

檔 號：

保存年限：

教育部 函

機關地址：10051臺北市中山南路5號

傳 真：02-23587097

聯絡人：蔡圭翎

電 話：02-77365955

受文者：國立雲林科技大學

發文日期：中華民國102年9月5日

發文字號：臺教會(四)字第1020131417號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：行政院函及附件影本各1份(ATTCH1 0131417A00_ATTCH1.pdf、ATTCH2 0131417A00_ATTCH2.doc、ATTCH3 0131417A00_ATTCH3.doc、ATTCH4 0131417A00_ATTCH4.doc、ATTCH5 0131417A00_ATTCH5.doc)

主旨：檢送行政院函復有關審計部為專案調查中央政府各機關
(含非營業特種基金)暨國營事業民國101年度7至12月
辦理平面媒體政策宣導情形一案，轉請 知照。

說明：

- 一、依據行政院102年8月27日院授主預政字第1020102171號
函辦理。
- 二、檢送行政院函及附件影本各1份。

正本：部屬機關(構)、各國立大學校院校務及附設醫院作業基金、本部各單位

副本：本部會計處-國立學校及附設醫院科、私校及會計人事管理科、審核及帳務科、
公務預算科



行政院 函

地址：10058臺北市中正區忠孝東路1段1號
傳 真：(02)2322-2582
聯絡人：廖玉琳 (02)3356-7352
電子郵件：yulin02@dgbas.gov.tw

受文者：教育部

發文日期：中華民國102年8月27日

發文字號：院授主預政字第1020102171號

速別：最速件

密等及解密條件或保密期限：

附件：如說明二之(一) (102AD12659_1_280911480405.doc、

102AD12659_2_280911480405.doc、102AD12659_3_280911480405.doc、

102AD12659_4_280911480405.doc，共4個電子檔案)

主旨：貴部函，為調查中央政府各機關（含非營業特種基金）暨國營事業民國101年度7至12月辦理平面媒體政策宣導情形，據報有須請辦理事項一案，復請查照。

說明：

一、復貴部102年6月20日台審部一字第1020002880號函。

二、本案經交據本院主計總處會商相關機關研處情形如下：

(一)有關未依預算法第62條之1及「政府機關政策文宣規劃執行注意事項」等規定辦理之平面媒體政策宣導及廠商回饋案件，各機關多表示該等案件並無置入性行銷之虞，且已檢討改進，爾後將加強所屬機關之宣導、督導及廠商履約管理，俾確實依相關規定辦理，其相關說明業經彙整如附表1至4，仍建請考量酌予從寬認定。

(二)鑑於廠商回饋案件係屬政府採購標的之一或廠商自行辦理者，涉及預算執行之採購事宜，仍宜由各機關本權責視個案情形依預算法第62條之1規定妥為處理，並由主管機關依「預算法第62條之1執行原則」規定，就所屬機關之執行情形加強管理。

(三)本院主計總處已參酌貴部意見啟動修法作業，於102年3

裝



線



月5日函請中央機關及地方政府提供依預算法第62條之1規定辦理政策宣導之窒礙及修法建議，經彙整各機關意見後，業於102年7月23日召開會議邀集相關機關之主辦會計共同研商，並初步達成刪除預算法第62條之1規定有關標示「廣告」二字之共識，後續將由該總處循行政機關修法程序賡續進行相關作業。

正本：審計部

副本：行政院秘書長、銓敘部、內政部、教育部、法務部、經濟部、交通部、文化部、衛生福利部、蒙藏委員會、行政院研究發展考核委員會、行政院原住民族委員會、行政院農業委員會、行政院勞工委員會、行政院國軍退除役官兵輔導委員會、行政院公共工程委員會、行政院主計總處基金預算處(均含附件)

102/08/28
09:47:08

裝

線

附表 1

中央政府各機關 101 年 7 至 12 月辦理平面媒體政策宣導案件未標示其為廣告或揭示辦理機關一覽表

單位：則、元

機關名稱	未標示廣告且 未揭示辦理機關			已標示廣告惟 未揭示辦理機關			未標示廣告惟 已揭示辦理機關			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
合計	13	293,731	7	3	284,500	4	221	1,836,998	8	237	2,415,229	19	
單位預算機關	2	171,731	7	2	34,500	3	45	1,139,458	8	49	1,345,689	18	
行政院	1	5,000	4	1	3,000	-	1	8,400	-	3	16,400	4	本案經洽行政院說明如下： 一、自由時報刊登於「全頁廣告版」（8400 元）是海報型廣告；聯合晚報刊登於「A14 廣告版」（5000 元），內文都有提示主辦單位；刊登台灣新生報（3000 元）之「廣告文稿」標示有「廣告」及主辦單位，原則符合各項要件，爾後將依相關規定辦理，並清楚標示。 二、廠商回饋 4 則廣告，均在報紙專屬廣告頁面，非置入性行銷，爾後將依相關規定確實清楚標示。
行政院研究發展 考核委員會	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	本案經洽研考會說明，本則 101 年 7 月 31 日刊登於聯合晚報之「救災模擬 4 萬人次通過火的考驗」，係屬廠商回饋案件，非採購標的之一且無經費支出。

機關名稱	未標示廣告且 未揭示辦理機關			已標示廣告惟 未揭示辦理機關			未標示廣告惟 已揭示辦理機關			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
行政院原住民族 委員會	-	-	-	-	-	-	-	-	5	-	-	5	本案經洽原民會說明，關於廠商回饋則數，係刊載於月刊及雜誌之「2012年南島民族國際會議」研討會海報，旨在公告研討會時間及地點，故僅揭示辦理機關而未標示「廣告」二字，嗣後謹依預算法第 62 條之 1 規定辦理。
文化部	-	-	-	-	-	-	12	468,585	-	12	468,585	-	<p>本案經洽文化部說明如下：</p> <p>一、「第 30、31、34、35 則(文資局)」：疏漏標示廣告字樣，爾後如遇預算法第 62 條之 1 情事，均將依規定辦理。</p> <p>二、「第 90、91 則(新竹生活美學館)」：「2012 新民歌之夜」為招標委辦案，廠商刊登報紙之活動訊息圖稿於審稿時未注意，疏漏廣告字樣，爾後辦理相關案件時必依預算法第 62 條之 1 規定標示「廣告」。</p> <p>三、「第 170-175 則(臺東生活美學館)」：為辦理 2012 花東農特產品實用性包裝美學設計全國大賞，宣傳活動訊息以吸引民眾參加比賽，特於 101 年 7 月 7 日至 12 日在更生日報刊登競賽訊息 6</p>



