

衛星廣播電視廣告製播標準第三條附表

款次	例示
一、違反法律強制或禁止規定	<p>(一) 涉及比較性質時，未能證明其真實。</p> <p>(二) 虛偽不實或誇張者。</p> <p>(三) 播出菸草產品廣告者。</p> <p>(四) 非藥物而宣揚具醫藥效能者。</p> <p>(五) 未依規定註明核准立案之機關及文號者。</p> <p>(六) 依其他法律強制或禁止規定。</p>
二、妨害兒童或少年身心健康	<p>(一) 影響兒童或少年生理、心理健康者。</p> <p>(二) 對尊敬師長等固有道德觀念產生不良影響者。</p> <p>(三) 養成不良生活習慣或產生不良模仿作用者。</p> <p>(四) 誘使兒童或少年不滿現有用品，養成貪得無厭等不正確觀念者。</p> <p>(五) 直接唆使兒童或少年要求家長接受廣告之建議者。</p> <p>(六) 利用兒童或少年對師長、醫師或兒童節目主持人之信賴心理，對產品作推廣宣傳者。</p> <p>(七) 提倡、鼓勵兒童或少年從事危險活動者。</p> <p>(八) 涉及驚險之特技表演時，未提示兒童或少年不宜模仿者。</p> <p>(九) 以尖銳刺耳的聲音及以強光閃爍搖擺不定之畫面，驚擾觀眾收視。</p> <p>(十) 以相同聲音或畫面重複密集出現之方式表達者。</p> <p>(十一) 廣告內容以是否擁有廣告商品作為判斷受尊敬或受輕視之標準者。</p> <p>(十二) 避孕器材、婦女生理用品廣告以實體或人體展示商品性能或安排兒童演出者。</p> <p>(十三) 引誘青少年、兒童進入法令禁止其涉足之場所者。</p>

	<p>(十四) 酒類廣告於兒童或青少年節目中播出。</p> <p>(十五) 酒類產品廣告中有兒童或青少年參與演出。</p> <p>(十六) 廣告內容以贈獎為促銷者，不得以菸、酒及藥品作為贈品。</p> <p>(十七) 描述喝酒為美好之經驗，或以飲酒能帶來好運氣、或成為受歡迎、有成就之人士，為其表現方式。</p> <p>(十八) 播出酒類廣告，但經中央主管機關公告播送時段者，不在此限。</p>
<p>三、妨害公共秩序或善良風俗</p>	<p>(一) 破壞國家社會秩序或違背國民一般道德標準者。</p> <p>(二) 表現社會弊病無警世意義者。</p> <p>(三) 宣揚迷信者。</p> <p>(四) 歧視或嘲笑身心殘障者。</p> <p>(五) 廣告方法有使公眾誤信之虞者。</p> <p>(六) 廣告表現涉及「性」的內容表示者。</p> <p>(七) 廣告有怪形怪狀、低俗不雅之表現方式及誇張之病態動作或表情者。</p> <p>(八) 用辭欠雅或提示、誘導從事有損個人健康之活動。</p> <p>(九) 有曖昧、煽情之表現方式。</p> <p>(十) 對身體、屍體作不當之表現者。</p> <p>(十一) 廣告內容與表現，有脅迫、暴力或有暗示、誘惑他人犯罪之虞之畫面。</p>