預算法第六十二條之一執行原則

中 華 民 國 １１０ 年 １２ 月 １５ 日
行政院主計總處主預字第 1100103539 號函修正

壹、預算法第六十二條之一立法沿革

一、九十九年十二月三十日第三二二八次行政院會議吳前院長提示，未來政府政策宣導時，絕對不要以購買新聞的方式辦理，政策廣告行銷也應光明正大地清楚標示機關名稱；新聞局檢視各部會文宣作為後所提的注意事項，請行文中央各機關及地方政府查照辦理。行政院並於一百年一月十三日訂定「政府機關政策文宣規劃執行注意事項」，規定政府機關進行文宣規劃及執行時必須嚴格區分廣告與新聞之界線，不得以置入性行銷方式進行，且應明確揭示辦理或贊助機關名稱。

二、立法院以行政部門雖已規定不得進行置入性行銷，惟為宣示政府決心，仍應明確入法，爰於預算法增訂第六十二條之一條文（以下簡稱本法）:「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。」並奉總統於一百年一月二十六日公布施行。

三、一百十年間立法院為強化監督機制，要求各機關揭露其

政策宣導預算之執行情形，爰提案修正本法，並經立法院於一百十年五月十八日審議修正通過，主要修正內容包括將適用範圍由原「政策宣導」擴大為「政策及業務宣導」、宣導方式定明為於平面媒體、廣播媒體、網路媒體（含社群媒體）及電視媒體所辦理者，並增訂第二項有關政策及業務宣導經費執行情形之揭露機制。本法經修正為：「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事業，編列預算於平面媒體、廣播媒體、網路媒體(含社群媒體)及電視媒體辦理政策及業務宣導，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(第一項)。前項辦理政策及業務宣導之預算，各主管機關應就其執行情形加強管理，按月於機關資訊公開區公布宣導主題、媒體類型、期程、金額、執行單位等事項，並於主計總處網站專區公布，按季送立法院備查。」並奉總統於一百十年六月九日公布施行。

貳、預算法第六十二條之一執行原則訂修緣由

一、本法於一百年一月二十六日公布施行後，本總處（原行政院主計處，以下同）基於預算法主管機關立場，於一百年九月一日行文中央與地方各主管機關，重申各機關編列預算辦理政策宣導，應確實依本法規定辦理。惟各機關普遍反映實際執行政策宣導時，倘全數均須標示廣

告，恐造成民眾誤解，降低宣導效果，嗣一百年十二月九日林前秘書長中森主持「行政院及所屬各機關國會聯絡擴大會報」決議，本法有關「編列預算辦理政策宣導，應明確標示其為廣告」，造成政策宣導上之疑慮及困擾，請本總處儘速調查彙整各機關對政策宣導之認知、態樣及困擾，再提請副秘書長邀集相關單位共同研商，探究其立法原意，就政策宣導之定義及態樣予以規範，進而訂定相關原則、範例，提供各機關遵循。

二、案經本總處彙整各機關意見後，於一百零一年一月十三日由陳副秘書長慶財主持召開「研商政府機關政策文宣規劃執行相關事宜會議」決議，請本總處會同行政院法規會等機關探究本法立法意旨及規範範圍；在立法意旨規範範圍內，各機關編列預算於平面媒體、廣播媒體、網路媒體及電視媒體辦理政策宣導，應切實依本法規定辦理，至非屬立法意旨所規範與預算或政策宣導等無關部分，以列舉方式排除適用。

三、由於一百年一月二十六日總統公布施行之本法非行政部門提案，「政策宣導」於學理上亦無定義，倘參考學者對於「公共政策」及「政策行銷」之論述，基於政府機關各項作為，皆為落實政府政策，則任何型態之政策宣導均屬一百年一月二十六日總統公布施行之本法規定範疇，且其宣傳方式除透過平面媒體、廣播媒體、網路媒體及電視媒體辦理外，尚有舉辦活動、說明會、園遊會，或發放各式宣傳品等，宣導樣態不勝枚舉。

四、經參酌行政院法規會、原行政院新聞局及法務部等相關機關意見及立法院第七屆第六會期第十五次會議院總第九十九號議案關係文書內容，本法主要係期藉由應明確標示廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱之強制性作為，使政府機關團體辦理之政策宣導得以公開、透明，杜絕置入性行銷之疑慮，以達維護行政中立、新聞自由及人民權益之目的。惟考量部分宣導標示廣告後，可能有損及其公信力、真實性，或不符他國法令等情形，致影響政策宣導之效果，爰在不逾越本法立法意旨之前提下，於一百零一年六月八日訂定本執行原則，嗣於一百零五年十二月十五日因應業務實需，於一百零六年十一月十日配合相關法令修正，酌修部分內容，又本次因應一百十年六月九日總統公布修正本法與實務運作現況，通盤檢討修正本執行原則。