機關名稱	未標示廣告且 未揭示辦理機關			已標示廣告惟 未揭示辦理機關			未標示廣告惟 已揭示辦理機關			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
													則，因誤以為在廣告版面刊登即可明示為廣告，不致產生誤解，因而疏於標示其為廣告。未來辦理類此案件時，將依預算法第 62 條之 1 規定辦理。
內政部	-	-	2	-	-	3	-	-	2	-	-	7	本案經洽內政部說明，該部未依預算法第 62 條之 1 規定辦理之則數均係廠商回饋項目，其中辦理「街坊出招社區培力營」及「跨越愛的黑海電影欣賞及映後座談」等 4 則，係考量媒體刊載版面位置即屬於廣告欄位，且刊載內文已說明該二活動主辦機關即該部，符合預算法第 62 條之 1 所規定之精神，爰未再特別標示「廣告」或「辦理機關」；另辦理「第 16 屆身心障礙楷模金鷹獎表揚典禮」，係因廠商疏漏未完整揭露，該部嗣後加強履約管理，務必全面檢視各類宣導品皆完整揭露主辦單位及廣告字樣，以避免類似情形再次發生。
內政部消防署及 所屬	-	-	-	-	-	-	3	263,701	-	3	263,701	-	本案經洽內政部說明，該部消防署因本案宣導內容為民眾防震安全正確常識，爰依預算法第 62 條之 1 執行原則規定，符合攸關國家安全、社會秩序、



機關名稱	未標示廣告且 未揭示辦理機關			已標示廣告惟 未揭示辦理機關			未標示廣告惟 已揭示辦理機關			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
													公共利益、基本民生或人民生命財產安全之宣導方面，簽請機關首長核定，免刊登「廣告」二字，以俾免誤導民眾並落實宣導民眾防震安全正確常識。
法務部行政執行署及所屬	-	-	-	-	-	-	1	8,000	-	1	8,000	-	本案經洽法務部說明，本案係臺南分署辦理執行業務之宣導，101 年度於中華日報上刊登「行政執行 Q&A」1 則，因考量宣導內容及方式已公開、透明，無涉及置入性行銷，且不影響行政中立、新聞自由及人民權益，故未標示廣告。惟嗣後將確實依預算法第 62 條之 1 執行原則等相關規定辦理。
經濟部工業局	-	-	-	1	31,500	-	1	8,000	-	2	39,500	-	本案經洽經濟部說明如下： 一、101 年度「精密模具高值化推動計畫」，有關刊登於台灣區模具工業同業公會 101 年度發行之「台灣模具及製品總攬」第 113 頁之「最專業的-模具技術研究團隊」，未標示辦理機關，該部工業局已於 102 年 7 月 4 日發函(工金字第 10200588520 號)通知執行單位(財團法人金屬工業研究發

機關名稱	未標示廣告且 未揭示辦理機關			已標示廣告惟 未揭示辦理機關			未標示廣告惟 已揭示辦理機關			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
													<p>展中心)，辦理該筆廣告金額(金額總計 31,500 元)限期繳回。</p> <p>二、101 年度「因應貿易自由化加強輔導型產業之智慧型自動化環境建構輔導計畫」於 101 年 7 月 19 日蘋果日報刊登「2012 經濟部中區產業徵才博覽會」平面媒體政策宣導，未標示廣告，該部工業局已於 102 年 7 月 4 日發函(工化字第 10200586910 號)通知執行單位(財團法人鞋類暨運動休閒科技發展中心)辦理該筆廣告金額(總金額 8,000 元)限期繳回。</p> <p>三、該部工業局已檢討並督促計畫執行單位確實改善，確依預算法第 62 條之 1 規定於明顯處標示「工業局廣告」字樣。</p>
蒙藏委員會	-	-	-	-	-	-	23	126,000	-	23	126,000	-	<p>本案經洽蒙藏會說明，該會 101 年 7 至 12 月辦理「在那遙遠的地方－中國大陸少數民族藝術歌舞巡演活動」期間，23 則平面媒體報導未標示廣告，究其整體作業單純，僅將此藝文活動消息傳遞社會大眾知悉，期使民眾有機會參與本次藝文活動，且宣傳內容</p>

機關名稱	未標示廣告且 未揭示辦理機關			已標示廣告惟 未揭示辦理機關			未標示廣告惟 已揭示辦理機關			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
													並未隱藏機關名稱，非屬新聞採購性質，應無置入性行銷之疑義。
行政院農業委員會	-	-	-	-	-	-	1	20,000	-	1	20,000	-	<p>本案經洽農委會說明如下：</p> <p>一、本案係配合 2012 台北國際發明暨技術交易展，宣導該會農業館 4 天展期技術發表項目及民眾互動之活動時間表，刊登於經濟日報創新與發明專刊，介紹 2012 台北國際發明暨技術交易展與農業相關訊息。</p> <p>二、爾後辦理各項政策宣導案件時，將依相關規定辦理。</p>
行政院農業委員會林務局	-		-	-	-	-	1	30,000	-	1	30,000	-	<p>本案經洽農委會說明，該會林務局辦理平面媒體宣導案件時，皆遵守預算法第 62 條之 1 規定，然本案卻於修正細部內容，重新編排時，誤刪「廣告」二字，日後辦理類似政策宣導案件，將加強廣告內容之校正工作，並持續宣導相關法案，避免遺漏情事再次發生。</p>
行政院勞工委員會	1	166,731	-	-		-	1	100,000	-	2	266,731	-	<p>本案經洽勞委會說明如下：</p> <p>一、有關「未標示廣告且未揭示辦理機關」1 則計 16 萬 6,731 元部分，係刊登「勞委會明年升格勞</p>

