

調查報告 (公布版)

壹、案由：僑務委員會推動「全球僑愛、心繫臺灣」系列影片製播案，由○○公司（下稱○視）得標，惟經審計部認定○視製播之「踏出地平線、僑見全世界」系列影片第1、2集，片尾標示機關名稱與廣告字體過小，違反〈預算法第六十二條之一執行原則〉。另立法院預算中心認定○視將標案部分訪問，搶先於111年4月7日與17日以「獨家新聞」方式公開播映，且未標示辦理機關名稱及加註「廣告」，僑委會應釐清相關情形是否有侵害智慧財產權問題。究○視履行標案有無符合相關法令、僑委會有無依契約監督及驗收○視製播成果、如何避免類似情形再次發生等情事，均有調查之必要。

貳、調查意見

緣審計部於民國（下同）111年6月間查核認定僑務委員會（下稱僑委會）委託○○股份有限公司（下稱○視）製播「踏出地平線、僑見全世界」系列影片第1、2集，片尾標示機關名稱與「廣告」字體過小，違反〈預算法第六十二條之一執行原則〉¹。另立法院預算中心（下稱預算中心）於同年10月間提出之僑委會110年度單位決

¹ 110年6月9日總統令修正公布〈預算法〉第62條之1第1項規定：「基於行政中立、維護新聞自由及人民權益，政府各機關暨公營事業、政府捐助基金百分之五十以上成立之財團法人及政府轉投資資本百分之五十以上事業，編列預算於平面媒體、廣播媒體、網路媒體（含社群媒體）及電視媒體辦理政策及業務宣導，應明確標示其為廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱，並不得以置入性行銷方式進行。」惟考量部分宣導標示廣告後，可能有損及其公信力、真實性，或不符他國法令等情形，致影響政策宣導之效果，爰在不逾越該法立法意旨之前提下，於101年6月8日訂定〈預算法第62條之1執行原則〉並於110年12月15日修正及名稱變更為〈預算法第六十二條之一執行原則〉，明定「宣導內容及方式已公開、透明，無涉置入性行銷，且不影響行政中立、新聞自由及人民權益者，於標示廣告後，有損及其公信力、真實性，或不符他國法令等情形，始得免予適用本法第1項有關「應明確標示其為廣告」之規定。前項情形仍應揭示辦理或贊助機關、單位名稱。」

算評估報告指出，○視將標案部分訪問內容分別於111年4月7日及17日以「獨家新聞」方式公開播映，且未標示辦理機關名稱及「廣告」，然上開「獨家新聞」之製播（或剪輯）是否出自於該案影片拍攝內容，或係運用該案製作經費拍攝，有待僑委會查明釐清並依採購案契約書有關智慧財產權相關規範注意妥處。究○視履行標案有無符合相關法令、僑委會有無依契約監督及驗收○視製播成果、如何避免類似情形再次發生等情事，均有調查之必要。

案經僑委會²、行政院主計總處（下稱主計總處）³、預算中心⁴、審計部⁵、國家通訊傳播委員會（下稱通傳會）⁶、經濟部智慧財產局（下稱智財局）⁷、財團法人公共電視文化事業基金會（下稱公視基金會）⁸函復相關資料。嗣於112年2月24日詢問僑委會綜合規劃處郭處長、通傳會電臺與內容事務處林處長、○視新聞台蔡副台長等相關人員。本案調查完成，茲臚列調查意見如下：

- 一、僑委會辦理「全球僑愛、心繫臺灣」系列影片採購案由○視得標，審計部查核○視已製播完成並公開播映之第1、2集時，認定片尾標示機關名稱及「廣告」之字體過小，未符〈預算法第六十二條之一執行原則〉肆之三規定之比例原則，於111年6月2日函請僑委會研謀改善。經僑委會於同月15日聲復「考量本案節目內容係屬公益性質，宣導方式已公開透明，又節目標示廣告字樣後，恐有損及其公信力及真實性，經參據〈預算法〉第62條之1立法意旨及其執行原則，免予適用有關標示『廣告』之規定，並於節目之片頭及片尾

² 僑委會111年11月21日僑訊字第1110087038號函。

³ 主計總處111年11月21日主預國字第1110019117號函。

⁴ 預算中心111年11月14日台立算字第1111200318號函。

⁵ 審計部111年11月15日台審部一字第1110068311號函。

⁶ 通傳會111年11月21日通傳內容字第11100594950號函。

⁷ 智財局111年11月18日智著字第11100039240號函。

⁸ 公視基金會111年11月30日(111)公視基字第1110002347號函。

明確標示『中華民國僑務委員會委託製播』字樣」，經審計部認定「尚稱允適」，並經本院調查確認第3~12集已於節目片頭、片尾放大僑委會機關標示及委託製播字體，本案已執行完畢且無爭議。

(一)僑委會辦理「全球僑愛、心繫臺灣」系列影片採購案由○視得標：

- 1、僑委會為強化僑社聯繫服務，提供海內外僑胞與國內民眾溝通管道，辦理「全球僑愛、心繫臺灣」系列影片採購案，採購預算新臺幣（下同）1,200萬元，經依〈政府採購法〉規定以公開招標之最有利標方式，於110年10月29日以1,199萬4,000元決標予○視，履約期限自110年10月30日至111年12月23日止，工作項目為製作僑胞對臺灣貢獻之系列影片「踏出地平線、僑見全世界」12集，每集片長約45分鐘，另剪輯成30秒電視廣告播出版本各1支，並視該會需要配合剪輯成6分鐘影片2支。
- 2、得標廠商○視之工作內容包含企劃、拍攝、後製、審查、播出及交付等，並應分3期完成下列事項：
 - (1) 第1期於110年12月31日前完成工作計畫書及第1集影片；第2期於111年6月30日前完成第2~6集影片；第3期於111年12月23日前完成第7~12集影片。
 - (2) 各期影片經僑委會審查通過完成驗收後，分別撥付契約總價金之30%、30%、40%。
- 3、僑委會已依契約分別撥付第1期款359萬8,200元、第二期款359萬8,200元及第三期款479萬7,600元予○視，該會辦理本案政策及業務宣導之執行情形已依〈預算法〉第62條之1第2項規定

⁹公布於該會網站「政策及業務宣導專區」¹⁰。

(二)審計部查核○視已製播完成並公開播映之第1、2集時，認定片尾標示機關名稱及「廣告」之字體過小，未符〈預算法第六十二條之一執行原則〉肆之三規定之比例原則，於111年6月2日函請僑委會研謀改善：

