

中華民國電視學會業務自律委員會

業務經營自律規範

第一章、 總則

中華民國電視學會業務自律委員會為保障閱聽人權益、維護社會善良風氣、培養及提昇全民媒體素養、落實廣告內容優質化、及監督商品功能推廣型節目，特制定業務經營自律規範，內容包含電視廣告審查作業、商品功能推廣型節目作業、電視置入等，供中華民國電視學會業務自律委員會會員共同遵行。

第二章、 電視廣告審查作業規範

第一條 本電視廣告審查作業規範以廣播電視法第四章【廣告管理】為基礎，並不得違反消費者保護法、公平交易法、食品衛生管理法、健康食品管理法、化粧品衛生管理條例、藥事法、醫療法及其他法律相關規定。

第二條 本作業規範所稱之電視廣告，係指藉由電視傳播之影像、聲音、及文字，其內容為推廣商品、觀念、服務或形象者。

第三條 特殊商品廣告規範注意事項

類產品型	注 意 事 項
藥物廣告	檢附：衛生主管機關核准文件「藥物廣告核定表」並於廣告內容中標示註明（藥物許可證及廣告核准文件字號）
化妝品廣告	檢附：衛生主管機關核准文件「化妝品廣告核定表」並於廣告內容中標示註明（廣告核准文件字號），且不得宣稱療效
健康食品	檢附：行政院衛生署健康食品許可證資料，健康食品非藥物故不得宣稱其療效
一般食品/飲料	不得明示或暗示具醫療或藥品效能（如：改善、治療、預防疾病或特定生理情形）
農藥/動物及環境用藥	附上：農業、環保主管機關核准文件（環境用藥廣告核定表）
房地產廣告	檢附：主管機關核發之建築執照
證券廣告	內容不得有保證獲利之廣告訴求
補習班廣告	檢附：教育主管機關核准立案之文件
電影、公益廣告	檢附：NCC核發之准播執照
酒類廣告	廣告應全程標示「飲酒過量·有害健康」等警語，警語字體比例為畫面之1/10，且不得有未成年參與廣告之演出。同時不得鼓勵、提倡飲酒之廣告訴求，以酒類商品做為促銷物，如：試飲會、再來一罐、等。（播放時間為2100~隔日0600止）

類產品型	注 意 事 項
含酒精類廣告	廣告內容均應標示使用警語「本藥品含酒，服用過量有害健康，請勿於工作前及工作中使用」，並同時刊載「請至藥局、藥房購買」以1/5版面全程標示。
瘦身美容廣告	若有「特殊營養食品」訴求可控制體重者，須檢附衛生主管機關核備之文件及標示，且廣告內容不得涉及醫療行為。
現金卡廣告	「謹慎使用現金卡」為訴求主軸，並以1/8版面全程標示，利率及所有可能費用須以1/4版面標示4秒鐘。
信用卡廣告	「謹慎理財·信用無價」或「謹慎理財·信用至上」以上警語須全程標示。
出版品廣告	不得有涉及隱私、毀謗、妨害公共秩序或違背法令，同時檢附出版事業登記證影本。

第四條 電視廣告檢附相關證明文件

1. 廣告影片中若有使用到任何音樂，需附上「音樂著作權人授權同意書」及其他相關證明文件影本。
2. 廣告影片中若提及「第一、唯一、任何相關數據…等」，應由公正獨立之機關團體，以專門、客觀方式驗證，提出數據證明。
3. 以上證明文件應負責取得一切相關之權利，保證不致侵害任何第三人之著作權、商標專用權及其他智慧財產權…等。

第五條 促銷及抽獎活動

1. 不得有誇大顯示現金之畫面，並標示活動日期、數量…等，同時須檢附會計師或律師開具之贈獎之證明文件。
2. 菸、酒、藥品不得作為贈品。

第六條 廣告審查流程及爭議之處理

凡委託本會會員公司播映之各種廣告內容，概由各會員公司業務部負責審查。如遇爭議性之廣告，必要時得邀請電視學會業務自律委員會相關人員，組成專案小組進行審議，結論應即通知學會各會員公司。

第三章、商品功能推廣型節目作業規範

第一條 因應數位匯流多元文化知識經濟時代來臨，為促使各家無線電視頻道於播出商品功能推廣型節目服務閱聽人時，能提供豐富、真實、有益之資訊內容，並維護消費者權利，特訂定本規範。