機關名稱	未標示廣告且 未揭示辦理機關			已標示廣告惟 未揭示辦理機關			未標示廣告惟 已揭示辦理機關			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
													<p>動部，拼國家勞動力」報導，由於該則報導攸關勞動者之公共利益，相關與談人之公共政策討論意見不代表該會立場，且宣導內容及方式已公開、透明，無涉置入性行銷，亦不影響行政中立、新聞自由及人民權益，於標示「廣告」後，將有損及其公信力、真實性，故經簽奉核定依預算法第62條之1執行原則第參點二及三（一）得免予適用預算法第62條之1規範範圍。</p> <p>二、有關「未標示廣告惟已揭示辦理機關」1則計10萬元部分，係刊登「性別平等暨友善員工措施專題」連載，全案共刊登11則，其中10則均已依規定標示「廣告」二字，另1則因廠商排版時漏標示「廣告」字樣，校稿時亦未發現，致漏列「廣告」二字。</p>
衛生福利部（原 行政院衛生署）	-	-	-	-	-	-	1	106,772	-	1	106,772	-	<p>本案經洽原衛生署說明，本案為101年9月27日於今周刊，標題為「充實偏遠醫療服務、守護偏鄉居民健康」，於文稿中業已揭示辦理機關，惟本案</p>

機關名稱	未標示廣告且 未揭示辦理機關			已標示廣告惟 未揭示辦理機關			未標示廣告惟 已揭示辦理機關			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
													性質屬於公共利益之宣導，爰依預算法第 62 條之 1 執行原則，簽准後免予加註廣告。
衛生福利部食品藥物管理署（原行政院衛生署食品藥物管理局）	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	本案經洽原衛生署說明，本次回饋係廠商自行撰寫之消息稿，惟未確實依預算法第 62 條之 1 規定，標示「廣告」字樣於稿內，實有疏漏。未來如有類似回饋項目，將加強溝通並確實督導廠商落實標示「廣告」字樣，以符合預算法之規定。
營業基金	9	52,000	-	0	-	-	0	-	-	9	52,000	-	
台灣自來水股份有限公司	9	52,000	-	-	-	-	-	-	-	9	52,000	-	<p>本案經洽經濟部說明如下：</p> <p>一、台水公司因業務所需，致需於平面媒體刊登宣導節水、用水安全等廣告文宣，惟部分區處人員因未諳相關法規致未依預算法第 62 條之 1 規定標示為廣告並揭示辦理機關。</p> <p>二、該公司總管理處業於 101 年 11 至 12 月間以函文方式向各區管理處（承辦及決策階層）提供廣宣業務正確做法及宣達執行預算法第 62 條之 1 之相關規定，並於 102 年 5 月 6 日以台水行字第</p>

機關名稱	未標示廣告且 未揭示辦理機關			已標示廣告惟 未揭示辦理機關			未標示廣告惟 已揭示辦理機關			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
													1028000613 號函成立該公司廣 宣業務聯繫窗口及採行預審制 度，嚴格要求各區管理處不得再 違反相關規定。
非營業特種基金	2	70,000	-	1	250,000	1	176	697,540	-	179	1,017,540	1	
能源研究發展基金	1	30,000	-	-	-	-	-	-	-	1	30,000	-	<p>本案經洽經濟部說明如下：</p> <p>一、有關能源研究發展基金項下「能源產業溫室氣體盤查及減量之輔導與推動」委辦計畫於101年12月18日於工商時報活動資訊版刊登「能源局推動產業溫室氣體減量成效佳」一案，係委辦單位財團法人工業技術研究院委託公關公司辦理相關宣導，惟該公司認此部分屬媒體運作，故未標示「廣告」及「辦理機關」。</p> <p>二、本案委辦單位業於102年4月17日(工研會字第1020005315號函)繳回相關費用。</p> <p>三、嗣後辦理相關宣導活動時，將加強約束委辦單位應依預算法第62條之1及「政府機關政策文宣規劃執行注意事項」規定辦理，無論係以何種型態辦理政策宣</p>



機關名稱	未標示廣告且 未揭示辦理機關			已標示廣告惟 未揭示辦理機關			未標示廣告惟 已揭示辦理機關			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
													導，均應明確標示廣告及辦理機關，並不得以置入性行銷方式進行。
石油基金	1	40,000	-	-	-	-	-	-	-	1	40,000	-	本案經洽經濟部說明如下： 一、有關石油基金項下「低碳能源環境建構與整合發展應用計畫」101年8月30日於工商時報活動資訊版刊登「綠色科技創意應用競賽決戰 918」一案，係由委辦單位財團法人工業技術研究院執行，本報導未標示「廣告」及「辦理機關」，係遺漏刊登，該部能源局業促請該院注意改進。 二、本案委辦單位業於102年5月28日(工研會字第 1020007601 號函)繳回相關費用。 三、嗣後辦理相關宣導活動時，將加強約束委辦單位應依預算法第62條之1及「政府機關政策文宣規劃執行注意事項」規定辦理，無論係以何種型態辦理政策宣導，均應明確標示廣告及辦理機關，並不得以置入性行銷方式進行。



機關名稱	未標示廣告且 未揭示辦理機關			已標示廣告惟 未揭示辦理機關			未標示廣告惟 已揭示辦理機關			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
國軍退除役官兵 安置基金	-	-		-	-	-	8	31,000	-	8	31,000	-	<p>本案經洽退輔會說明如下：</p> <p>一、該會訓練中心為公告 101 年度下半年大場次就業媒合活動訊息，故於平面媒體刊登該場次活動內容，俾鼓勵待(轉)業榮民(眷)及一般民眾熱列參與廠商現場媒合就業徵才活動。</p> <p>二、本案因屬例行性業務活動，為能傳遞活動訊息，達成就業媒合目標，特在自由時報與中國時報 2 大報之地區分類廣告徵人版刊登活動訊息之方式辦理，故未再標示其為廣告。</p> <p>三、該會將函知所屬訓練、服務機構爾後辦理就業相關活動於平面媒體公告涉及政策宣導者，確依預算法第 62 條之 1 規定辦理。</p>
農村再生基金 (水土保持局執行部分)	-	-		1	250,000	-	-	-	-	1	250,000	-	<p>本案經洽農委會說明，本案於平面報紙已標示「廣告」二字，惟未揭示「辦理機關」，但文字內容中已敘明機關名稱(水土保持局)，爾後將依預算法第 62 條之 1 規定標示「廣告」及揭示「辦理機關」。另本案為活動報導及廣告之效果，應非涉及置入性行銷。</p>