1、審計部查核情形：

(1)依主計總處110年12月15日修正之〈預算法第六十二條之一執行原則〉肆之二及三規定，各機關編列預算於四大媒體辦理政策及業務宣導，應確實依該執行原則及〈政府機關政策文宣規劃執行注意事項〉¹¹辦理；各機關依〈預算法〉規定標示廣告之方式，參照〈衛星廣播電視法施行細則〉第11條第3項¹²略以：「……所定標示，應明顯可辨識，……」，以「廣告」二字之字級大小符合比例原則為宜。又據僑委會「全球僑愛、心繫臺灣」影片製作採購案契約書第2條履約標的(三)及第9條履約標的品管(十)3.規定，本案應確實依照〈政府機關政策文宣規劃執行注意事項〉及〈預算法〉第62條之1之規定，辦理政策宣導，應明確標示其為「廣

⁹「前項辦理政策及業務宣導之預算，各主管機關應就其執行情形加強管理，按月於機關資訊公開區公布宣導主題、媒體類型、期程、金額、執行單位等事項，並於主計總處網站專區公布，按季送立法院備查。」

¹⁰經由主計總處網站/資訊公開/中央政府各主管機關政策宣導資訊查詢平台(https://www.dgbas.gov.tw/News_hyperlink.aspx?n=3824&sms=11494)，點選僑委會主管，連結至僑委會網站(<https://www.ocac.gov.tw/OCAC/Pages/List.aspx?nodeid=1353>)。

¹¹為增進民眾瞭解政府重大施政議題，政府有責任也有義務把政策內容透過各項宣導方式清楚傳達，惟政府機關進行文宣規劃及執行時必須嚴格區分廣告與新聞之界線，行政院100年1月13日院臺聞字第1000090931號函頒〈政府機關政策文宣規劃執行注意事項〉，要求政府機關辦理政策宣導不得以置入性行銷方式進行；政府機關為加強政策宣導得委託辦理行銷活動，採購媒體通路得執行廣告、夾報廣告、贊助或委託製播節目等，也應明確揭示辦理或贊助機關名稱。

¹²〈衛星廣播電視法施行細則〉第11條第3項規定：「本法第36條第2項所定標示，應明顯可辨識，並於廣告開始時全程疊印。」〈衛星廣播電視法〉第36條第2項規定：「單則廣告時間超過三分鐘或廣告以節目型態播送者，應於播送畫面上標示廣告二字。」

告」，且揭示辦理或贊助機關（單位）名稱等。

(2) 經查本案已公開播映之「踏出地平線、僑見全世界」系列第1集及第2集影片，每集影片片尾雖標示機關名稱及「廣告」二字，惟字體與同畫面之監製單位字樣相較，有明顯落差，實難謂已完全符合〈預算法〉第62條之1有關「機關辦理政策宣導，應明確標示其為『廣告』，且揭示辦理機關名稱」，及〈預算法第六十二條之一執行原則〉有關「廣告」二字之字級大小符合比例之規定。僑委會允應檢討改善影片審查及驗收作業，督促○視應於後續製作之各集影片時，明確標示辦理機關名稱及「廣告」二字，字級大小並應符比例原則，暨加強注意影片製播過程應符合〈預算法〉相關規定。

(3) 審計部以111年6月2日台審部一字第1110059153號函致僑委會：「貴會110年度財務收支及決算，經依法派員抽查，據報核有須請辦理事項，詳見附發審核通知，請於文到15日內依附表格式逐項查填惠復。」

2、預算中心決算評估報告亦指出僑委會辦理「全球僑愛、心繫臺灣」系列影片採購案執行結果，有未符〈預算法第六十二條之一執行原則〉之虞，允待改善：

(1) 僑委會辦理「全球僑愛、心繫臺灣」影片製作採購案之得標廠商○視分別於110年12月17日及111年2月16日完成「踏出地平線、僑見全世界」系列影片第1集及第2集初剪，並配合該會審查意見修正影片內容後提交影片成品，嗣該會完成影片修正內容正確性之校對，便於該會僑務電子報YouTube頻道、得標廠商自有管道及

平臺（包括：新聞臺有線電視頻道、主頻無線頻道、教育體育文化頻道無線頻道及MOD頻道等）公開播映。

- (2) 經審計部查核該會110年度財務收支及決算時發現，該案已公開播映之「踏出地平線、僑見全世界」系列第1集及第2集影片，每集影片片尾雖標示機關名稱及「廣告」二字，惟字體與同畫面之監製單位字樣相較，有明顯落差，實難謂已完全符合〈預算法〉第62條之1，有關機關辦理政策宣導，應明確標示其為「廣告」，且揭示辦理機關名稱，及〈預算法第六十二條之一執行原則〉有關「廣告」2字之字級大小符合比例之規定。

3、除字體大小爭議以外，111年4月23日媒體報導有立法委員質疑僅在影片最後1秒才標註「僑委會廣告」¹³，該會隨即於翌(24)日在官網發布新聞稿澄清「標示大小與時間長度則依據影片製作專業考量及慣例，在最後15秒以跑馬燈方式逐一系列出製作團隊及委託單位（即僑委會「廣告」字樣，出現時間），○視監製與僑委會廣告並列長達6秒¹⁴，並於當日經媒體報導¹⁵。

4、第1集及第2集影片片尾出現僑委會名稱及「廣告」字樣擷圖：

- (1) 第1集片尾6秒(53:10~53:15)，左下角僑委會廣告框與中間之○視監製框相比確實較小¹⁶：

¹³ 詳見111年4月23日23:36聯合報，<https://udn.com/news/story/6656/6262283>。

¹⁴ <https://www.ocac.gov.tw/OCAC/Pages/Detail.aspx?nodeid=3018&pid=39038567>。

¹⁵ 詳見111年4月24日13:06聯合報，<https://udn.com/news/story/6656/6262913>。

¹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=-GMy6ao5beM>。



【踏出地平線 僑見全世界】EP1 | 僑胞大愛助泰北建校 | 公益兼顧台泰外交 | 疫中送暖捐物資濟貧 | 20211227



(2) 第2集片尾6秒(48:55~49:00)，左下角僑委會廣告框與中間之○視監製框相比確實較小：¹⁷

¹⁷ https://www.youtube.com/watch?v=4Hb_F-2fGH0。



【踏出地平線 僑見全世界】EP2 僑界菁英洄游 扎根台灣站穩世界 | 翁啟惠、翁嘉盛、潘健成、陳士駿、吳進昌



(三)僑委會於111年6月15日聲復「考量本案節目內容係屬公益性質，宣導方式已公開透明，又節目標示廣告字樣後，恐有損及其公信力及真實性，經參據〈預算法〉第62條之1立法意旨及其執行原則，免予適用有關標示『廣告』之規定，並於節目之片頭及片尾明確標示『中華民國僑務委員會委託製播』字樣」，經審計部認定「尚稱允適」：

