

## 摘要

「微收視時代」的來臨使得媒體的廣告營收大不如前，經營日益困難，「置入性行銷」逐漸成為媒體另闢財源的最佳管道。本研究以三立偶像劇《命中注定我愛你》為研究對象，檢視商品類型、置入型態與商品訊息之間的相關性。本研究之發現與建議如下：

一、對置入贊助商而言，選擇使用戲劇置入能帶來以下優點：

1. 戲劇置入能以劇情彌補商品的相反特性，以更完整的方式呈現商品利益
2. 可以在不同橋段中呈現多樣化的商品訊息，或重複強調單一訊息
3. 劇情所賦予的象徵意義使得商品的存在更具說服力
4. 「場景置入」可呈現企業形象和品牌精神，並具體化服務的「不可觸知性」

二、未來實務界可依以下三點做為判斷商品是否適合使用「戲劇置入」之標準：

1. 商品「載具性質」的有無
2. 商品「與運鏡融和之程度」高低與否
3. 商品之「外型」是否為銷售的主打強調重點

三、偶像劇《命中注定我愛你》之特殊置入型態如下，值得實務界參考：

1. 對白：以品名、活動或意涵替代商品名稱，隱藏其後強烈的說服企圖
2. 情節：賦予「神奇功能」增添商品魅力
3. 置入型態：「角色置入」使商品反客為主
4. 置入元素：巧妙地呈現在戲劇中的各種不同位置

若置入商品能以自然巧妙的方式呈現，不中斷觀眾收視情緒，並以不干涉文本創作者的創意發揮空間為前提，「戲劇置入」定能提升戲劇節目的拍攝品質，並改善本土文化創意產業之國際競爭力，成為贊助商、製片商、置入代理商與閱聽眾間的「四贏」行銷策略。