機關名稱	未標示廣告且 未揭示辦理機關			已標示廣告惟 未揭示辦理機關			未標示廣告惟 已揭示辦理機關			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
就業安定基金	-	-		-	-	-	168	666,540	-	168	666,540	-	<p>本案經洽勞委會說明如下：</p> <p>一、查該會職業訓練局於就業安定基金預算項下辦理平面媒體政策宣導案件 168 則，刊登內容除「擴大就業，勞委會推動職訓產業」1 則外，其餘均屬徵才活動，且皆刊登在廣告版面，已可辨識其為廣告。</p> <p>二、另上開「擴大就業，勞委會推動職訓產業」，係該會職業訓練局邀請各方代表參與討論職業訓練產業發展之策略及做法，由於相關與談人之公共政策討論意見不代表該局立場，且宣導內容及方式已公開、透明，無涉置入性行銷，亦不影響行政中立、新聞自由及人民權益，於標示「廣告」字樣後，將有損其公信力、真實性，故經簽奉核定依預算法第 62 條之 1 執行原則第參點二及三（一）得免於適用預算法第 62 條之 1 規範範圍。</p>
藥害救濟基金	-	-		-	-	1	-	-	-	-	-	1	<p>本案經洽原衛生署說明，本次回饋係為廠商自行撰稿之消息稿，以符合該</p>

機關名稱	未標示廣告且 未揭示辦理機關			已標示廣告惟 未揭示辦理機關			未標示廣告惟 已揭示辦理機關			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
													雜誌版面一致性規格為主，廠商顧及版面空間小，僅於文字中說明主辦單位為藥害救濟基金會，未另外標示辦理機關(財團法人藥害救濟基金會及行政院衛生署食品藥物管理局)，實有疏漏。未來如有類似回饋項目，將加強溝通並確實督導廠商落實標示辦理機關及廣告，以符合預算法規定。

附表 2

中央政府各機關 101 年 7 至 12 月辦理平面媒體政策宣導案件未標示其為廣告或揭示辦理機關，
且涉有置入性行銷情形一覽表

單位：則、元

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
合計	2	206,772	-	1	8,000	-	39	1,110,921	1	42	1,325,693	1	
單位預算機關	2	206,772	-	1	8,000	-	26	410,731		29	625,503	-	
行政院	-	-	-	-	-	-	1	3,000	-	1	3,000	-	本案經洽行政院說明，台灣新生報刊登於「綜合新聞 5 版」，文末明示行政院南部聯合服務中心及「廣告」字句，原則符合各項要件，爾後將依相關規定辦理。
行政院研究發展 考核委員會	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	本案經洽研考會說明，本則 101 年 7 月 31 日刊登於聯合晚報之「救災模擬 4 萬人次通過火的考驗」，係屬廠商回饋案件，非採購標的之一且無經費支出。
文化部	-	-	-	-	-	-	1	115,000	-	1	115,000	-	本案經洽文化部說明，本案係為個案活動宣傳，無涉有置入性行銷。
行政院勞工委員會	1	100,000	-	-	-	-	1	166,731	-	2	266,731	-	本案經洽勞委會說明如下： 一、有關「未標示廣告惟已揭示辦理機關」之雜誌專刊 1 則計 10 萬元部分，係刊登「性別平等暨友善員工措施專題」連載，全案共刊登 11 則，其中 10 則均已依規

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
													<p>定標示「廣告」二字，另 1 則因廠商排版時漏標示「廣告」字樣，校稿時亦未發現，致漏列「廣告」二字。</p> <p>二、有關「未標示廣告且未揭示辦理機關」之新聞報導 1 則計 16 萬 6,731 元部分，係刊登「勞委會明年升格勞動部，拼國家勞動力」報導，由於本則報導攸關勞動者之公共利益，相關與談人之公共政策討論意見不代表該會立場，且宣導內容及方式已公開、透明，無涉置入性行銷，亦不影響行政中立、新聞自由及人民權益，於標示「廣告」後，將有損及其公信力、真實性，故經簽奉核定依預算法第 62 條之 1 執行原則第參點二及三（一）得免予適用預算法第 62 條之 1 規範範圍。</p>
衛生福利部（原 行政院衛生署）	1	106,772	-	-	-	-	-	-	-	1	106,772	-	<p>本案經洽原衛生署說明，經查本案為 101 年 9 月 27 日於今周刊，標題為「充實偏遠醫療服務、守護偏鄉居民健康」，於文稿中業已揭示辦理機關，並依預算法第 62 條之 1 執行原則簽准後免予加註廣告；另本篇內容</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													主要為說明該署於偏遠醫療之相關政策，並非置入於媒體報導，且已加註該署機關名稱，並無來文所提置入性行銷之情形。
法務部行政執行署及所屬	-	-	-	1	8,000	-	-	-	-	1	8,000	-	本案經洽法務部說明，本案係臺南分署辦理執行業務之宣導，101 年度 7 至 12 月於中華日報上刊登「行政執行 Q&A」，其中 1 則未標示其為廣告，係為法律宣導及執行程序的解說，因考量宣導內容及方式已公開、透明，無涉及置入性行銷，且不影響行政中立、新聞自由及人民權益，故未標示廣告。為符合法令規定，嗣後將確實依預算法第 62 條之 1 執行原則等相關規定辦理，今後並以嚴謹的態度配合政府機關政策文宣規劃執行並遵守注意事項規定辦理。
蒙藏委員會	-	-	-	-	-	-	23	126,000	-	23	126,000	-	本案經洽蒙藏會說明，該會 101 年 7 至 12 月辦理「在那遙遠的地方－中國大陸少數民族藝術歌舞巡演活動」期間，23 則平面媒體報導未標示廣告，究其整體作業單純，僅將此藝文活動消息傳遞社會大眾知悉，期使民眾有機會參與本次藝文活動，且宣傳內容並未隱藏機關名稱，非屬新聞採購性質，應無置入性行銷之疑義。

