

專案質詢

8-4-4-0119

立法院議案關係文書 中華民國 102 年 10 月 2 日印發

案由：本院蔡委員正元，鑒於我國電視節目自限制置入性行銷以來，節目製作經費大幅縮減，致使我國電視業者無法也不願製作大型節目及戲劇，現今韓劇、日劇甚至大陸劇皆已逐步攻佔我國黃金時段，政府已不得不正視此問題；面對上述問題，國家通訊委員會雖已於去（101）年通過「電視節目從事商業置入性行銷暫行規範」及「電視節目贊助暫行規範」，放寬置入性行銷規定，然仍無法有效吸引企業投資電視節目，爰此，本席建請行政院應完全開放新聞及兒童節目以外之電視節目及戲劇有關置入性行銷之規範，以讓我國電視節目業者得以獲得更多資金贊助，製作足以與日韓等國匹敵之節目及戲劇，更重要的是保障我國自我文化得以永續傳承。綜上所述，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、我國電視節目自限制置入性行銷以來，節目製作經費大幅縮減，致使我國電視業者無法也不願製作大型節目及戲劇，現今韓劇、日劇甚至大陸劇皆已逐步攻佔我國黃金時段，如我國再自我限縮，恐將我國電視市場拱手讓予他國，對我國文化發展影響層面甚大。
- 二、國家通訊委員會雖已於去（101）年通過「電視節目從事商業置入性行銷暫行規範」及「電視節目贊助暫行規範」，放寬置入性行銷規定，然仍無法有效吸引企業投資電視節目，顯見放寬幅度仍應擴大，才能真正幫助電視業者獲得企業贊助。
- 三、以英國為例，英國 1960 年代起，一直固步自封，禁止置入性行銷，但因為金融風暴與經濟蕭條，也在 2011 年解除限制，來拯救影視業。再看我國，艾德曼公關公司在 2006 年，便指出台灣業界面臨經費不足、人才出走的問題，然我國政府卻未正視此一問題，英國成功的案例，實值我國參考借鏡。

立法院第 8 屆第 4 會期第 4 次會議議案關係文書

四、綜上所述，本席建請行政院應完全開放新聞及兒童節目以外之電視節目及戲劇有關置入性行銷之規範，以讓我國電視節目業者得以獲得更多資金贊助，製作足以與日韓等國匹敵之節目及戲劇，以保障我國自我文化得以永續發展。