1、僑委會對審計部查核結果之聲復情形：

- (1) 本案原依據〈預算法〉第62條之1規定，於本案契約書第2條第3款載明：「本案應確實依照政府機關政策文宣規劃執行注意事項及預算法第62條之1之規定，辦理政策宣導，應明確標示其為『廣告』，且揭示辦理或贊助機關(單位)名稱，並不得以置入性行銷方式進行。」爰○視於製作本案節目「踏出地平線、僑見全世界」時，均於節目標示「該會機關名稱」及「廣告」字樣，且未以置入性行銷方式進行；惟經立法院多位立委反映本案該會機關名稱及「廣告」標示太小以及標示時間太短，爰該會於111年4月25日於「全球僑愛、心繫臺灣」第3集影片審片會議決議，請○視日後播出節目時，調整放大該會機關名稱及「廣告」標示並增長秒數。
- (2) 然有關本案「廣告」標示部分，經○視於111年5月24日函知僑委會表示，其接獲通傳會通知，其承作本案製作「踏出地平線、僑見全世界」節目，因片尾標示「廣告」字樣，經通傳會認定整集節目內容皆為廣告，此舉違反〈廣播電視法〉(下稱〈廣電法〉)第31條，有關廣告播出之時間規定，將依規定予以裁罰，且後續播出本節目若持續標示「廣告」字樣，將可能面臨累計加重裁罰，爰請僑委會同意進行本案契約變更。
- (3) 本案○視於111年5月20日函請通傳會函釋〈預算法〉第62條之1與〈廣電法〉第31條立法衝突事，並表示本案係為遵守本案契約第2條約定，依據〈預算法〉第62條之1規定於本節目片尾標示「廣告」字樣及辦理機關單位名稱，清楚揭

露預算來源，製作內容為紀錄僑胞對臺灣貢獻之人物紀實影片，實質內容應屬節目，並非政策宣導廣告；僑委會亦建請通傳會應實質認定本案為「節目」，而非因〈預算法〉之要求標示「廣告」而認定為廣告。

- (4) 嗣經通傳會以111年6月1日通傳內容字第11100280091號函知僑委會，因〈廣電法〉對於廣告並未區分為商業廣告或政策宣導廣告，且由於〈預算法〉對於廣告亦無定義，故應回歸廣電法令對於廣告之規定，爰該會對於各機關辦理政策宣導，凡依〈預算法〉第62條之1規定標示「廣告」者，均依其標示認定為廣告，並納入廣告時間計算，故認定本案整集節目內容皆為廣告，違反〈廣電法〉第31條有關廣告播出之時間規定。
- (5) 通傳會上開函文亦表示主計總處於101年6月8日訂定〈預算法第62條之1執行原則〉，並於110年12月15日予以修正同時名稱修正為〈預算法第六十二條之一執行原則〉，其中列有各機關編列預算於廣電媒體辦理之政策及業務宣導，得免於適用〈預算法〉第62條之1第1項有關「應明確標示其為廣告」之規定，惟仍應揭示辦理或贊助機關、單位名稱，故非所有政府機關於廣電媒體辦理之政策及業務宣導均須標示「廣告」。
- (6) 基於〈預算法〉第62條之1與〈廣電法〉確有扞格，僑委會經復查〈預算法〉第62條之1立法意旨：「本法係期藉由應明確標示廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱之強制性作為，使政府機關團體辦理之政策及業務宣導得以公開、透

明，杜絕置入性行銷之疑慮，以達維護行政中立、新聞自由及人民權益之目的。」同法執行原則參之二亦載明：「宣導內容及方式已公開、透明、無涉置入性行銷，且不影響行政中立、新聞自由及人民權益者，於標示廣告後，有損及其公信力、真實性，或不符他國法令等情形，得免予適用該條第1項有關『應明確標示其為廣告』之規定」；考量本案節目內容係為闡述僑胞對臺灣之貢獻，係屬公益性質，宣導方式已公開、透明，無涉置入性行銷，且不影響行政中立、新聞自由及人民權益；另節目標示「廣告」字樣後，恐有損及其公信力及真實性，經參據〈預算法〉第62條之1立法意旨及其執行原則，免予適用〈預算法〉第62條之1第1項有關標示「廣告」之規定，並於節目之片頭及片尾明確標示「中華民國僑務委員會委託製播」字樣，以達〈預算法〉第62條之1要求政府機關編列預算辦理政策及業務宣導時，嚴守行政中立、維護新聞自由及人民權益之宗旨。

- (7) 本案業經簽報機關首長已核定免予適用〈預算法〉第62條之1第1項有關標示「廣告」之規定，並變更原契約書第2條第3款條文為：「本案應確實依照政府機關政策文宣規劃執行注意事項、預算法第62條之1及同法執行原則之規定，辦理政策宣導，應揭示辦理或贊助機關（單位）名稱，並不得以置入性行銷方式進行」。
- (8) 上開說明僑委會業以111年6月8日僑訊字第1110077807號函復通傳會，並副知主計總處及審計部；另以111年6月15日僑主審字第1110800209號函復審計部「聲復審計部抽查110

年度財務收支及決算審核通知事項辦理情形表」在案。

2、主計總處就本案說明如下：

- (1) 本案原依〈預算法〉第62條之1規定，於製作節目時均標示機關名稱及「廣告」字樣，惟經立法院多位立委反映機關名稱及「廣告」標示太小及標示時間太短，爰僑委會於111年4月25日影片審片會議決議，後續將調整放大機關名稱及「廣告」標示，並增長標示秒數。
- (2) 嗣經通傳會函以，因〈預算法〉對於廣告無定義，爰通傳會對於各機關辦理政策宣導並標示「廣告」者，均回歸廣播電視法令對於廣告之規定認定為廣告，並納入廣告時間計算，故認定本案違反〈廣電法〉第31條有關廣告播出時間之規定。另表示，依〈預算法第六十二條之一執行原則〉，列有各機關於廣電媒體辦理之政策及業務宣導，得免於適用〈預算法〉第62條之1第1項有關「應明確標示其為廣告」之規定，故非所有政府機關於廣電媒體辦理之政策及業務宣導均須標示「廣告」。
- (3) 案經僑委會參據〈預算法〉第62條之1立法意旨及其執行原則，考量本案節目內容係為闡述僑胞對臺灣之貢獻，係屬公益性質，內容及宣導方式已公開透明，無涉置入性行銷，且不影響行政中立、新聞自由及人民權益；另節目標示「廣告」字樣後，恐有損及其公信力及真實性，經該會簽報機關首長核定後，認定符合免予適用〈預算法〉第62條之1第1項有關應明確標示「廣告」之情形，惟為確保宣導內容公開透明，俾符合〈預算法〉第62條之1之規範，該會仍將

