

國家通訊傳播委員會 112 年 9 月 13 日第 1083 次委員會議審議核處節目一覽表

編號	播出台 節目名稱 播出時間	案由說明	適用法條與決議
112 年第 4 次節目廣告諮詢會議			
1	1-1 八大第一台、 1-2 東風衛視台、 1-3 中天娛樂台、 1-4 東森戲劇台、 1-5 東森綜合台 「亞洲健康王」 111.10.27(四) 09:00-10:00	系爭節目由購物專家主持，邀請醫師、藝人、見證民眾等人，藉由探討骨關節退化、疼痛等問題，共同推介特定商品，且主持人不斷提醒觀眾，趕快打諮詢專線，有效就賺到等類似購物頻道之推銷話語，並搭配諮詢專線字卡，內容呈現明顯利用名人、專家、科學數據等手法，宣傳、促銷特定商品，呈現方式已達促銷宣傳、鼓勵消費或利用輕信比較心理影響消費，致節目與廣告未區隔，違反衛星廣播電視法第 30 條規定。	適用法條： 衛星廣播電視法第 30 條。 決議： 1-1 八大第一台 核處 60 萬元(近 2 年內 2 次核處紀錄) 1-2 東風衛視台 核處 80 萬元(近 2 年內 6 次核處紀錄) 1-3 中天娛樂台 核處 40 萬元(近 2 年內未有核處紀錄) 1-4 東森戲劇台 核處 80 萬元(近 2 年內 4 次核處紀錄) 1-5 東森綜合台 核處 60 萬元(近 2 年內 1 次核處紀錄)
2	2-1 JET 綜合台 「亞洲健康王」 111.11.16(三) 16:30-17:30 2-2 東風衛視台 「亞洲健康王」 111.11.25(五) 15:00-16:00	系爭節目由購物專家主持，以感恩大會活動現場方式進行，邀請商品代言人、醫生及營養師等，探討骨關節退化、疼痛等問題，現場並有藝人及 10 幾位民眾為商品使用前、後見證，為特定商品做推介，且主持人多次提醒觀眾，前 20 名撥打諮詢專線免費體驗一盒，鼓勵觀眾撥打諮詢專線，商品就送到家免費體驗等類似購物頻道之推銷話語，並搭配諮詢專線字卡，內容呈現明顯利用名人、專家、科學數據等手法，宣傳、促銷特定商品，呈現方式已達促銷宣傳、鼓勵消費或利用輕信比較心理影響消費程度，致節目與廣告未區隔，違反衛星廣播電視法第 30 條規定。	適用法條： 衛星廣播電視法第 30 條。 決議： 2-1 JET 綜合台 核處 60 萬元(近 2 年內 1 次核處紀錄) 2-2 東風衛視台 核處 80 萬元(近 2 年內 5 次核處紀錄)

3	<p>東風衛視台 「亞洲健康王」 112.1.3(二) 15:00-16:00</p>	<p>系爭節目由購物專家主持，邀請代言人、兩位專家，共同推介特定商品，並有多位藝人及民眾為此配方做使用見證；主持人多次提醒觀眾來電索取免費試用，並於進廣告前在畫面倒數秒數及疊印「免費索取體驗即將開始」字卡，鼓勵觀眾趕快打進來，免費體驗要先搶，廠商只給 20 個名額等類似購物頻道之推銷話語，並搭配諮詢專線字卡，內容呈現明顯利用名人、專家、科學數據等手法，宣傳、促銷特定商品，呈現方式已達促銷宣傳、鼓勵消費或利用輕信比較心理影響消費程度，致節目與廣告未區隔，違反衛星廣播電視法第 30 條規定。</p>	<p>適用法條： 衛星廣播電視法第 30 條。 決議： 核處 100 萬元(近 2 年內 8 次核處紀錄)</p>
4	<p>八大第一台 「亞洲健康王」 112.3.14(二) 15:00-16:00</p>	<p>系爭節目由代言人、購物專家主持到全台使用代言人特定配方的 6 位見證者家中拜訪追蹤使用效果，見證者分享使用成效與心得，推介代言人商品；並穿插律師對於節目見證者之身分及效用均為屬實之保證；以及醫師推薦商品並講述療效，主持人並不斷鼓勵觀眾撥打諮詢電話，送一盒免費體驗，還有神秘好禮等類似購物頻道之推銷話語，並搭配免費體驗諮詢專線字卡，內容呈現明顯利用名人、專家、科學數據等手法，宣傳、促銷特定商品，呈現方式已達促銷宣傳、鼓勵消費或利用輕信比較心理影響消費程度，致節目與廣告未區隔，違反衛星廣播電視法第 30 條規定。</p>	<p>適用法條： 衛星廣播電視法第 30 條。 決議： 核處 60 萬元(近 2 年內 1 次核處紀錄)</p>