

廣播節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法

條 文	說 明
第一章 總則	第一章章名
第一條 本辦法依廣播電視法第三十四條之三第二項規定訂定之。	本辦法訂定依據。
第二條 本辦法用詞，定義如下： 一、廣播事業：指經營廣播電臺之事業。 二、冠名贊助：指於節目名稱冠以贊助者之產品、服務、事業、機關（構）、團體、個人之名稱、品牌。 三、新聞節目：指以事實為基礎之新聞報導、評論或其他形式之節目。 四、新聞報導：指各類型以時事報導為主之內容。 五、兒童節目：指為未滿十二歲之人所製作之節目。	一、依據廣播電視法第二條第四款定義，明定「廣播事業」之定義。 二、參酌國家通訊傳播委員會贊助暫行規範陸之第一點定義，訂定「冠名贊助」之定義。 三、參酌廣播電視壟斷防制與多元維護法草案第二條第二款定義，訂定「新聞節目」之定義。 四、參酌廣播電視壟斷防制與多元維護法草案第二條第二款，訂定「新聞報導」之定義。 五、參酌兒童及少年福利與權益保障法第二條有關兒童之定義，明定「兒童節目」之定義。
第二章 節目與廣告區隔之管理	第二章章名
第三條 廣播事業播送之節目應能明顯辨認，並與其所插播之廣告區隔。但廣播電視法及本辦法另有規定者，不在此限。 廣播事業播送之節目，應於每段節目開始時播報節目名稱。 廣播事業播送之節目插播廣告時，主持人以播報進廣告、工商服務，或以特定固定音樂方式，或其他適當方式與節目區隔。	一、參酌廣播電視法第三十三條規定，廣播事業所播出之節目，除法律另有規定外，其播送之節目應能明顯辨認並與插播廣告區隔，以免混淆及影響聽眾權益，爰訂定第一項。 二、參酌廣播電視法施行細則第三十二條第一項有關廣播電臺臺名辨認之規定，訂定第二項。 三、為明顯辨認節目並與廣告區隔，廣播事業應於播送節目時，以方便聽眾辨認方式，如播報進廣告、工商服務等，使節目與廣告明顯區隔，訂定第三項。
第四條 廣播事業播送節目內容之呈現，以下列方式之一，明顯促銷、宣傳商品或服務，或鼓勵消費，或利用聽眾輕信或比較心理影響消費，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔：	參酌國家通訊傳播委員會廣告區分認定原則第三點規定，列舉認定為節目與廣告未明顯辨認及未區隔之情形。

一、節目名稱之呈現與特定廠商品牌、商品、商業服務、電話、網址或標語相同者。 二、節目名稱與其所插播之廣告關聯者。 三、節目參與者於節目中之言論或表現，呈現特定廠商品牌、商品、商業服務、電話、網址或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式、價格者。 四、節目參與者所播報或播演之廣告與節目內容有關聯，或雖無關聯但未以其他廣告前後區隔者。 五、節目內容之呈現，利用兒童、名人、專業者、贈品、統計、科學數據、實驗設計結果等手法，突顯特定商品或商業服務之價值者。 六、節目所用之道具、贈品、特定活動或其他設計，透過聲音或其他形式呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式或價格者。 七、節目所用之道具、贈品、特定活動或其他設計，與廣告有關聯；或雖無關聯但未以其他廣告前後區隔者。 八、節目內容呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式、價格者。	
第五條 新聞報導內容之呈現，除前條規定者外，以下列方式之一，明顯促銷、宣傳商品或服務，或鼓勵消費，或利用聽眾輕信或比較心理影響消費，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔： 一、對特定商品或服務呈現單一觀點，或為正面且深入報導者。 二、呈現特定廠商品牌、商品、服務、標語、效用、使用方式之播送時間，明顯不符比例原則者。	參酌國家通訊傳播委員會廣告區分認定原則第五點規定及其附表，明定新聞報導內容如有列舉各款情事，亦認定為節目未能明顯辨認及未與廣告區隔。
第六條 兒童節目內容之呈現，除第四條規定者外，以下列方式之一，明顯促銷、宣傳商品或服務，或鼓勵消費，或利用聽眾輕信或	參酌國家通訊傳播委員會廣告區分認定原則第五點規定及其附表，明定兒童節目未能明顯

