



[首頁](#) > [資訊櫥窗](#) > [本會法令](#) > [第二類行政規則\(法令形式\)](#) > [廣播電視類](#)

廣播電視類 > 國家通訊傳播委員會節目與廣告區分認定原則

中華民國一百〇三年七月二日通傳內容字第10348017740號令

國家通訊傳播委員會節目與廣告區分認定原則

中華民國90年5月30日行政院新聞局以(九十)正廣四字第零七二九八號令發布

中華民國101年5月16日通傳播字第10148019490號令修正，並自101年7月1日生效

中華民國103年7月2日通傳內容字第10348017740號令修正，並自同日施行

一、為確保視聽眾之視聽權益，並顧及廣電產業經濟發展，以維護節目完整性及內容編輯之獨立性，國家通訊傳播委員會(以下簡稱本會)執行廣播電視法第三十三條第一項、有線廣播電視法第四十二條第一項及衛星廣播電視法第十九條第一項等有關節目與廣告應區分之規定，特訂定本認定原則。

二、本認定原則用詞定義如下：

(一)影像：指一切以視覺方式呈現者。

(二)聲音：指旁白、音訊、背景音樂等。

(三)內容呈現：指特定或可資辨識之廠商品牌、商品、商業服務、電話、網址、標識、標語等方式；或涉及特定產品之效用、使用方式者。

(四)參與者：指如廠商、主持人、來賓、主播、新聞記者、主講人、表演者等。

(五)道具、布景：指名牌、圖卡、圖表、海報等布置場景所使用之素材。

(六)新聞報導：指各類型以事實報導為主之內容。

(七)兒童節目：指為學齡前及學齡兒童所製作之節目。

三、節目內容及表現 除法令另有規定外，如符合下列各款情形之一，以影像或聲音，鼓勵消費、利用視聽眾輕信或比較心理影響消費、明顯促銷或宣傳、過分突顯特定或可資辨識之商品或商業服務之價值，認定為與廣告未明顯區分：

(一)節目名稱呈現與特定或可資辨識之廠商品牌、商品、商業服務、電話、網址、標識或標語相同者。

(二)節目名稱與該節目插播之廣告關聯者。

(三)節目參與者於節目言論或表現之內容，呈現特定或可資辨識之廠商品牌、商品、商業服務、電話、網址、標識或標語；或涉及特定或可資辨識產品之效用、使用方式、價格者。

(四)節目參與者所演出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、聲音或其他形式顯示特定或可資辨識之廠商品牌、商品、商業服務、電話、網址、標識或標語。

(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或可資辨識產品之效用、使用方式或價格。

(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；或雖無關聯但未以其他廣告前後區隔者。

(八)節目內容呈現單一或特定或可資辨識之廠商品牌、商品、商業服務、電話、網址、標識或標語；或涉及單一、特定或可資辨識產品之效用、使用方式、價格者。

(九)節目內容利用兒童、名人、專業者、贈品、統計、科學數據、實驗設計結果等手法，突顯特定或可資辨識商品或商業服務之價值者。

四、節目為運動賽事者，除有下列情形之一者外，得從寬認定：

(一)涉及特定或可資辨識商品或商業服務之效用、使用方法或價格。

(二)影響收視者。

五、新聞報導或兒童節目有本認定原則第三點或附表情形之一者，認定為與廣告未明顯區分。

六、本會對於新聞報導或兒童節目是否構成廣告化之認定，係基於整體內容之考量，綜合各項因素判斷；兒童節目採更嚴格標準認定。

附表 新聞報導及兒童節目涉及廣告化認定原則說明

類別 項目	內容觀點	內容用語	畫面及標題呈現
一、新聞報導	對特定或可資辨識之商品或商業服務報導角度、意見推論或提供相關事件脈絡，呈現單一觀點者。	- 報導用語易引起消費心理預期，使視聽眾以為是推介、行銷或宣傳用語之情形者。 - 報導用語所提及之特徵，已足令	畫面或標題突顯特定或可資辨識之廠商品牌、商品、商業服務，或訪談對象明顯推介特定或可資辨識之廠商品

	- 對單一特定或可資辨識之商品或商業服務為正面且深入報導，令視聽眾以為是推介或行銷活動之宣傳者。 - 報導內容及表現方式，與特定或可資辨識之商品或商業服務之廣告內容相搭配。 - 報導內容出現特定或可資辨識之品牌、商品、商業服務、標識、標語、產品效用、使用方式的播出時間，明顯不符比例原則。	視聽眾知悉特定或可資辨識之商品或商業服務之品牌。 報導用語提及特定商品價格或促銷特定或可資辨識之商品或商業服務，誘使視聽眾消費。	牌、商品、商業服務。 畫面出現廠商提供之公關帶、廣告片內容，意圖推介特定或可資辨識之廠商品牌、商品或商業服務。
二、兒童節目	- 利用兒童無法辨識、易於輕信或比較心理，於節目中呈現特定或可資辨識之商品或商業服務影響兒童消費行為者。 - 利用兒童參與心理，鼓勵使用各種付費形式之互動者。 - 利用兒童信賴心理，透過節目參與者，對特定或可資辨識之商品或商業服務作推廣宣傳者。	- 利用兒童易於輕信或比較心理，勸進購買特定或可資辨識之商品或商業服務。 - 促使兒童要求家長接受節目內容相關商品或商業服務之建議。	畫面或相關設計突顯特定或可資辨識之廠商品牌、商品或商業服務。

	• 於節目片頭前、進行中或片尾後插播之廣告，出現該時段節目之節目參與者所代言或演出之廣告者。		
--	--	--	--

註：本表未述及之項目，應比照性質類似者處理。

 附件下載 》 [節目與廣告區分認定原則第三點修正對照表\(33.00 KB\)](#)

列印



會本部：10052臺北市中正區仁愛路1段50號  [北區監理處、中區監理處、南區監理處等其它](#)
 電話：0800-177177 傳真：(02)2343-3994 [辦公室](#) 
 濟南路辦公室：10054臺北市濟南路2段16號  免付費申訴電話：0800201205(衛星頻道、
 電話：0800-177177 傳真：(02)2343-3994 [有線電視申訴專線](#)),0800201207(電信消費申
 訴專線)

版權所有 © 國家通訊傳播委員會

【隱私權及資訊安全政策】 【政府網站資料開放宣告】

下載Adobe Reader 瀏覽人次：

最佳瀏覽解析度為1024*768以上 更新日期：105/11/29