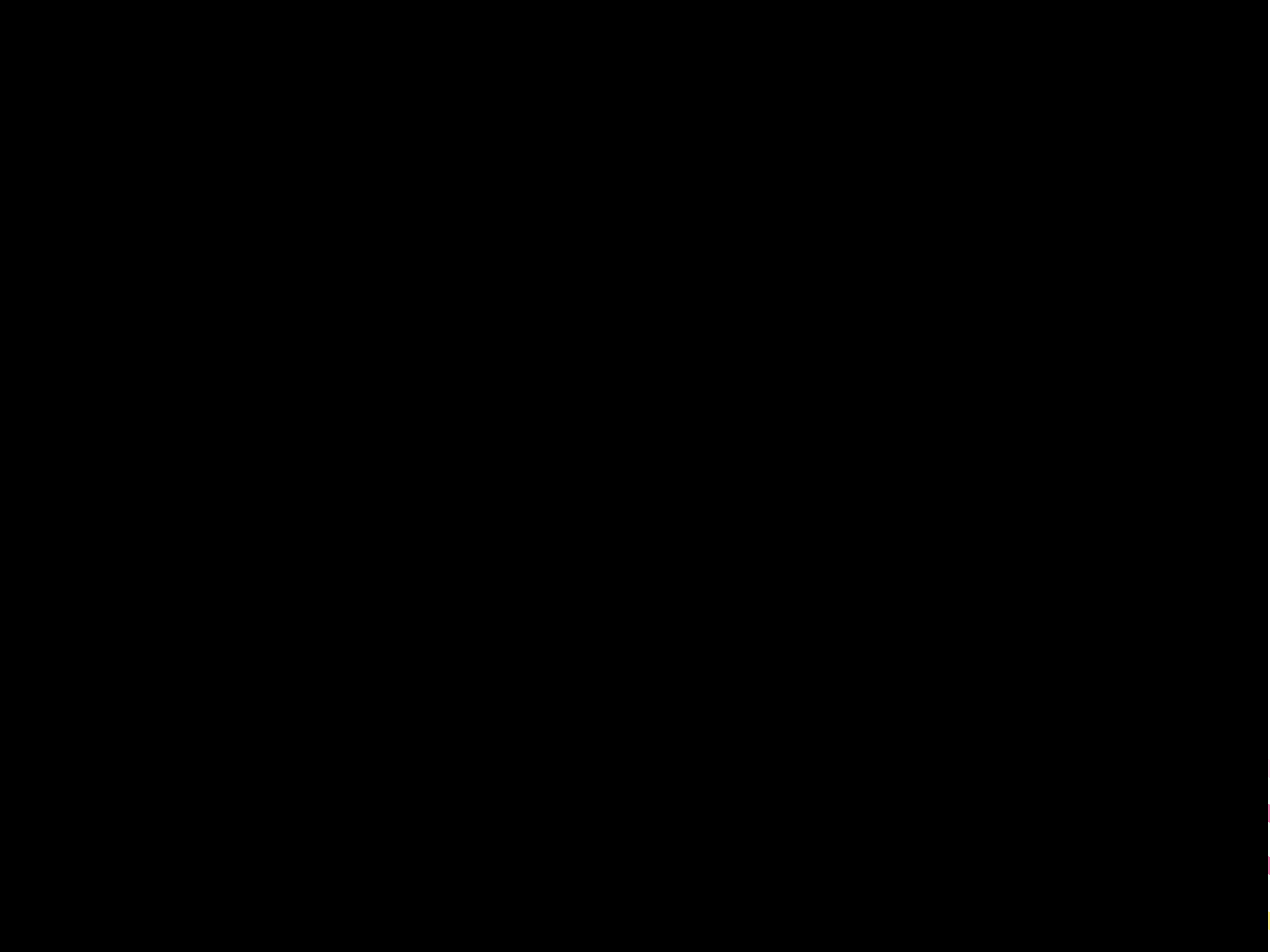
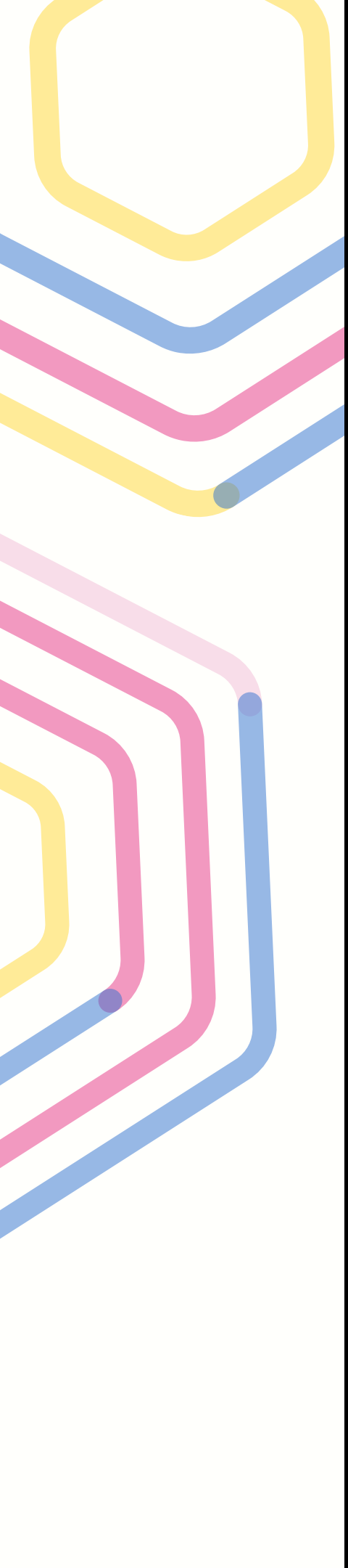