於節目片頭及片尾明確標示「中華民國僑務委員會委託製播」字樣，並調整放大機關名稱及增長標示秒數。未來執行類此案件，亦將嚴加遵守〈預算法〉第62條之1與〈廣電法〉等相關法令之規定。

3、通傳會就本案說明如下：

- (1) 〈預算法〉第62條之1係於100年1月26日公布施行，因實務執行迭起爭議，101年1月13日召開「研商政府機關政策文宣規劃執行相關事宜會議」，經蒐整各方意見後，考量該法主要係期藉由應明確標示廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱之強制性作為，使政府機關團體辦理之政策宣導得以公開、透明，杜絕置入性行銷之疑慮，以達維護行政中立、新聞自由及人民權益之目的。惟考量部分宣導標示廣告後，可能有損及其公信力、真實性，或不符他國法令等情形，致影響政策宣導之效果，爰在不逾越立法意旨之前提下，於101年6月8日訂定〈預算法第62條之1執行原則〉，其中列有各機關編列預算於廣電媒體辦理之政策及業務宣導，得免於適用〈預算法〉第62條之1第1項有關「應明確標示其為廣告」之規定，已針對條文扞格爭議予以調和，故非所有政府機關於廣電媒體辦理之政策及業務宣導均須標示「廣告」。該執行原則於101年間訂定後，主計總處於101年6月12日函送各行政機關，並依此執行至今。
- (2) 針對○視於111年5月20日函請釋示〈預算法〉第62條之1與〈廣電法〉第31條之立法衝突，該會業於111年6月1日函復○視說明，於主計總處訂定執行原則後予以調和，實際執行上尚無扞

格之處；如廣電媒體承接政府機關標案，認為其標案屬可適用執行原則得免予標示之情形，應由該機關自行簽報機關首長或其授權代簽人核定後免予標示（在本案中為僑委會）。

- (3) 有關廣告字體大小，審計部認為違反〈預算法第六十二條之一執行原則〉部分，因預算法規範的是政府機關，通傳會監理對象是○視，而○視非屬編列預算辦理政策及業務宣導者，尚非該執行原則所適用之對象。

4、另請公視基金會就本案說明如下：

- (1) 依契約第2條，於本節目片尾標示「廣告」字樣及辦理機關單位名稱，以符合相關規定。
- (2) 〈預算法〉第62條之1僅要求應明確標示其為「廣告」且揭示辦理或贊助機關、單位名稱，但針對圖文大小、露出長度並無明確準則，「廣告」字樣尺寸大小是由僑委會提供，並經僑委會審片會議確認露出方式後播出。針對「廣告」標示的部分，在案主同意的情況下，未來會放大標示。
- (3) 通傳會於111年5月3日致函○視，指《踏出地平線》節目因標示「廣告」字樣，恐涉違反〈廣電法〉第31條廣告播送時間規定，並給予警告。
- (4) ○視於111年5月11日函復通傳會陳述意見書，並於同月20日再次行文通傳會，請求函釋〈預算法〉第62條之1與〈廣電法〉第31條之立法衝突。通傳會111年6月1日通傳內容字第11100280091號函復表示：❶〈廣電法〉對於廣告並未區分為商業廣告或政策宣導廣告，且由於〈預算法〉對於廣告亦無定義，因此對各機關辦理政策宣導標示「廣告」者，該會均認定

為廣告，並納入廣告時間計算。②主計總處於110年12月15日修正〈預算法第六十二條之一執行原則〉，其中列有各機關編列預算於廣電媒體辦理之政策及業務宣導，得免於適用〈預算法〉第62條之1第1項有關「應明確標示其為廣告」之規定，惟仍應揭示辦理或贊助機關、單位名稱，故非所有政府機關於廣電媒體辦理之政策及業務宣導均須標示「廣告」。③○視來函所詢之事，業經主計總處訂定執行原則後予以調和，實際執行上尚無扞格之處。

- (5) ○視就《踏出地平線》影片之廣告認定問題，與僑委會溝通達成「只揭示辦理或贊助機關、單位名稱，不標示『廣告』」之共識，以避免涉及置入、廣告超秒之爭議。《踏出地平線》自第3集起，片頭及片尾皆取消「廣告」字樣，另放大加註僑委會機關圖樣與「中華民國僑務委員會委託製播」，並增長露出秒數，清楚揭露預算來源，後續並無任何爭議。

5、另本院詢問僑委會表示本案已執行完畢，無相關爭議待解決：

- (1) 本案於111年6月15日函復審計部聲復辦理情形，經審計部表示「經核尚稱允適」，本案已無相關爭議待解決。
- (2) 本案已完成第1集至第12集影片，並依本案契約及服務建議書約定於○視自有管道進行首播與重播，以及上架該會僑務電子報YouTube頻道，全案執行完畢，第三期款479萬7,600元業經驗收合格後撥付。
- (3) 該會綜合規劃處郭處長於詢問時表示：當時主計單位要求依照〈預算法〉第62條之1來進行「廣

告」之標示，但該條未明定廣告要多大多小，所以在審片會議，委員長、副委員長及各業務主管都在場，大家都認為有合於法律規定去標示，因此沒人特別表示要把字體放到多大。會議中在意的是有無呈現僑胞對臺灣的貢獻，主要討論在這件事。因為僑委會有依照規定做，後來審計部來查核也認為無太大問題。後來通傳會來函告知僑委會，因〈廣電法〉有規定電視節目的廣告不得超秒，但因為主計單位要求一定要遵照〈預算法〉第62條之1規定標示「廣告」，但後來通傳會告知有廣告超秒的規定，當時有跟通傳會解釋，僑委會這一系列的節目並非〈廣電法〉所稱之廣告，而是就僑胞對臺灣的貢獻訪談僑胞的節目。不過通傳會來函表示既然有標示「廣告」，整個節目就算是廣告，違反廣告超秒的規定，準備裁罰○視。後來經過僑委會法規及主計單位去瞭解，如果在電視上播出，得簽准依〈預算法第六十二條之一執行原則〉之例外規定，可以不標示「廣告」，但仍應明確標示機關委託製播的字眼。後來僑委會內部上簽經首長核定，片頭及片尾標示「中華民國僑務委員會委託製播」來解決這件事。

