

附件一：

預算法修正案條文對照表

修正條文	現行條文	說明
第四章 預算之執行	第四章 預算之執行	章名未修正。
第六十二條之一 基於行政中立、維護新聞自由及人民權益，政府各機關暨公營事業、政府捐助基金所成立之財團法人及政府轉投資之事業，編列預算辦理政策宣導，應明確標示其為廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱，並不得以置入性行銷方式進行。	第六十二條之一 基於行政中立、維護新聞自由及人民權益，政府各機關暨公營事業、政府捐助基金 <u>百分之五十以上成立之財團法人及政府轉投資資本百分之五十以上</u> 事業，編列預算辦理政策宣導，應明確標示其為廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱，並不得以置入性行銷方式進行。	政府捐助基金所成立之財團法人及政府轉投資之事業其所涉及之事項皆為公眾利益，故對其是否有進行置入性行銷之行為應不論政府持股比例全數納入規範，如此方能保障媒體之新聞自由，免於政治與商業之干預。
第六十二條之二 政府各機關暨公營事業、政府捐助基金所成立之財團法人及政府轉投資之事業進行政策宣導應依左列之規範辦理： 一、報紙：應標示於該廣告之左上或右上側，並明確標示為廣告，不得以其它名稱標示；其標示大小不得小於該則標題面積百分之十。 二、電視：應標示於該廣告之左上或右上側，並明確標示為廣告，不得以其它名稱標示；其標示大小應與螢幕上電視事業之識別標識相當。 三、網路及廣播：應使用文字、影像或聲音之形	無	一、新增條文。 二、考察目前政府、政府捐助基金所成立之財團法人及政府轉投資之事業之政令宣導，大多以廣編特輯、專題報導之形式鑲嵌於新聞之中，雖然此已並非是置入性行銷，然而，大多數之閱聽眾仍難以分辨新聞廣編特輯、專題與一般新聞之差別，加上其字體大小、標示語露出位置標示模糊，實令閱聽眾難以分辨，以致於形成另種形式之置入性行銷。 三、基於上述之理由，增訂本法明確規定露出之形式、位置與明顯程

式，於廣告中明顯位置露出。		度，並用閱聽眾清楚之語言：廣告二字露出，已清楚將新聞、報導與廣告區分，使閱聽眾能清楚判斷之中差別。
----------------------	--	--