

第十四條 受補助計畫之研發成果及其運用，以歸屬受補助單位為原則，但法令另有規定者，不在此限。

研發成果歸屬受補助單位所有時，本會基於國家利益或社會公益，享有該研發成果之無償、不可轉讓及非專屬之實施權利。

第二項研發成果收入，應依政府科學技術研究發展成果歸屬及運用辦法及相關法令規定辦理。

受補助單位於補助計畫研發成果產生之日起二年內，不得於我國管轄區域外生產或使用該成果。但經本會核准或事前於補助契約另有約定者，不在此限。

受補助單位違反前項規定，本會除得終止補助契約外，並自補助計畫完成之日三年內不再受理該申請人之補助申請；如其屬可歸屬於受補助單位之原因，本會應解除該補助契約，並追回補助款。

第十五條 依本辦法補助之計畫、執行時程、補助金額、計畫報告及研發成果，除屬政府資訊公開法第十八條規定應限制公開或不予提供者外，應依政府資訊公開法第八條第一項規定選擇適當之方式對外公開相關資訊。

第十六條 本辦法自發布日施行。

本則命令之總說明及對照表請參閱行政院公報資訊網（<http://gazette.nat.gov.tw/>）。

中華民國 105 年 11 月 11 日
國家通訊傳播委員會令 通傳內容字第 10548032200 號

訂定「廣播節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法」。

附「廣播節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法」

主任委員 詹婷怡

廣播節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法

第一章 總則

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。

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。

第 二 章 節目與廣告區隔之管理

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。

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：

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。

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。

第 三 章 置入性行銷之管理

第 七 條 公營電臺製播之節目不得為置入性行銷。

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。

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。

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。

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。

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 十 二 條 公營電臺於符合設臺宗旨時得接受贊助製播節目。

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。

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。

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。

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。

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

第十七條 本辦法自發布日施行。

本則命令之總說明及對照表請參閱行政院公報資訊網（<http://gazette.nat.gov.tw/>）。

國家通訊傳播委員會令

中華民國 105 年 11 月 11 日

通傳內容字第 10548032800 號

訂定「電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法」。

附「電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法」

主任委員 詹婷怡