比較心理影響消費，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔： 一、誘使兒童要求家長接受節目中商品或服務之建議者。 二、利用兒童參與心理，鼓勵使用各種付費形式之互動者。	辨認及與其所插播之廣告未區隔之態樣。 。
第三章 置入性行銷之管理	第三章章名
第七條 公營電臺製播之節目不得為置入性行銷。	參酌廣播電視法第三十條規定訂定之。
第八條 廣播事業播送之節目，除下列節目類型外，得為置入性行銷： 一、新聞節目。 二、兒童節目。	參酌英國通訊傳播辦公室「廣播電視規範」(The Ofcom Broadcasting Code)、韓國「放送法施行令」及國家通訊傳播委員會電視節目從事商業置入行銷暫行規範參之第一點規定，除新聞節目及兒童節目外，其他節目類型均得為置入性行銷。
第九條 廣播事業不得於節目中以下列商品、商標或服務為置入性行銷。但另有規定者，不在此限： 一、菸品。 二、酒類。 三、跨國境婚姻媒合。 四、須由醫師處方或經中央衛生主管機關公告指定之藥物。 五、法令禁止販賣或交易之商品或服務。 六、其他法令禁止為廣告。	參酌國家通訊傳播委員會商業置入行銷暫行規範肆之規定，列舉各款不得為置入性行銷之商品、商標或服務。其他法令另有規定者，應從其規定。
第十條 廣播事業於節目為置入性行銷時，其節目內容之製播，應依節目內容所需，融入節目情節，自然呈現，不得有下列之行為： 一、刻意影響節目內容編輯。 二、直接鼓勵購買商品或服務。 三、誇大商品或服務之效果。 四、過度呈現商品或服務。	參酌國家通訊傳播委員會商業置入暫行規範貳之第一點及衛星廣播電視法第三十一條第三項規定，訂定廣播事業於節目置入性行銷時應遵守之規定。
第十一條 廣播事業於節目為置入性行銷時，應於該節目播送前、後明顯揭露置入者之名稱或商標，其揭露不計入廣告時間。 前項揭露置入者之訊息，不得含有廣告內容，且其時間不得超過四十五秒。	參酌國家通訊傳播委員會商業置入暫行規範貳之第三點及衛星廣播電視法第三十一條第三項規定，訂定應揭露置入者訊息及未揭露置入者訊息之處理方式。

廣播事業未於節目播送前、後揭露置入者訊息，而於節目中呈現廣告內容者，依第三條至第六條規定處理。	
第四章 贊助及冠名贊助之管理	第四章章名
第十二條 公營電臺於符合設臺宗旨時得接受贊助製播節目。	參酌國家通訊傳播委員會一〇四年八月二十七日通傳內容字第一〇四四八〇二五三一〇號函「公營廣播電臺播送廣告之注意事項」訂定。
第十三條 廣播事業播送之新聞節目及兒童節目不得接受贊助及冠名贊助。但兒童節目得接受文教基金會、機關（構）或非營利組織之贊助。	參酌國家通訊傳播委員會贊助暫行規範肆及陸之第二點規定，廣播事業除新聞節目及兒童節目外，其餘節目均得接受冠名贊助；兒童節目得接受文教基金會、機關（構）或非營利組織之贊助。
第十四條 廣播事業不得於節目中接受以下列商品或服務為營業之事業、機關（構）、團體或個人之贊助，但另有規定者不在此限。 一、菸品。 二、跨國境婚姻媒合。 三、法令禁止販賣或交易之商品或服務。 四、其他法令禁止為廣告。 廣播節目不得以下列商品或服務為冠名贊助： 一、菸品。 二、跨國境婚姻媒合。 三、法令禁止販賣或交易之商品或服務。 四、其他法令禁止為廣告者。	參酌國家通訊傳播委員會電視節目贊助暫行規範伍之規定，訂定不得接受贊助或冠名贊助之情形，及接受贊助或冠名贊助應遵守其他法令規範呈現方式之限制，例如：酒類、金融商品、服務或機構等，各該目的事業主管機關訂有其廣告呈現方式之相關法令規範。
第十五條 廣播事業接受贊助或冠名贊助，不得有下列之行為： 一、介入節目內容編輯。 二、影響聽眾權益。	參酌本會贊助暫行規範貳之規定，訂定節目接受贊助或冠名贊助之製播原則。
第十六條 廣播事業於節目接受贊助或冠名贊助，應於該節目播送前、後明顯揭露贊助事業、機關（構）、團體或個人之名稱或商標，其揭露不計入廣告時間。 前項揭露贊助者之訊息，不得含有廣告內容，且其時間不得超過四十五秒。	參酌廣播電視法第三十四條之二及本辦法第十一條規定，廣播事業接受贊助或冠名贊助應揭露贊助者訊息，及未揭露贊助者訊息之處理方式。

廣播事業未於節目播送前、後揭露贊助者訊息，而於節目中呈現廣告內容者，依第三條至第六條規定處理。	
第五章 附則	第五章章名
第十七條 本辦法自發布日施行。	本辦法施行日期。