參、預算法第六十二條之一規範範圍

一、中央政府、直轄市、縣(市)、鄉(鎮、市)及直轄市山地原住民區各機關暨公營事業、政府捐助基金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事業(以下簡稱各機關)，編列預算於平面媒體、廣播媒體、網路媒體（含社群媒體）及電視媒體(以下簡稱四大媒體)辦理之政策及業務宣導，除屬免予適用情形者外，均為本法規範範圍。

二、宣導內容及方式已公開、透明，無涉置入性行銷，且不

影響行政中立、新聞自由及人民權益者，於標示廣告後，有損及其公信力、真實性，或不符他國法令等情形，始得免予適用本法第一項有關「應明確標示其為廣告」之規定(以下簡稱免予適用本法規定)。

前項情形仍應揭示辦理或贊助機關、單位名稱。

三、前述得免予適用本法規定之情形可能有以下方面：

（一）與國家安全、社會秩序、公共利益、基本民生或人民生命財產安全有關之宣導：例如入境旅客嚴禁攜帶未經核可之動植物產品；H5N2 禽流感、登革熱、愛滋病等防治指引；捉拿逃犯、協尋失蹤人口等公告；停水、停電、防震、防颱等民生訊息發布；小型車後座乘客應繫安全帶之宣導等。

（二）依法律規定辦理之宣導：例如「總統副總統選舉罷免法」第七條規定，中央選舉委員會應辦理候選人電視政見發表會等。

（三）各類競賽、頒獎活動之媒體轉播：例如運動賽會、金鐘獎、金曲獎、金馬獎等媒體轉播，宜維持其公開、公平、公正立場，以避免外界質疑競賽、評選結果之真實性。

（四）辦理國際政策及業務宣導，標示為廣告有違反他國法令規定者：例如外交部配合我參與國際組織，於國際媒體刊播之廣告；交通部觀光局於國外刊登之觀光行銷廣告等。

肆、預算編列、後續執行及管理機制

一、中央政府各機關辦理四大媒體政策及業務宣導預算，應確實依費用性質編列於相關之媒體政策及業務宣導三級用途別科目，並於單位預算書「歲出計畫提要及分支計畫概況表」妥適表達經費編列情形以及於「媒體政策及業務宣導經費彙計表」列明辦理金額及預計執行內容；中央政府各營業及非營業特種基金透過四大媒體，配合政府推動各項政策及業務之宣導費用應編列於「媒體政策及業務宣導費」科目，並於預算書「媒體政策及業務宣導費彙計表」列明金額及預計執行內容；至政府捐助基金百分五十以上成立之財團法人，應依「財團法人依法預算須送立法院之預算編製注意事項」規定辦理。

二、各機關編列預算於四大媒體辦理政策及業務宣導，應確實依本執行原則及「政府機關政策文宣規劃執行注意事項」辦理；如須免予適用本法規定，應敘明宣導之內容、方式及免予適用本法規定之原因，簽報機關首長或其授權代簽人核定後，始得辦理。

三、各機關依本法規定標示廣告之方式，請參照「衛星廣播電視法施行細則」第十一條第三項略以：「……所定標示，應明顯可辨識，……」，以「廣告」二字之字級大小符合比例原則為宜；至於廣播媒體辦理者，請於廣播結束時說明「以上廣告由 XX 機關提供」或「以上為 XX 機關廣告」等相關文字。

四、中央政府、直轄市、縣(市)、鄉(鎮、市)及直轄市山地原住民區各主管機關應就本機關及其所屬機關於四大媒

體辦理政策及業務宣導之預算執行加強管理，按月於機關資訊公開區公布宣導主題、媒體類型、期程、金額、執行單位等事項，並於各該級政府主計機關(單位)網站專區公布，按季送立法機關備查。

前項主計機關(單位)，指行政院主計總處、直轄市及縣(市)政府主計處、鄉(鎮、市)及直轄市山地原住民區主計室；立法機關，指立法院、直轄市及縣(市)議會、鄉（鎮、市）及直轄市山地原住民區民代表會。