

# 電視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及衛星廣播電視法第三十三條第二項規定訂定之。	本辦法訂定依據。
<p>第二條 本辦法用詞，定義如下：</p> <p>一、電視事業：指無線電視事業、衛星廣播電視事業、境外衛星廣播電視事業及他類頻道節目供應事業。</p> <p>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、標識、商標、品牌或相關附屬圖案。</p> <p>三、運動賽事節目：指以各種運動競技為內容之節目。</p> <p>四、藝文活動節目：指以各種涵蓋藝術、文化意涵活動為內容之節目。</p> <p>五、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。</p> <p>六、新聞報導：指各類型以時事報導為主之內容。</p> <p>七、兒童節目：指為未滿十二歲之人所製作之節目。</p>	<p>一、本辦法將無線電視事業及衛星電視事業均納入規範，參酌電視節目分級處理辦法第二條第一項定義，訂定第一款。</p> <p>二、參酌國家通訊傳播委員會電視節目贊助暫行規範陸之第一點定義，訂定第二款。</p> <p>三、參酌運動彩券發行條例第三條第一款有關運動彩券之定義，訂定第三款。</p> <p>四、有關藝術可分為繪畫、書法、文學、音樂、舞蹈、戲劇、電視、電影、攝影、工藝、說書、雜技魔術、篆刻等。藉由藝術所衍生的參與行為，並且具備一種以上的目的時，即是形成所謂「藝文活動」；一切涵蓋文化意涵的活動皆可稱之為「文化活動」。</p> <p>五、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，訂定第五款。</p> <p>六、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，其中時事報導包含即時及事實報導，訂定第六款。</p> <p>七、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，訂定第七款。</p>
第二章 節目與廣告區隔之管理	第二章章名
<p>第三條 電視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、衛星廣播電視法及本辦法另有規定者，不在此限。</p> <p>電視事業播送節目，應全程或每段節目開始時，於畫面上標示節目名稱。</p> <p>電視事業播送之節目插播廣告時，應以字幕、圖卡、旁白、音樂或其他適當方式與節目區隔。</p>	<p>為能明顯辨認節目並與廣告區隔，電視事業應於播送節目時，標示節目名稱，插播廣告時應以方便視聽眾辨視方式，如字幕、圖卡等，使節目與廣告明顯區隔，不致混淆。</p>

<p>第四條 電視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，或利用視聽眾輕信或比較心理影響消費者，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>一、節目名稱之呈現與特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址、標識或標語相同者。</li> <li>二、節目名稱與其所插播之廣告關聯者。</li> <li>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、服務、電話、網址、標識或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式、價格者。</li> <li>四、節目參與者所演出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。</li> <li>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，突顯特定商品或服務之價值者。</li> <li>六、節目所用之道具、布景、贈品、特定活動或其他設計，透過影像、聲音或其他形式呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址、標識或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式或價格者。</li> <li>七、節目所用之道具、布景、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。</li> <li>八、節目內容呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址、標識或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式、價格者。</li> </ol>	<p>參酌國家通訊傳播委員會節目與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。</p>
<p>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，或利用視聽眾輕信或</p>	<p>參酌國家通訊傳播委員會節目與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形時，亦認定為節目未能明</p>

<p>比較心理影響消費者，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔：</p> <p>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。</p> <p>二、呈現特定廠商品牌、商品、服務、標識、標語、效用、使用方式之播送時間，明顯不符比例原則者。</p> <p>三、畫面呈現廠商提供之宣傳或廣告內容者。</p>	<p>顯辨認及未與廣告區隔。</p>
<p>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，或利用視聽眾輕信或比較心理影響消費者，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔：</p> <p>一、誘使兒童要求家長接受節目中商品或服務之建議者。</p> <p>二、利用兒童參與心理，鼓勵使用各種付費形式之互動者。</p>	<p>本條參酌國家通訊傳播委員會節目與廣告區分認定原則第五點規定及其附表，明定兒童節目內容如有列舉各款情形時，亦認定為節目未能明顯辨認及未與廣告區隔。</p>
<p>第三章 置入性行銷之管理</p>	<p>第三章章名</p>
<p>第七條 電視事業播送之節目，除下列節目類型外，得為置入性行銷：</p> <p>一、新聞節目。</p> <p>二、兒童節目。</p>	<p>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」、國內相關學術研究建議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。</p>
<p>第八條 電視事業不得於節目以下列商品、商標或服務為置入性行銷。但另有規定者，不在此限：</p> <p>一、菸品。</p> <p>二、酒類。</p> <p>三、跨國境婚姻媒合。</p> <p>四、須由醫師處方或經中央衛生主管機關公告指定之藥物。</p> <p>五、法令禁止販賣或交易之商品或服務。</p> <p>六、其他法令禁止為廣告者。</p>	<p>參酌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。</p>
<p>第九條 電視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</p>	<p>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</p>