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
營業基金	-	-	-	-	-	-	9	52,000	-	9	52,000	-	
臺灣自來水股份有限公司	-	-	-	-	-	-	9	52,000	-	9	52,000	-	<p>本案經洽經濟部說明如下：</p> <p>一、台水公司因業務需要，致需於平面媒體刊登新聞稿宣導節水、用水安全之重要性，惟部分區處承辦人員因未諳法規致未依預算法第 62 條之 1 規定標示為廣告並揭示辦理機關，並非蓄意從事置入性行銷行為。</p> <p>二、該公司總管理處業於 101 年 11 至 12 月間以函文方式向各區管理處(承辦及決策階層)提供廣宣業務正確做法及宣達執行預算法第 62 條之 1 之相關規定，並於 102 年 5 月 6 日以台水行字第 1028000613 號函成立該公司廣宣業務聯繫窗口及採行預審制度，嚴格要求各區管理處不得再違反相關規定。</p>
非營業特種基金	-	-	-	-	-	-	4	648,190	-	4	648,190	-	
能源研究發展基金	-	-	-	-	-	-	1	30,000	-	1	30,000	-	<p>本案經洽經濟部說明，有關能源研究發展基金項下「能源產業溫室氣體盤查及減量之輔導與推動」委辦計畫於 101 年 12 月 18 日於工商時報活動資訊版刊登「能源局推動產業溫室氣體</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													減量成效佳」一案，係委辦單位財團法人工業技術研究院委託公關公司辦理相關宣導，惟該公司認此部分屬媒體運作，故未標示「廣告」及「辦理機關」，惟絕無涉置入性行銷情事。
石油基金	-	-	-	-	-	-	1	40,000	-	1	40,000	-	本案經洽經濟部說明，有關石油基金項下「低碳能源環境建構與整合發展應用計畫」101年8月30日於工商時報活動資訊版刊登「綠色科技創意應用競賽 決戰 918」一案，係由委辦單位財團法人工業技術研究院執行，本報導未標示「廣告」及「辦理機關」，係遺漏刊登，但絕無涉置入性行銷情事。
農村再生基金 (水土保持局執行部分)	-	-	-	-	-	-	1	250,000	-	1	250,000	-	本案經洽農委會說明，本案於平面報紙已標示「廣告」二字，惟未揭示「辦理機關」，但文字內容中已敘明機關名稱(水土保持局)，爾後將依預算法第62條之1規定標示「廣告」及揭示「辦理機關」。另本案為活動報導及廣告之效果，應非涉及置入性行銷。
就業安定基金	-	-	-	-	-	-	1	328,190	-	1	328,190	-	本案經洽勞委會說明，本則新聞報導係該會職業訓練局邀請各方代表參與討論職業訓練產業發展之策略及



機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
													做法，由於相關與談人之公共政策討論意見不代表該局立場，且宣導內容及方式已公開、透明，無涉置入性行銷，亦不影響行政中立、新聞自由及人民權益，於標示「廣告」字樣後，將有損其公信力、真實性，故經簽奉核定依預算法第 62 條之 1 執行原則第參點二及三（一）得免於適用預算法第 62 條之 1 規範範圍。



附表 3

中央政府各機關 101 年 7 至 12 月辦理平面媒體政策宣導案件已標示其為廣告及揭示辦理機關，
惟涉置入性行銷情形一覽表

單位：則、元

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
合計	15	2,294,720	2	30	120,840	-	155	16,544,485	4	200	18,960,045	6	
單位預算機關	15	2,294,720	2	30	120,840	-	129	14,410,985	2	174	16,826,545	4	
行政院青年輔導委員會及所屬	1	80,000	-	-	-	-	-	-	-	1	80,000	-	<p>本案經洽教育部說明如下：</p> <p>一、原行政院青年輔導委員會自 98 年起推動「青年創業貸款」，獲貸人數屢創新高，服務成效良好，為嘉惠初創業青年，自 101 年 8 月起，與經濟部中小企業處共同開辦「青年創業啟動金貸款」，提供青年創業第一桶金，鼓勵青年返鄉創業，期能增加在地就業機會，讓青年根留家鄉並繁榮地方經濟。</p> <p>二、為加強宣導此 2 項服務措施，以利民眾廣知，深入不</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													<p>同青年層面，期透過購買貼近地方之平面媒體，以刊登廣告方式宣導。購買「鄉間小路」月刊廣告，以生動活潑方式，呈現個案成功案例，可吸引主要讀者群為 20 歲至 40 歲之都會區年輕讀者，與「青年創業貸款」及「青年創業啟動金貸款」2 項服務鼓勵青年返鄉創業之目的及申辦服務對象年齡層契合，且廣告內容亦依預算法第 62 條之 1 規定標示為廣告及主辦機關，並無涉及置入性行銷。</p> <p>三、另本項報導係青年創業輔導業務所衍生，是項職掌已配合組改，移撥經濟部中小企業處。</p>
行政院研究發展考核委員會	5	1,015,000	-	-	-	-	-	-	-	5	1,015,000	-	<p>本案經洽研考會說明如下：</p> <p>一、於 101 年 8 月 22 日刊登於天下雜誌，標題為「沒有最好，只有更好-全面打造『揪感心』的政府感動服務」：該會負責行政院及所屬機</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													<p>關為民服務工作之推動與考核，引導各機關全方位提升服務品質，回應民眾需求及社會期待。本則業依預算法第 62 條之 1 規定，標示其為廣告及揭示辦理機關，且刊載內容係對政府機關推動為民服務之標竿案例及績效列舉呈現，應無涉置入性行銷之疑義。</p> <p>二、於 101 年 9 月 1 日刊登於遠見雜誌，標題為「『資通創新、整合用心』政府的服務越來越行！」：該會負責行政院及所屬機關為民服務工作之推動與考核，引導各機關全方位提升服務品質，回應民眾需求及社會期待。本則業依預算法第 62 條之 1 規定，標示其為廣告及揭示辦理機關，且刊載內容係對政府機關推動為民服務之標竿案例及績效列舉呈現，應無涉置入性行銷之疑義。</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													<p>三、於 101 年 12 月 12 日及 13 日，分別刊登於天下雜誌及今週刊，標題為「政府組織改造，漸進調整，穩健向前」：行政院組織法已自 101 年 1 月 1 日開始施行，由原 37 個部會逐步精實至 29 個部會，截至 101 年 12 月 13 日止已有 16 個新機關施行。考量社會各界對政府組織改造多有期許與指教，有必要讓民眾瞭解本次組改調整重點及相關效益，俾利推動組織改造作業，以文化部為例，該部整合相關出版產業、廣播電視產業、電影管理等文化事權，以強化國際文化交流，提升臺灣軟實力，並全力推動文化創意產業；另以財政部為例，在促參業務移撥該部後，與既有之國有財產業務相輔相成，讓國有土地之活化與地方公共建設順利結合，有效擴大促參案源與商機，增進</p>



