商標、商業服務」、「置入金額」及

「置入金額之流向」等。

(二) 電視節目贊助之情形：二暫行規範自101年10月5日施行迄今，各電視臺接受贊助及冠名贊助之「節目名稱」、「節目原產地」、「節目類型」、「贊助廠商及業別」、「贊助金額」及「贊助金額之流向」等。

(三) 研析我國電視節目商業置入、贊助及冠名贊助具爭議性之案例（至少各5則，且應說明挑選案例之理由），包括呈現手法、效果及比較分析。

(四) 蒐集二暫行規範自101年10月5日施行迄今之各年度裁罰案件統計（含裁罰理由）。

(五) 蒐集我國電視業者、節目製作產業、廣告產業及廣告主（包括置入者及贊助者）期盼二暫行規範後續有何開放之意見。

三、分析國內發展狀況：

(一) 我國電視業者、節目製作產業、廣告產業及廣告主(包括置入者及贊助者)之關聯、運作及互動情形。

(二) 開放置入及贊助對電視產業生態及經營環境所產生之變化，對本國節目製作內容品質之效益及影響，以及對節目製作財務規劃及資金挹注方式之變化。

(三) 非本國自製節目冠名贊助對本國自製節目之影響。

	四、法規及政策建議：在廣電法令之節目與廣告應明顯區分及維護視聽眾權益之前提下，提出以下建議： （一）檢討現行二暫行規範及「節目與廣告區分認定原則」，並提出具體修正方向及條文內容。 （二）有關電視廣告、置入及贊助管理之政策建議。
--	--