6、有關僑委會之聲復內容是否妥適，經審計部函復本院表示「經核尚稱允適」。

(四)經本院調查確認第3~12集已於節目片頭、片尾放大僑委會機關標示及委託製播字體：

1、第3~12集節目片頭放大僑委會機關標示及委託製播字體，擷圖如下：



2、第3~12集已於節目片尾放大僑委會機關標示及委託製播字體與○視監製框大小相當，擷圖如下：

(1) 第3集片尾17秒(51:14~51:30)：¹⁸



【踏出地平線 僑見全世界】EP3 看僑界菁英貢獻所長深根台灣、世界台商鮭魚返鄉獻策助台 | 林本堅、黃健榮、梁輝騰、林見松、楊呈偉



¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=fCxs9mf5ZXU>。

(2) 第4集片尾11秒(50:30~50:40)：¹⁹



【踏出地平線 僑見全世界】EP4 看台僑展現熱情 讓台灣與世界更緊密 | 田詒鴻、林榮松、沈裕明、陳葦蕓、康安禮、吳權益、李昌鈺



(3) 第5集片尾19秒(49:52~50:10)：²⁰

¹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=gnU0b4JCnwA>。

²⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=iR7F-TZjKA8>。



【踏出地平線 僑見全世界】EP5看台僑智庫發揮影響力 慈善外交拓展台灣國際能見度| 陳文彥、胡兌昀、楊信、鮑潘曉、江明信、高椿惠



(4) 第6集片尾64秒(45:57~47:00)：²¹



【踏出地平線 僑見全世界】EP6 看海外台僑世代交棒拚入聯 僑界菁英心繫台灣厚植僑民外交軟實力| 賴弘典、許伯丞、白越珠、張珮鑾、李德財

²¹ <https://www.youtube.com/watch?v=bvvGsaAuZcg>。



(5) 第7集片尾20秒(48:41~49:00) : ²²



【踏出地平線 僑見全世界】EP7看海外台僑挺台入世衛 僑界菁英以美食、音樂、觀光厚植僑民外交軟實力 | 傅佩芬、黃行德、黃郁珊、蔡采巖、李動壩



(6) 第8集片尾37秒(49:24~50:00) : ²³

²² <https://www.youtube.com/watch?v=DODi6xBa6ms> ◦

²³ <https://www.youtube.com/watch?v=Eg6XSZbRO1c> ◦



【踏出地平線 僑見全世界】EP8看海外台僑促進台美關係 持續壯大台灣站穩世界| 蘇姿丰、于金山、蔡仁泰、陳隆豐、黃百齡



(7) 第9集片尾36秒(48:25~49:00)：²⁴



【踏出地平線 僑見全世界】EP9看海外台僑聲援台灣加入CPTPP 僑界菁英厚植僑民外交軟實力| 林栢梧、陳秋燕、王錦昌、施郭鳳珠

²⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=kzBfK4Yj7Yo>。



(8) 第10集片尾32秒(49:29~50:00) : ²⁵



【踏出地平線 僑見全世界】EP10 看海外台僑發揮影響力深耕中南美洲 在地球另一端為台灣發聲 | 劉國華、斯碧 瑤、洪慈和、洪呂麗月、慕義教會、張崇斌、黃勝煌、江昭萱、劉秀珠



(9) 第11集片尾34秒(50:27~51:00) : ²⁶

²⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=hb1nkar1aUQ>。

²⁶ https://www.youtube.com/watch?v=0uVm4RaYo_U。



【踏出地平線 僑見全世界】EP11 台僑後代呼籲日本支持台灣加入WHO 僑領厚實台日交流基礎 | 洪里勝信（洪勝信）、新垣旬子（黃美卿）、王輝生、魏禧之、陳五福、李琴峰



(10) 第12集片尾32秒(48:29~49:00)：²⁷



【踏出地平線 僑見全世界】EP12 台僑深化台非交流 拓展商機創就業機會 推廣教育傳承文化 | 陳阡蕙、吳松柏、游萬豐、林政良、吳孟宗、簡湧杰

²⁷ https://www.youtube.com/watch?v=_rX6MDA9TFg。



(五)綜上，審計部查核○視已製播完成「全球僑愛、心繫臺灣」系列影片第1、2集時，認定片尾標示機關名稱及「廣告」之字體過小，未符〈預算法第六十二條之一執行原則〉肆之三規定之比例原則。惟經僑委會聲復「考量本案節目內容係屬公益性質，宣導方式已公開透明，又節目標示廣告字樣後，恐有損及其公信力及真實性，經參據〈預算法〉第62條之1立法意旨及其執行原則，免予適用有關標示『廣告』之規定，並於節目之片頭及片尾明確標示『中華民國僑務委員會委託製播』字樣」，經審計部認定「尚稱允適」，並經本院調查確認第3~12集已於節目片頭、片尾放大僑委會機關標示及委託製播字體，本案已執行完畢且無爭議。

二、審計部為前揭查核時，另指出○視疑將部分尚未播映之採訪內容自行先以「獨家新聞」播出，且未標示辦理機關名稱及廣告，衍生置入性行銷之疑義，並注意查明倘涉及履約標的所產出之智慧財產權情事，允應依契約規範查明妥處，於111年6月2日函請僑委會研謀改善。經僑委會於同月15日聲復「請大使引言，見證在當地所見僑胞對於臺灣的貢獻與付出，採訪問題亦經過討論；至其自行製作大使報導專訪部分，其內容並非該會事前審定題目，亦非屬本案契約範圍。且

○視110年已有計畫專訪派駐各國大使並編列預算，製播『獨家新聞』與本案影片拍攝內容無關，亦無運用本案經費」，經審計部認定「尚稱允適」，並經本院調查確認駐美代表於《踏出地平線》第5集之引言與其在111年4月7日○視獨家新聞中之發言內容、駐德代表於《踏出地平線》第3、7集之引言與其在111年4月17日○視獨家新聞中之發言內容截然不同，並無侵害智慧財產權之情形。

(一)審計部為前揭查核時，另指出○視疑將部分尚未播映之採訪內容自行先以「獨家新聞」播出，且未標示辦理機關名稱及廣告，衍生置入性行銷之疑義，並注意查明倘涉及履約標的所產出之智慧財產權情事，允應依契約規範查明妥處，於111年6月2日函請僑委會研謀改善：

1、審計部查核情形：

(1)依據僑委會「全球僑愛、心繫臺灣」影片製作採購案契約書第2條履約標的(三)及第14條權利及責任(三)規定，本案應確實依照〈政府機關政策文宣規劃執行注意事項〉及〈預算法〉第62條之1之規定，辦理政策宣導，不得以置入性行銷方式進行；廠商履約結果涉及履約標的所產出之智慧財產權者，以廠商為著作人，機關取得著作財產權，廠商並承諾對機關及其同意利用之人不行使其著作人格權等。經查得標廠商○視提供之影片製作服務建議書及工作計畫書載述，本案經依不同題材與面向，規劃12集之節目主題，並提供影片分集大綱及拍攝對象，其中第3集「臺美同盟」及第5集「在地深度連結」規劃訪問駐地大使有關臺美關係、臺德互動及合作等議題。