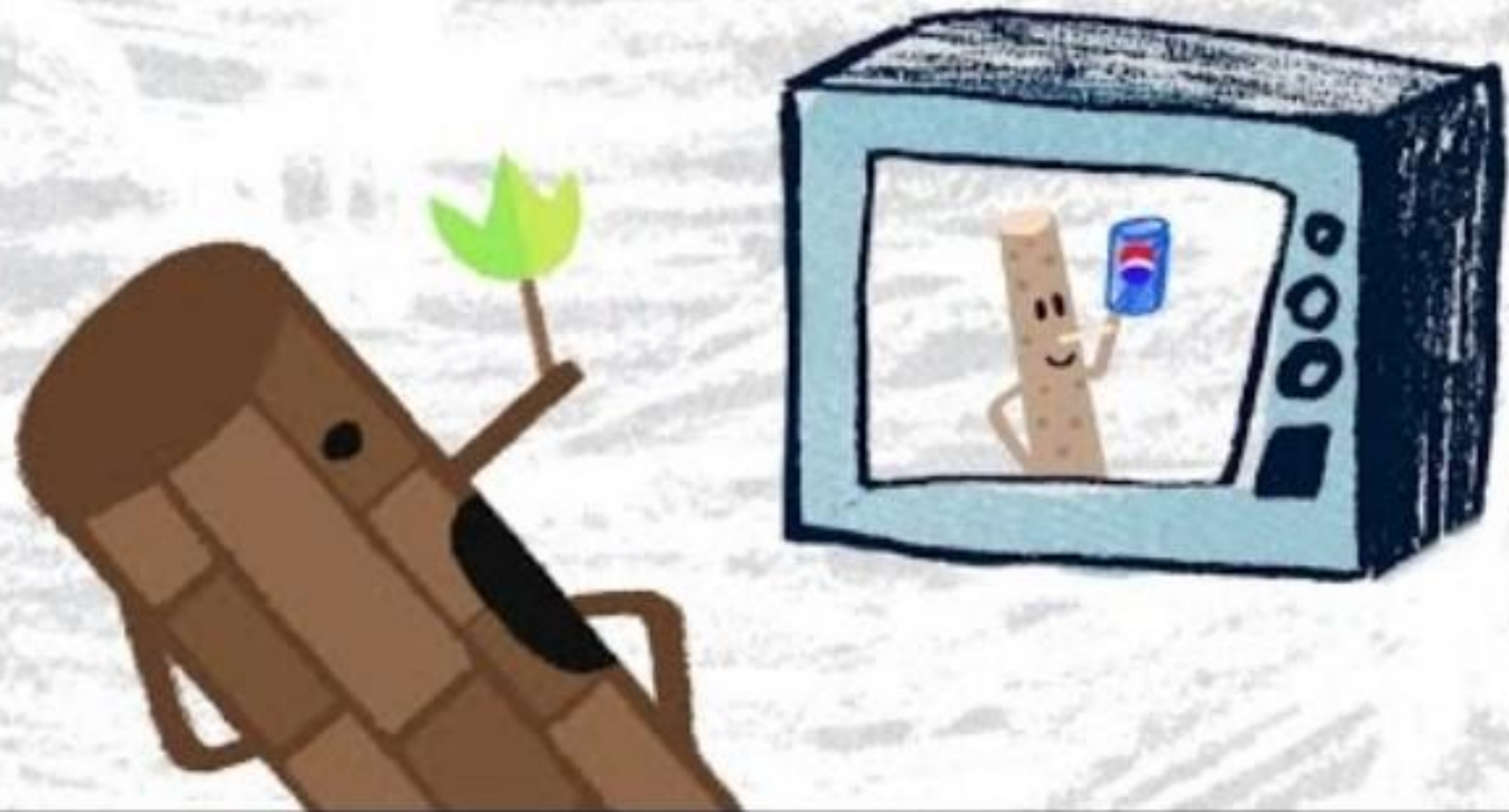
公民生活







置入性行銷



單元二 媒體識讀

置入性行銷



置入性行銷

根據美國行銷學會對於廣告的定義，「置入性」具有四個條件：

1. **付費購買**媒體版面或時間。
2. 訊息必須**透過媒體**擴散來展示與推銷。
3. 推銷標的物可為**具體商品、服務或抽象觀念**。
4. 明示廣告主。



置入性行銷

巧妙的手法

刻意將行銷事物置入既存媒體。

曝光率

藉由既存媒體來達成廣告效果。

行銷手段

行銷事物和既存媒體不一定相關，
一般閱聽人也不一定能察覺。





置入性行銷



最常見的置入性行銷為於**電影**或**電視節目**畫面中刻意置入特定**靜態擺設道具**或**演員所用的商品**，而要置入的商品必須付費給電影或電視節目製作單位；試圖在觀眾不經意、低涉入的情況下，減低觀眾對廣告的抗拒心理。

不過行銷得太過火、太浮濫、太誇張的情形，會出現廣告化的歪曲現象。



世間情

SCT 3



牡丹

蓄水量 40.33%

畫面翻攝:YouTube

"廣告拍真好!" 戲劇置入太強 四萬人狂點

中國時報 海研五號沉沒 船長大副有疏失

台北



14~18

苗栗縣

06:42:31



台北

商品行銷經理 余俊宏

畫面翻攝:YouTube



19~23

臺南市

戲劇瘋置入行銷 劇本.秒數怎喬揭密

18:17:02

粉絲興奮 屏東彩稻藝術節吸睛 熊大兔兔現身稻田

「它」靠這招躋身亞洲第2
韓劇置入王4ni!?