

## 電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法 部分條文修正條文對照表

修正條文	現行條文	說明
<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> <p>一、節目名稱之呈現與特定廠商品牌、商品、服務相同者。</p> <p>二、節目名稱與其所插播之廣告關聯者。</p> <p>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</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> <p>一、節目名稱之呈現與特定廠商品牌、商品、服務、<u>電話、網址、標識或標語</u>相同者。</p> <p>二、節目名稱與其所插播之廣告關聯者。</p> <p>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、</p>	<p>一、考量實務運作情形，針對第一款節目名稱之呈現，爰保留明確可連結至特定廠商之品牌、商品、服務相同部分，其餘未明確指涉者則予以刪除。</p> <p>二、修正第四款，放寬現行節目參與者演出之廣告，若與節目內容無關聯，無須以其他廣告前後區隔。</p> <p>三、修正第七款，放寬現行節目所用之道具、布景、贈品、特定活動或其他設計，若與廣告無關</p>

<p>定產品之效用、使用方式、價格者。</p> <p>四、節目參與者所演出之廣告與節目內容有關聯者。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p> <p>四、節目參與者所演出之廣告與節目內容有關聯，<u>或雖無關聯但未以其他廣告前後區隔者。</u></p> <p>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。</p> <p>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</p>	<p>聯，無須以其他廣告前後區隔。</p>
--	--	-----------------------

<p>七、節目所用之道具、布景、贈品、特定活動或其他設計，與廣告有關聯者。</p> <p>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。</p>	<p>址、標識或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式或價格者。</p> <p>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<u>雖無關聯但未以其他廣告前後區隔</u>者。</p> <p>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。</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，融入節目情節，自然呈現，不得</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，融入節目情節，自然呈現，不得</p>	<p>一、修正第三款文字，修正後業者仍不得有出現過度呈現商品、商標或服務之</p>

<p>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、誇大商品或服務及其效果。</p>	<p>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、<u>過度呈現商品、商標或服務。</u></p>	<p>情形，以避免違反本款規定。</p> <p>二、第四款有關過度呈現商品、商標與服務之文字，查母法並未規範，爰予以刪除，並將其精神融合納入第三款。</p>
<p>第十二條 電視事業播送之新聞節目不得接受贊助及冠名贊助。<u>但提供新聞節目棚內播報之道具、主播及主持人梳化粧等贊助不在此限。</u></p> <p><u>兒童節目不得接受冠名贊助。</u></p> <p>電視事業於每日晚間<u>七時至十一時</u>播送之非本國自製節目，不得接受冠名贊助。</p>	<p>第十二條 電視事業播送之新聞節目及<u>兒童節目</u>不得接受贊助及冠名贊助。<u>但有下列情形之一者，不在此限：</u></p> <p>一、<u>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。</u></p> <p>二、<u>兒童節目接受文教基金會、機關(構)或非營利組織之贊助。</u></p> <p>電視事業於每日晚</p>	<p>一、調整體例，仍維持新聞節目不得接受贊助與冠名贊助，但棚內播報之道具、主播及主持人梳化粧等贊助不在此限。</p> <p>二、因服飾為道具一部分，爰刪除服飾二字。</p> <p>三、為挹注兒童節目製作資源，參考國際作法，開放兒童節目得接受商業贊</p>

	<p>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>助，但仍不得接受置入與冠名贊助。</p> <p>四、為維護本國自製節目產製，挹注多元資金活水，延長非本國自製節目不得接受冠名贊助時段為每日晚間七時至十一時，以扶持本國影視產業發展。</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>電視事業不得於節</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>電視事業不得於節</p>	<p>開放冠名贊助係以挹注商業利益為主，爰增列第二項第四款及第五款，將政黨、政黨黨務工作人員、擬參選人或候選人，及公民投票案列為電視節目不得冠名贊助之項目。</p>

<p>目以下列<u>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</u>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、<u>政黨、政黨黨務工作人員、擬參選人或候選人</u>。</p> <p>五、<u>公民投票案</u>。</p> <p>六、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>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>第十五條 電視事業於節目接受冠名贊助，該</p>	<p>第十五條 電視事業於節目接受冠名贊助，該</p>	<p>一、明定冠名贊助標識呈現大小之限制。</p>

<p>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<u>頻道事業</u>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>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>二、為維護觀眾收視權益，修訂第一項，規範冠名贊助標識呈現大小，不得超過頻道事業之標識。</p>
<p>第十八條 本辦法除<u>中華民國一百零五年十一月十一日訂定發布之第十二條第二項及一百零八年三月八日修正發布之第十二條第三項</u>自發</p>	<p>第十八條 本辦法除第十二條第二項自發布後六個月施行外，自發布日施行。</p>	<p>考量延長限制非本國自製節目不得接受冠名贊助之時段，業者需時間進行調整，因此給予六個月緩衝期，其餘條文自修正發布日施行。</p>

布後六個月施行外，自 發布日施行。		
----------------------	--	--