- (2) 惟查得標廠商○視已先將部分訪問內容分別於111年4月7日及17日以「獨家新聞」方式公開播映，且未標示辦理機關名稱及「廣告」。
 - (3) 另據僑委會於111年4月28日發布新聞稿略以，本案規劃出國採訪海外僑胞，且邀請駐地大使引言，說明在地僑胞於各領域對臺灣之貢獻與付出，均載明於契約附件之服務建議書內容，至於「獨家專訪」，報導大使個人對其他議題之看法，則非該契約內容，亦非該會要求等。
 - (4) 惟上開「獨家新聞」之製播（或剪輯）是否出自於本案影片拍攝內容，或係運用本案製作經費拍攝，有待僑委會查明釐清並依採購案契約書有關智慧財產權相關規範注意妥處。
 - (5) 按依〈預算法第六十二條之一執行原則〉之立法意旨，政府基於行政中立、維護新聞自由及人民權益，進行文宣規劃及執行時，必須嚴格區分廣告與新聞之界線，該會委託○視製播「踏出地平線、僑見全世界」系列共12集影片，係為傳達僑胞於各地貢獻之故事，以利國內民眾瞭解僑胞對臺灣之支持，凝聚僑胞向心力，為落實政府辦理政策及業務宣導，不得進行置入性行銷之原則，允應妥為審核驗收廠商後續提交之影片，並注意查明倘涉及履約標的所產出之智慧財產權情事，請依契約規範查明妥處。
- 2、預算中心決算評估報告亦指出僑委會辦理「全球僑愛、心繫臺灣」系列影片採購案，得標廠商疑將部分尚未播映之採訪內容自行先以「獨家新聞」播出，且未標示辦理機關名稱及「廣告」，衍生置入性行銷之疑義：
- (1) 依上開採購案需求說明書之四、工作項目及內

容略以，「僑胞對臺灣貢獻系列影片原則以3大層面及10項主題²⁸進行規劃製作，並視僑委會實際需要配合調整修正；得標廠商得依規劃及實際執行情形搭配訪問周邊親友及資料畫面；影片規劃參考內容則包括訪問僑委會委員長有關僑胞對臺灣之貢獻、訪問大使有關文化外交及僑胞參政等議題。」復據得標廠商依上開需求說明書內容提供之影片製作服務建議書及工作計畫書載述，本案經依不同題材與面向，規劃12集之節目主題，並提供影片分集大綱及拍攝對象（拍攝對象將視實際需要調整），其中第3集「臺美同盟」及第5集「在地深度連結」規劃訪問駐地大使有關臺美關係、臺德互動及合作等議題。

- (2) 惟經審計部於查核僑委會110年度財務收支及決算時發現，得標廠商已先將部分訪問內容(舉如：烏俄看臺灣、臺德友好)分別於111年4月7日及17日以「獨家新聞」方式公開播映，且未標示辦理機關名稱及「廣告」。雖據僑委會於111年4月28日發布新聞稿略以，本案規劃出國採訪海外僑胞，且邀請駐地大使引言，說明在地僑胞於各領域對臺灣之貢獻與付出，均載明於契約附件之服務建議書內容，至於「獨家專訪」，報導大使個人對其他議題之看法，則非該契約內容，亦非該會要求等。然上開「獨家新聞」之製播(或剪輯)是否出自於該案影片拍攝內容，或係運用該案製作經費拍攝，有待僑委會查明釐清並依採購案契約書有關智慧財

²⁸ 3大層面為國民外交、急難救助及經貿鏈結；10項主題則為僑胞慈善、文化外交、僑胞參政、雙邊關係、國際參與、僑胞對國人在海外之救助、對臺灣本地救助、臺灣企業投資及僑胞協助連結當地、僑胞返臺貢獻及僑胞人才貢獻。

產權相關規範注意妥處。

(二)僑委會於同月15日聲復「請大使引言，見證在當地所見僑胞對於臺灣的貢獻與付出，採訪問題亦經過討論；至其自行製作大使報導專訪部分，其內容並非該會事前審定題目，亦非屬本案契約範圍。且○視110年已有計畫專訪派駐各國大使並編列預算，製播『獨家新聞』與本案影片拍攝內容無關，亦無運用本案經費」，經審計部認定「尚稱允適」：

1、僑委會對審計部查核結果之聲復情形：

(1) 本案採訪重點均聚焦於僑胞貢獻，該會亦多次向○視強調採訪駐外代表部分並非著重其個人的貢獻，而是請駐外代表引言，由駐外代表敘述在當地所見僑胞對於臺灣的貢獻與付出，採訪問題亦經過討論；至其自行製作駐外代表報導專訪部分，其內容並非該會事前審定題目，亦非屬本案契約範圍。

(2) ○視業於111年5月11日召開自律諮詢委員會已向與會委員說明其於110年已有計畫專訪派駐各國大使並編列預算，製播「獨家新聞」與本案影片拍攝內容無關，亦無運用本案經費。說明內容摘述如下：

〈1〉關於○視新聞報導駐外大使新聞被質疑置入這部分，主要是因為從疫情以來臺灣外交有很大斬獲，從去年○視新聞台就已經有計畫專訪派駐各國的大使以及採訪法國總統大選，預算也有編列。因為僑委會的案子要到國外去就可以一併執行，在執行專案行有餘力之外，做了法國總統大選選前選民上街狀況、獨家曝光法國投開票所、歐洲如何和病毒共存、紐約地鐵槍擊案等12則Daily新聞報

導，這些和僑委會標案所委託製作的節目一點關係都沒有，這些新聞都是依據新聞室自主、因為新聞價值判斷而自行做的一些具有公共價值、國際性的新聞報導，而且○視是依據公司法成立的公司，在自負盈虧的公司體質下，出差一趟當然是要發揮最大的效益，記者除了做僑委會人文紀實節目內容外，還要掌握時間去做出12則優異且獨家的新聞報導，這在一般新聞台是會被大大獎勵且讚揚的，不但是新聞工作者「新聞魂」的大展現，也是新聞自由的展現，而且○視依據新聞價值與判斷做這些新聞，僑委會也完全不知情，他們也是後來看到新聞播出才知道，毫無任何置入之嫌，做Daily新聞跟僑委會專案節目一點關係都沒有。

〈2〉○視都有達成原來僑委會專案的任務，我們是做完專案行有餘力去做自己想做的新聞報導，所以這兩部分是完全分開的，而且互不相干，而且我們依新聞室自主來做這些Daily新聞，是我們自己決定的，跟僑委會無關，我們也沒有告訴僑委會我們想做什麼，因為那是我們用自己的時間去做新聞，是為了讓○視有好的內容獨家呈現，所以跟僑委會沒有相關，也沒有影響到任何僑委會的專案。