第二條 商品功能推廣型節目係指提供閱聽人各種生活面向資訊及有助於增進生活機能，但非屬於廣告之節目。

第三條 播出限制

1. 商品功能推廣型節目不得於新聞及兒童時段播出。
2. 商品功能推廣型節目不得於主要時段(1800-2400)播出。

第四條 商品功能推廣型節目製播原則

1. 節目名稱不得與提供廣告、贊助節目之廠商、或廣告中之商品名稱相同。
2. 商品功能推廣型節目應確保資訊真實性，不得提供虛偽不實、引人錯誤或藉機欺罔圖利之資訊。
3. 節目不得刻意對特定商品或營業場所名稱為促銷、引薦、陳列或展示。
4. 節目中不得以名牌、圖卡、圖表、海報、道具、布景或其他方式顯示宣傳文字、圖片或電話。
5. 節目諮詢電話僅得於節目結束時以疊印方式播送，最長不得逾二十秒。唯節目長度超過三十分鐘者，每超過三十分鐘得播送一次。
6. 節目主持人、主講人或來賓所拍攝之廣告與節目內容有關聯性者，不得於該節目前、後或中間插播。
7. 不得針對某特定商品進行成分、功能之詳細說明。

第五條 商品功能推廣型節目審查流程

1. 商品功能推廣型節目由各會員公司依據上述規範負責審查，審查合格後准予播出，不合格者則退回重新製作並經過再次審查合格後方可播出。如遇爭議時得邀請電視學會業務自律委員會相關人員，組成專案小組進行審議。
2. 國家通訊傳播委員會對於播出中的商品功能推廣型節目有疑慮者，得透過電視學會通知該頻道於通知期限內先暫止播出，待電視學會業務自律委員會審議該節目無慮並向國家通訊傳播委員會說明後才可繼續播出。
3. 電視學會應設置服務專線受理民眾對商品功能推廣型節目之意見及建議，專人定期彙集後送交電視學會業務自律委員會進行相關討論。

第四章、電視置入規範

第一條 係因電視產業多元發展，除廣告及商品功能推廣型節目外，電視行銷方式亦增加以產品置入節目中的方式作宣傳。故本會另增訂電視置入規範，供學會成員參考遵守之。

第二條 電視置入可分為商業置入及政府置入兩類，建議商業置入可從寬，政府置入則應從嚴。

第三條 商業置入規範之相關規定

1. 兒童商品、香菸、藥品、賭具與賭博場地、性用品、情色營業場地均為不得置入之項目。
2. 不得置入於兒童節目、新聞報導、以及政府提供之節目中。
3. 商業置入須符合電視分級辦法之規定，並不得因置入破壞節目之完整性。

第四條 政府置入規範之相關規定

1. 政府置入標的應僅限於政府政策、公共服務訊息、政府機關或公務人員形象、及產業地區或相關商品之介紹。
2. 政黨政策說帖、政黨形象塑造、有關統獨之意識形態宣傳、及對特定政黨或人物之負面評論均為不得置入之項目。

3. 各級民意代表及法定競選期間之候選人、參與各級選舉之候選人於法定競選期間均不得在節目中置入。
4. 不得於新聞報導、兒童節目中置入。
5. 政府置入須符合不得檢審的原則，並不可因置入破壞節目完整性。

第五章、 監督與輔導

第一條 電視廣告、商品功能推廣型節目及電視置入於播出前由電視學會業務自律委員會依前述製播原則預為審查並提供諮詢。

第二條 電視學會業務自律委員會應不定期邀請政府代表、學者專家、產業代表組成監督小組，以檢討電視廣告、商品功能推廣型節目及電視置入有無違反自律規範之情事並據以改善。

第三條 國家通訊傳播委員會對於電視廣告、商品功能推廣型節目及電視置入有違反法令或自律規範之虞時，得透過電視學會警示要求頻道自律並改善。

第六章、 罰責

電視廣告、商品功能推廣型節目及電視置入如有違反自律規範，由電視學會業務自律委員會共同勸導並限期要求製播者改善，如未改善則不允予播出。若執意播出則呈報電視學會常務理事會討論是否處罰及其幅度。

第七章、 實施與修定

本自律規範經電視學會理事會通過後實施，並報請國家通訊傳播委員會備查，修訂時亦同。