機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													<p>民間投資管道，以提升經濟動能；再以我國學前教育體制為例，教育部整併原中教司、國教司及中部辦公室等單位職掌，設三級機關教育部國民及學前教育署，配合幼托整合（幼兒教育及照顧法）施行，將由該署統籌負責2歲至入國民小學前幼兒教保服務事項，提升教保服務人員專業素養、提高教保服務品質，達到周全照顧幼兒及充分維護幼兒教保權益的政策目標。本案業依預算法第62條之1規定，明確標示其為廣告且揭示辦理機關（行政院研考會）名稱，應無涉置入性行銷之疑義。</p> <p>四、於101年12月20日，刊登於財訊雙週刊，標題為「掌握E政府的多元行動應用服務，追求夢想賺百萬人人可行」：本案係為了讓未參加說明會之民眾也能知曉生</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													活理財相關之優質電子化政府服務，故透過雜誌刊載介紹，民眾能更加瞭解及使用，應無涉置入性行銷之疑義。
行政院公共工程委員會	3	320,000	-	-	-	-	-	-	-	3	320,000	-	<p>本案前經洽工程會說明如下：</p> <p>一、該3則雜誌報導，係依該會訂頒之民間參與公共建設金擘獎頒發作業要點第2點第2項第1款規定，該會得製作活動專輯或電視採訪節目，廣為宣傳，以表彰其優良事蹟，先予敘明。</p> <p>二、為獎勵民間經營團隊，該會委託專業服務廠商對得獎之民間機構進行專訪及介紹其所經營之個案，以增加後續民間資金投入公共建設誘因。該專訪已於頁面標示辦理機關及廣告，以明確讓讀者了解本專訪報導為廣告，爰應非屬置入性行銷。</p> <p>三、另本項促參業務職掌已配合組改，移撥財政部。</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
教育部體育署 (原行政院體育委員會所屬)	-	-	-	-	-	-	4	92,000	-	4	92,000	-	本案經洽教育部說明，關於「101年運動城市調查專題報導案」101年11月22至25日中華日報共4則政策宣導廣告，主要就推動全民運動政策進行說明，讓民眾了解提升規律運動人口重要性之政策宣導，未有涉及置入性行銷情形。
文化部	-	-	-	-	-	-	12	2,355,500	-	12	2,355,500	-	<p>本案經洽文化部說明如下：</p> <p>一、「第32則（文資局）」：本案係為個案活動宣傳，無涉置入性行銷。</p> <p>二、「第176、177、180、181、185、186則（人文司）」：已依預算法第62條之1規定標示辦理機關名稱及廣告字樣。</p> <p>三、「第188則（人文司）」：「周六在台中遇見電子書」已依預算法第62條之1規定標示辦理機關名稱及廣告字樣。</p> <p>四、「第189則（人文司）」：「電子書創作賽 入圍名單公布」已依預算法第62條之1</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													<p>規定標示辦理機關名稱及廣告字樣。</p> <p>五、「第 190 則（人文司）」：雲端圖書館 遇見電子書「來借電子書 ipad 抽回家」已依預算法第 62 條之 1 規定標示辦理機關名稱及廣告字樣。</p> <p>六、「第 197 則（人文司）」：首屆「電子書創作大賽」起跑，已依預算法第 62 條之 1 規定標示辦理機關名稱及廣告字樣。</p> <p>七、「第 198 則（人文司）」：「電子書創作大賽 報名囉」已依預算法第 62 條之 1 規定標示辦理機關名稱及廣告字樣。</p>
銓敘部	2	540,500	-	-	-	-	-	-	-	2	540,500	-	<p>本案經洽銓敘部說明如下：</p> <p>一、該部於雜誌專刊辦理平面媒體政策宣導之案件，包括於天下雜誌刊登「績效管理論表現 激勵政府效能」及於遠見雜誌刊登「升級國家競爭力 把公職當成一份志</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													<p>業」2則。該2則宣導內容均無涉置入性行銷情事。</p> <p>二、其中「績效管理論表現 激勵政府效能」部分：</p> <p>(一) 本則宣導係為讓社會大眾瞭解公務人員考績法修正草案內容，非以新聞方式呈現，且內容中絕無記者報導之形式或字樣，又本則宣導於左上角明顯標示「銓敘部廣告」字樣，位置顯眼易見，應無使民眾誤認為新聞報導之置入性行銷疑慮。</p> <p>(二) 又本宣導係為建立績效導向之文官制度，取得人民對文官制度之信賴，屬於公益性質，且宣導內容及方式均公開、透明，並未涉及首長個人及政績宣導，未有影響行政中立事宜。</p> <p>三、另「升級國家競爭力 把公職當成一份志業」部分：本則宣導係於101年7月份遠</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	購買 則數	金額	廠商 回饋 則數	
													見雜誌，刊載公共服務日設立緣起、目的及意義等政策宣導，達到宣揚推動設立公共服務日之理念，已明確揭示辦理機關為「考試院」及清楚標示為「廣告」，宣導內容與方式均公開、透明，未涉及首長個人及政績宣導，亦無違反行政中立、新聞自由或損及人民權利義務，因此並無置入性行銷之實質內容或疑慮。
內政部營建署及所屬	1	240,954	-	-	-	-	-	-	-	1	240,954	-	本案經洽內政部說明，本案係配合行政院莫拉克颱風災後重建委員會「加強重建文宣計畫」，以跨頁廣告於天下雜誌刊登莫拉克災後三周年政府與民間協力完成之重建成果，為使政策宣導內容真實呈現並使民眾了解以達文宣效益，故廣告內容係以敘述重建過程、訪談參與重建相關民間團體及政府部門首長等方式呈現，尚無置入性行銷之情形。
內政部入出國及	-	-	2	30	120,840	-	-	-	-	30	120,840	2	本案經洽內政部說明如下：