2、通傳會就本案說明如下：

(1) ○視新聞台於111年4月7日「1800整點新聞」及○視（主頻）同日「1900○視晚間新聞」，播出「烏俄看臺灣 陳雅琳獨家專訪駐美代表蕭美琴」報導；以及於4月17日「1500整點新聞」及○視（主頻）同日「1900○視晚間新聞」，播

出「臺德友好!陳雅琳赴柏林專訪謝志偉大使」報導，查系爭報導經提送該會111年第2次「廣播電視節目廣告諮詢會議」討論，及111年6月15日第1019次委員會議審議，經檢視系爭報導內容，係在探討瞭解臺美與臺德之外交關係，與僑委會「全球僑愛、心繫臺灣」影片製作之標案要求及內容不同，但新聞部門共同參與標案與新聞專業自主之要求有所衝突，爰以111年7月14日通傳內容決字第11100257330號函指出「播出駐美、駐德代表專訪雖有新聞價值，仍應注意與僑委會標案切割清楚」。○視業於111年5月11日將本案提送自律諮詢委員會臨時會議討論，該公司自律諮詢委員建議○視團隊可加強澄清(1)僑委會的標案需求和這次採訪兩者之間沒有關連；(2)○視因為必須自負盈虧，所以會承接標案、招攬廣告，○視對於涉及到業主的相關新聞處理，這次顯然跟置入是沒有相關的。該次會議決議經○視111年8月19日第6次自律諮詢委員會追認。

- (2) 該會電臺與內容事務處林處長於本院詢問時表示：○視製作兩則獨家新聞部分，與僑委會的標案要求及內容不相同，○視亦無為僑委會宣導行銷的內容，其採訪的駐外代表確有一定的新聞價值，這部分是尊重媒體的專業自主，再者，通傳會去檢視標案內容，僑委會亦未要求○視做新聞置入的提案，沒辦法找到對價或有償的關係，通傳會「廣播電視節目廣告諮詢會議」及委員會議基於以上兩個考量，認為無法構成置入性行銷，惟因執行僑委會標案順便去採訪，很可能引起外界的誤解，而且新聞部

門共同參與標案與新聞專業自主之要求有所衝突，所以決議發函請○視改進，最重要的是落實編輯室公約，及經理人間新聞部主管之職責應明確區分以維護新聞專業自主，目前○視都已改善。

3、公視基金會就本案說明如下：

- (1) ○視團隊於出差美國和歐洲各國期間，一共規劃製播12條「每日新聞」²⁹，係基於事先規劃及即時新聞判斷而採訪製作的「新聞」，上述新聞鎖定烏俄戰爭、法國總統大選、紐約地鐵槍擊案、歐洲疫情及友臺政策等，皆為基於新聞專業判斷，本於新聞自由與新聞價值而製作的國際新聞第一手報導，與僑委會專案內容完全無關。
- (2) ○視團隊早於110年，便已開始規劃有關法國總統大選以及專訪蕭美琴代表等報導，適逢僑委會專案行程規劃前往歐美國家，○視團隊判斷我國各駐外大使皆具有高度訪問之新聞價值，因而另行規劃新聞採訪和報導。○視團隊於歐美出差期間，皆是於僑委會專案拍攝工作執行完成後，把握有限的空檔進行採訪製作。○視製播系列專題皆屬新聞採訪自由，也是○視新聞工作的自主規劃，無加註廣告或有侵害智慧財產權之疑慮。

²⁹ 111年3月26日「滯美烏克蘭人聲援家鄉!悼念戰事喪生兒童」(美國.亞特蘭大); 4月7日「協助烏克蘭難民安置德國臺僑伸援手」(德國.柏林); 4月7日「烏俄看臺灣陳雅琳獨家專訪駐美代表蕭美琴」(美國.華盛頓); 4月10日「巴黎選前一天不平靜黃衫軍上街反馬克宏」; 4月10日「直擊法選最前線○視獨家曝光法國投票所」; 4月15日「疫情助攻吳志中美食外交打動法政界」; 4月20日「與病毒共存法國景點.足球場人潮回流」(法國.巴黎); 4月13日「導航”提醒槍擊” ○視直擊事發地鐵站」; 4月14日「紐約地鐵槍擊29傷62歲非裔嫌犯抓到了」; 4月15日「攻擊案頻傳紐約警”地鐵安全計畫”破功」(美國.紐約); 4月17日「臺德友好!陳雅琳赴柏林專訪謝志偉大使」(德國.柏林); 4月20日「歐洲議會多次通過友臺議案雙邊更緊密」(比利時.布魯塞爾)。

- (3) 僑委會專案中，有關駐外大使之訪問，其需求內容為「藉由駐外代表講述海外僑胞如何發揮草根外交的助攻角色」，與111年4月7日及17日○視播出的獨家新聞屬不相關的類型與內容。前述的系列新聞專題製作規劃，事前僑委會並未知悉，係於新聞播出後才知情，足證毫無僑委會案新聞置入的可能。
- (4) ○視應通傳會111年5月3日通傳內容決字第11148013190號函要求，於同月11日召開自律諮詢會臨時會議，並針對訪問駐外大使遭質疑置入案進行討論，經相關說明後，諮詢委員們皆肯定○視團隊採訪積極度，認為僑委會的標案需求和這次採訪兩者之間沒有關連。○視需自負盈虧，所以會承接標案、招攬廣告，但此次顯然無關置入。
- (5) ○視於111年7月14日收到通傳會來函（通傳內容決字第11100257330號）認定「播出駐美、駐德代表專訪具有新聞價值，但仍應注意與僑委會標案切割清楚」，足證此兩則獨家新聞與僑委會專案無關。
- (6) ○視新聞節目部於新聞台製播節目的成本，無論國內外差旅費用，皆包含在年度預算當中。為發揮最大產值並提高新聞收視率及影響力，○視團隊把握該次出差期間空檔，製播具有新聞價值之報導，並獨家於○視新聞播出。
- (7) 僑委會一案中，影片製作規劃是有包含採訪多位駐外官員，藉其說明當地臺僑如何為臺灣貢獻之具體事蹟，強化臺僑在文化慈善、經貿投資、國際參與等層面的付出和成果。此部分內容於行前拍攝規劃和事後審片討論，○視都配