<p>節目情節，自然呈現，不得有下列之行為：</p> <p>一、刻意影響節目內容編輯。</p> <p>二、直接鼓勵購買商品或服務。</p> <p>三、誇大商品或服務之效果。</p> <p>四、過度呈現商品、商標或服務。</p>	<p>三項規定，訂定電視事業於節目置入性行銷時應遵守之規定。</p>
<p>第十條 電視事業於節目為置入性行銷時，應於該節目播送前或後明顯揭露置入者之名稱或商標，其揭露不計入廣告時間。</p> <p>前項揭露置入者之訊息，不得含有廣告內容，且其時間不得超過二十秒。</p> <p>電視事業未於節目播送前或後揭露置入者訊息，而於節目中呈現廣告內容者，依第三條至第六條規定處理。</p>	<p>參酌國家通訊傳播委員會商業置入暫行規範貳之第三點、衛星廣播電視法第三十一條第三項及同法第三十三條第一項規定，電視事業於置入性行銷時應明顯揭露置入者之名稱或商標，其揭露不計入廣告時間。</p>
<p>第十一條 電視事業有下列情形之一，且未因節目置入之商品、商標或服務而獲得利益者，得不視為置入性行銷：</p> <p>一、該商品、商標或服務在節目上之呈現，屬節目編輯上合理之素材。</p> <p>二、該節目係他國業者產製，且未經電視事業後製者。</p>	<p>參酌英國對置入行銷之規範及國家通訊傳播委員會商業置入暫行規範伍之規定，訂定得不視為置入性行銷之情形。</p>
<p>第四章 贊助及冠名贊助之管理</p>	<p>第四章章名</p>
<p>第十二條 電視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。但有下列情形之一者，不在此限：</p> <p>一、提供新聞節目棚內播報之道具、主播及主持人梳化粧、服飾等。</p> <p>二、兒童節目接受文教基金會、機關(構)或非營利組織之贊助。</p> <p>電視事業於每日晚間八時至十時播送之非本國自製節目，不得接受冠名贊助。</p>	<p>一、參酌國家通訊傳播委員會電視節目贊助暫行規範肆及陸之第二點規定，除新聞節目及兒童節目外，其他節目類型均得接受贊助及冠名贊助。</p> <p>二、為讓本國自製節目能有更多活水挹注，以提升本國自製節目品質，爰規定電視事業於每日晚間八時至十時播送之非本國自製節目，不得接受冠名贊助，以期能夠導引相關資金投入本國節目產製。</p>
<p>第十三條 電視事業不得於節目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：</p> <p>一、菸品。</p> <p>二、跨國境婚姻媒合。</p> <p>三、法令禁止販賣或交易之商品或服務。</p> <p>四、其他法令禁止為廣告者。</p>	<p>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。</p>

<p>電視事業不得於節目以下列商品或服務為冠名贊助：</p> <p>一、菸品。</p> <p>二、跨國境婚姻媒合。</p> <p>三、法令禁止販賣或交易之商品或服務。</p> <p>四、其他法令禁止為廣告者。</p> <p>電視事業於節目接受贊助或冠名贊助時，如其他法令限制呈現方式者，應遵守各該法令規範。</p>	
<p>第十四條 電視事業於節目接受贊助或冠名贊助，不得有下列之行為：</p> <p>一、介入節目內容編輯。</p> <p>二、影響視聽眾權益。</p>	<p>參酌國家通訊傳播委員會電視節目贊助暫行規範貳及參之規定，訂定電視事業接受贊助或冠名贊助，應遵守之規定。</p>
<p>第十五條 電視事業於節目接受冠名贊助，該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、標識、商標、品牌或相關附屬圖案，其大小不得超過節目名稱之標識。</p> <p>電視事業於運動賽事或藝文活動節目畫面中，得出現贊助者之產品、服務、事業、機關（構）、團體、個人之名稱、標識、商標、品牌或相關附屬圖案，其大小不得超過頻道事業之標識。</p>	<p>參酌國家通訊傳播委員會電視節目贊助暫行規範參之規定，明定贊助者呈現大小之限制。</p>
<p>第十六條 電視事業於節目接受贊助或冠名贊助，應於該節目播送前或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。</p> <p>前項揭露贊助者之訊息，不得含有廣告內容，且其時間不得超過二十秒。</p> <p>電視事業未於節目播送前或後揭露贊助者訊息，而於節目中呈現廣告內容者，依第三條至第六條規定處理。</p>	<p>參酌廣播電視法第三十四條之二、衛星廣播電視法第三十二條規定，並與本辦法第十條有關揭露置入者訊息之規定一致，電視事業於接受贊助或冠名贊助時應明顯揭露贊助者之名稱或商標，其揭露不計入廣告時間。</p>
<p>第十七條 電視事業於節目接受贊助或冠名贊助，除依第十五條及前條第一項規定者外，不得於節目中呈現贊助者之相關訊息。</p>	<p>不得呈現贊助者訊息之情形。</p>
<p>第五章 附則</p>	<p>第五章章名</p>
<p>第十八條 本辦法除第十二條第二項自發布</p>	<p>本辦法施行日期。</p>

後六個月施行外，自發布日施行。	
-----------------	--