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
移民署													<p>一、廠商回饋則數計 2 則，金額 0 元：該宣導內容係廠商為避免著作權糾紛主動徵求該部入出國及移民署同意，刊登在該公司相關外文雜誌，免費服務外籍人士，讓外籍人士得到更多在臺生活之相關訊息，並非替該部入出國及移民署行銷，無置入性行銷情形。</p> <p>二、已標示廣告惟刊登報紙專欄計 30 則，金額 120,840 元：該部入出國及移民署國際生活環境電子報(Taiwan What' s up?)服務對象為即將來臺或在臺之外籍人士，報導內容係外籍人士在臺之生活資訊，委辦公司中國郵報社股份有限公司表示將電子報廣告刊登於該報專欄較符合電子報刊物性質。該部入出國及移民署辦理平面媒體宣導採購，皆已依規定將預算法第 62 條之 1 規定納入合約。</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
國立海洋科技博物館籌備處	1	49,600	-	-	-	-	-	-	-	1	49,600	-	本案經洽教育部說明，本項宣導內容主要係為宣達國立海洋科技博物館籌備處之籌建進度，並增進社會大眾對籌建進度、社區營造及教育推廣活動之認識與了解；另籌建工程即為現行之主要職掌及業務，故有其關聯性，無置入性行銷之情事。
法務部廉政署	-	-	-	-	-	-	1	95,000	-	1	95,000	-	<p>本案經洽法務部說明如下：</p> <p>一、本案所指係該署 102 年刊登於時報周刊第 1819 期之「貪腐除根，廉潔深耕」特別報導。</p> <p>二、本項報導係以刊登於廣告版面即以廣告方式呈現，於廣告版面上標示「廣告」二字及辦理機關「法務部廉政署」等字樣，因此並無涉入置入性行銷之情形。</p>
經濟部	3	347,666	-	-	-	-	36	3,291,790	-	39	3,639,456	-	<p>本案經洽經濟部說明如下：</p> <p>一、有關所列該部技術處、商業司、投資處計 39 則政策宣導，其辦理內容主要係公開科技專案研發技術、推廣科技專案成果，或為推動電子</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													<p>商務等，透過記者會或安排專訪、召開論壇、舉辦研討會、建立產業聯盟等方式進行媒體曝光報導，冀望讓社會大眾及產、官、學、研各界充分瞭解；或為積極主動回應媒體及各界對投保協議的各項質疑，以凝聚社會共識，而將座談會各專家發言情形彙整記錄報導，且係於該媒體廣告版面刊登。</p> <p>二、以上 39 則政策宣導，無論係以雜誌專刊或媒體報導方式呈現，皆已依據預算法第 62 條之 1 規定，明確標示其為廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱，亦無影響該平面媒體報導之公正及客觀性，應無置入性行銷之疑慮。</p>
經濟部工業局	1	241,500	-	-	-	-	74	8,036,195	2	75	8,277,695	2	<p>本案經洽經濟部說明如下：</p> <p>一、該部工業局刊登平面媒體廣告 75 則，主要係辦理競賽、頒獎活動、培訓課程及產業發展專題活動報導等政策</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													<p>宣導事項，為利即時性活動訊息之廣宣，冀以快速完整之方式呈現，相關廣告雖刊於報紙產業版，惟仍屬經常性廣告版位刊登規格；工業局業依預算法第 62 條之 1 規定，明確標示其為廣告且揭示「工業局」為辦理機關，並無涉置入性行銷。</p> <p>二、有關廠商回饋 2 則一節，經查原調查表中，第 203 則、第 211 則及第 212 則係該部工業局委託資策會辦理「數位學習與典藏產業推動計畫」所刊登於聯合報之政策廣告，因收取之廣告費係以一次付清 126,000 元方式辦理，爰第 203 則金額填列 126,000 元，第 211 則及第 212 則之金額則填列數為 0 元，實非回饋性質。</p>
非營業特種基金	-	-	-	-	-	-	26	2,133,500	2	26	2,133,500	2	
運動發展基金	-	-	-	-	-	-	6	1,850,500	2	6	1,850,500	2	<p>本案經洽教育部說明如下：</p> <p>一、購買廣告 6 則，包含：</p> <p>(一) 101 年 10 月 28 日自由時</p>



機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													<p>報一運動產業新契機行政院體委會推動觀光之政策宣導廣告1則，主要就推動運動觀光政策進行宣導，茲因本項輔導作業係屬創新措施，業者及民眾對其中規定皆尚未熟稔，為政策意旨能讓各界知悉，爰須藉由較多之文字據以進行政策說明，並未有涉及置入性行銷情形。</p> <p>(二)101年7月19聯合晚報一舉重搶倫敦奧第一金之政策宣導廣告1則，主要係配合2012年倫敦奧運會辦理，刊登我國奪牌重點運動「舉重」之比賽日期及實力評析，以讓更多民眾了解我國選手參賽情形，藉由宣導喚起更多民眾一起為中華健兒加油，共享4年一度奧運饗宴，並未有涉及置入性行銷情形。</p>



機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													(三) 101 年 12 月 22 日聯合晚報－優秀運動選手輔導照顧制度化開路之政策宣導廣告 1 則，主要係 101 年 7 月 20 日總統與體育團體座談會，部分代表提案建議運動員就業管道，經總統裁示「請將選手培訓、照顧相關措施及資訊，以淺顯易懂的文字加強宣導，使社會大眾明瞭政府照顧選手的各項措施」，為提升社會大眾對於我國競技運動環境之信心，俾由少年時期即投入競技訓練，於未來 8 至 12 年達到成才之目標，並避免選手斷層影響我國未來之國際競賽成績，即以優秀運動選手輔導照顧制度化開路案，配合國家體育政策宣導，提高更多青少年參與高強度競技運動之意願，並未有涉及置入性行銷情形。