合僑委會需求具體落實。

- (8) ○視原先就編列新聞節目製作預算，且系列專訪題材是○視基於專業判斷，視其具有新聞價值而製播。獨家新聞專訪兩位駐外代表，非屬僑委會標案中之履行內容，無涉契約規定。另〈廣電法〉中亦有明確規定，新聞節目不得進行置入性行銷，○視新聞確實遵循〈廣電法〉之相關規定。
- (9) 另節目主持人陳雅琳於本院詢問時亦表示：當時蕭美琴去擔任駐美代表時，○視就有想要採訪她，後來因為接了僑委會的專案，就一併辦理。這一趟基於新聞人對新聞的判斷，因為剛好發生烏俄戰爭，有個議題是「臺灣會不會是下一個烏克蘭」，我們認為駐外代表在前線工作，對於捍衛臺灣這部分是很重要的議題，所以就進行一些訪問。○視團隊一共製播12條新聞包括烏俄戰爭，○視是利用執行完僑委會專案的其他時間去製作，也有自己編列預算。
- (10) 於通傳會111年7月14日通傳內容決字第11100257330號函要求○視「將本案提送新聞自律委員會議討論」前，○視已先於111年5月11日召開自律諮詢委員會臨時會議，針對訪問駐外大使遭質疑置入案進行討論，經相關說明後，諮詢委員們皆肯定○視團隊採訪之積極度，認為每日新聞與置入無關。○視於111年8月19日召開第6屆第6次自律諮詢委員會議，除就○視新聞台111年4月20日「晨間新聞」誤植訊息等缺失通案檢討外，並確認5月11日自律諮詢委員會臨時會議之會議紀錄。○視於111年9月13日以(111)華總秘字第0019號函提出○視新聞製播

具體改善措施與計畫暨教育訓練、危機處理演練紀錄，送請通傳會備查。後續，通傳會未再對本案有其他指示。

4、另本院詢問僑委會表示無智慧財產權之疑慮：

(1) 有關○視自行製作「獨家新聞」部分，其內容並非該會事前審定採訪題目，亦非屬本案契約範圍。○視110年已有計畫專訪派駐各國大使並編列預算，製播「獨家新聞」與本案影片拍攝內容無關，亦無運用本案經費。準此，本案已排除侵害智慧財產權之疑慮。

(2) 該會綜合規劃處郭處長於詢問時表示：本案影片是要做僑胞對臺灣的貢獻，僑委會與○視討論的是要邀請哪些僑胞來拍攝影片，○視有建議採訪幾位駐外代表，當時僑委會表示駐外代表是以引言的方式，而非講駐外代表本身，重點是在僑胞，惟駐外代表很清楚僑居地僑胞對臺灣的貢獻有哪些，因此○視製作團隊去採訪駐外代表時可以有一些畫面納入影片，與○視後來製作「獨家新聞」部分是無關的，所以沒有智慧財產權的問題。

(三)經本院調查確認駐美代表於《踏出地平線》第5集之引言與其在111年4月7日○視獨家新聞中之發言內容、駐德代表於《踏出地平線》第3、7集之引言與其在111年4月17日○視獨家新聞中之發言內容截然不同，並無侵害智慧財產權之情形：

1、駐美代表蕭美琴於《踏出地平線》第5集之引言擷圖如下：

(1) 16:54起：



**他自己率先捐贈了50萬枚的口罩
那也呼籲全美的這個台商 僑胞 總共有超過千萬枚的口罩
在這個周邊的醫療機構 或者是政府機關裡面來幫忙**

(2) 17:48起：

**尤其那時候美國疫情 真的是非常非常嚴重的時候
台灣人民伸出援手 真的是幫了非常大的忙
其實他們在每個州 都用自己的力量
也在地方發揮草根外交的功能**

(3) 20:03起：

**在這邊的僑胞 台僑 非常積極的
而且是不分黨派的 都願意為台灣盡一份力量
也非常積極熱情的出錢出力 在共同的努力
擴大台灣的生存空間 跟台灣的能見度**

2、駐美代表蕭美琴於111年4月7日○視獨家新聞中之發言內容擷圖如下：³⁰

³⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=CWZ529xfmto>。



烏俄看台灣 陳雅琳專訪駐美代表蕭美琴 | 華視新聞 20220407

華視代總經理 陳雅琳 vs. 駐美代表 蕭美琴

大家會說如果是台灣遇到這樣狀況

假設有戰事來犯的時候 美國會幫我們嗎

我們現在所做的一切

就是要避免這樣的情境（中共武力犯台）來發生

但是自己要夠強

那我們也要有很多國際的朋友 來一起支持我們

3、駐德代表謝志偉於《踏出地平線》第3、7集之引

言擷圖如下：

(1) 第3集49:12起：

【踏出地平線 僑見全世界】EP3 看僑界菁英貢獻所長深根台灣、世界台商鮭魚返鄉獻策助台



這是一個很大的報紙 坐在右邊 是我台灣之光 她就是黃稚尹 第一位 獲得布蘭登堡邦 傑出音樂教師獎的外國人

(2) 第7集 11:22起：

【踏出地平線 僑見全世界】EP7看海外台僑挺台入世衛 僑界菁英以美食、音樂、觀光厚植僑民外交軟實力 | 傅佩芬、黃行德、黃郁珊、蔡采威、李勳墉



很多除了自己以外

除了自己的事業以外 他參與國際社會
台灣自己人本身的表現 使得我們自己在講
台灣的重要性的時候 我們覺得很踏實

4、駐德代表謝志偉於111年4月17日○視獨家新聞
中之發言內容擷圖如下：³¹



接受陳雅琳專訪 最硬頸大使謝志偉哭了 | 華視新聞 20220417

民航的這個條約因為沒有邦交 過去我們都是用
民間協會的理事長來簽 這一次就是我代表台灣
他們(德國)在台北 就是由德國駐台的代表來簽
我們可以深刻感受到 在很多地方
台德之間的實質關係 是不斷地在增進當中

(四)綜上，審計部為前揭查核時，另指出○視疑將部分
尚未播映之採訪內容自行先以「獨家新聞」播出，
且未標示辦理機關名稱及廣告，衍生置入性行銷之
疑義，並注意查明倘涉及履約標的所產出之智慧財
產權情事，允應依契約規範查明妥處。惟經僑委會
聲復「○視自行製作大使報導專訪部分，其內容並

³¹ <https://www.youtube.com/watch?v=RcCAstICTTI>。

非該會事前審定題目，亦非屬本案契約範圍。且○視110年已有計畫專訪派駐各國大使並編列預算，製播『獨家新聞』與本案影片拍攝內容無關，亦無運用本案經費」，經審計部認定「尚稱允適」，並經本院調查確認駐美代表於《踏出地平線》第5集之引言與其在111年4月7日○視獨家新聞中之發言內容、駐德代表於《踏出地平線》第3、7集之引言與其在111年4月17日○視獨家新聞中之發言內容截然不同，並無侵害智慧財產權之情形。

調查委員：賴鼎銘

葉宜津

林郁容