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													<p>(四) 101 年 12 月 25 日聯合晚報－迎接世大運全民一起來之政策宣導廣告 1 則，由於世大運向有小奧運之稱，爭得 2017 年台北世界大學運動會，實屬不易，前行政院體育委員會為體育最高主管機關，也是爭取世大運的一份子，亦將責無旁貸宣導「2017 年世界大學運動會」，使更多民眾了解及參與，也說明未來培訓計畫執行策略，令民眾更支持爭辦國際賽會之積極作為，並未有涉及置入性行銷情形。</p> <p>(五) 101 年 7 月 28 日自由時報－周六樂活專輯 E5-E8 環台自行車道路線及 101 年 8 月－樂活單車 Lohas32 期 P158 自行車道路網等政策宣導廣告 2 則，由於喜好自行車活動民眾眾多，對於良善自行</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													<p>車道路網之需求殷切，該政策宣導內容主要係讓民眾了解政府後續自行車道建置重點，並未有置入性行銷情形。</p> <p>二、廠商回饋廣告 2 則，包含：</p> <p>(一) 101 年 7 月 14 日聯合報一體委會建構全臺自行車道路網之政策宣導廣告 1 則，由於喜好自行車活動民眾眾多，對於良善自行車道路網之需求殷切，該政策宣導內容主要係讓民眾了解政府後續自行車道建置重點，並未有置入性行銷情形。</p> <p>(二) 101 年 10 月 26 日民眾日報－國民運動中心進入工程興建階段之政策宣導廣告 1 則，因民眾對國民運動中心需求甚為殷切，本項宣導內容主要係讓民眾了解相關作業之進度，並未有置入性行銷情形。</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
國立高雄應用科技大學校務基金	-	-	-	-	-	-	4	110,000	-	4	110,000	-	<p>本案經洽教育部說明如下：</p> <p>一、101年7月22日青年日報－高應大財經系所合併 開拓教學領域之政策宣導廣告 1則，主要就該校財稅及財經系所合併進行宣導，茲因系所合併屬創新變革，學生家長及各界民眾對因應調整之教學方向及未來出路多有不解，為上述變革能讓各界知悉，爰須藉由較多之文字據以進行說明，並未有涉及置入性行銷情形。</p> <p>二、101年7月24日少年中國晨報－高應大財稅系 更名財稅管理系之政策宣導廣告 1則，主要就該校財稅及財經系所合併並更名進行宣導，茲因系所合併及更名屬創新變革，學生家長及各界民眾對因應調整之教學方向及未來出路多有不解，為上述變革能讓各界知悉，爰須藉由較多之文字據以進行說明，並未有涉及置入性</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													<p>行銷情形。</p> <p>三、101年7月24日新新聞報—高應大校友服務組長 熱心助人 蔡平賜為學校與校友搭起溝通橋樑之政策宣導廣告1則，主要就該校校友聯絡暨職涯輔導中心進行宣導，茲因該校校友多於產業服務及創業，為加強產學合作，不僅可提供產業即時之技術援助，也可增加及輔導學生未來就業媒合，須串聯整合校友力量，為此項服務功能及服務窗口可讓各界知悉，爰須藉由較多之文字據以進行說明，並未有涉及置入性行銷情形。</p> <p>四、101年7月26日中華日報—高應大蔡平賜 校友聯繫橋樑之政策宣導廣告1則，主要就該校校友聯絡暨職涯輔導中心進行宣導，茲因該校校友多於產業服務及創業，為加強產學合作，不僅可提供產業即時之技術援</p>

機關	雜誌專刊			報紙專欄			新聞報導			合計			機 關 說 明
	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	購買則數	金額	廠商回饋則數	
													助，也可增加及輔導學生未來就業媒合，須串聯整合校友力量，為此項服務功能及服務窗口可讓各界知悉，爰須藉由較多之文字據以進行說明，並未有涉及置入性行銷情形。
觀光發展基金	-	-	-	-	-	-	16	173,000	-	16	173,000	-	<p>本案經洽交通部說明如下：</p> <p>一、該部觀光局於新聞報導所採購之廣告，均以推廣宣傳觀光資源及所舉辦之活動為出發點，藉以吸引更多旅客至該局所轄風景區參與各項觀光活動、慶典等，並提升當地觀光產值，應無置入性行銷之虞。</p> <p>二、爾後，該部觀光局將更積極要求辦理政策宣導確依相關規定辦理，以免造成外界質疑與爭議。</p>

附表4

中央政府各機關 101 年 7 至 12 月辦理平面媒體政策宣導案件有須檢討事項一覽表

檢 討 事 項	機 關 說 明
<p>行政院於 101 年 8 月 24 日東方日報、9 月 10 日更生日報刊載「居家防汛準備」(金額分別為 9,600 元及 10,000 元)及自來水股份有限公司於同年 9 月 14 日更生日報刊載「珍惜水資源,節約用水」(金額 2,500 元)等政策宣導,載內容尚包含行政院東部聯合服務中心及其執行長暨全體同仁、自來水公司第九區管理處經理暨全體同仁,祝賀各該報業創刊誌慶等,上開作為是否允適,建請檢討。</p>	<p>一、行政院： (一)行政院東部聯合服務中心任務包括提供民眾所需資訊、諮詢、服務及輔導事項。該中心刊載防汛宣導期間適逢地方重要媒體創刊週年,爰配合透過與媒體間良性互動關係廣為政府宣導重大政策。 (二)花東兩家平面媒體長期為政府政策發聲及溝通民意,惟為避免爭議,該中心往後辦理政策宣導業務時,將避免同時刊載祝賀詞。</p> <p>二、經濟部： 因花東地區地處偏遠,全國性報紙報載地方新聞極為有限,地區新聞輿情僅更生日報與東方報二報社。本廣告之創刊誌慶依據預算法第 62 條之 1 已列註廣告、單位名稱,並無違法之虞。至於內容中「自來水公司第九區管理處經理暨全體同仁,祝賀各該報業創刊誌慶」,係民俗祝賀熱忱之意,無置入性行銷意圖之不當情事。</p>