



防止兒童肥胖 限播垃圾食物廣告

2012 年垃圾食物廣告調查報告

台南市一家醫院針對市區 847 名學童進行調查，發現超過四分之一學童有體重過重及肥胖問題，當中還有不少孩子因此有脂肪肝跟肝指數上升情況，更誇張的是脂肪肝年齡最小竟然只有 5 歲....(2012/8/30)

曾幾何時，電視變成許多人吃飯時不可或缺的配菜。「吃飯配電視」已是許多現代家庭的飲食習慣，而在這段用餐時間當中，孩子不知不覺地收看一堆垃圾食物廣告，導致健康出現隱憂。根據教育部統計處 99 年度學生健康檢查資料顯示，國小學童過重及肥胖比率為 25.9%，國中學童過重及肥胖比率為 27.7%，可見過重肥胖的問題相當嚴重！兒福聯盟文教基金會(以下簡稱兒盟)今天與王育敏立法委員共同召開記者會，分析台灣孩子愛看的卡通節目當中¹，垃圾食物廣告內容以及所佔比例，結果發現台灣兒童平均一年收看超過八千個(8,325)垃圾食物廣告，假日播得比平日還密集，平均每 6.6 分鐘就會出現一次垃圾食物廣告，用餐時段的垃圾食物廣告出現頻率，甚至是其他時段近 1.6 倍！其中飲料類(44.3%)最為大宗，零食(24%)、速食店(16.4%)次之。相較目前世界各國相當重視兒童肥胖問題，針對相關的廣告，已明訂許多製播規範，在台灣垃圾食物廣告完全不設防，孩子們打開電視一邊看卡通一邊接受這些拍得相當可口、溫馨的「垃圾食物」廣告的洗腦，理所當然的大快朵頤，實在令人擔憂他們的健康！兒盟與立委王育敏共同提出 NCC 應研議垃圾食品廣告製播標準、限制垃圾食品在兒少頻道及兒少節目中播廣告及促銷、禁止業者以送贈品的方式行銷垃圾食品 三大訴求，希望能具體防範兒童過重問題，保障兒童健康。

兒盟研發處邱靖惠組長說明召開這次記者會的目的：兒盟過去調查發現四成五(44.6%)的兒童少年經常收看卡通節目，但這些孩子愛看的節目穿插的廣告有很高的比例是垃圾食物，也難怪孩子們放學後含糖飲料一罐接著一罐喝、薯條、洋芋片一口接著一口吃個不停，小胖子愈來愈多，在

¹ 調查於今年(2012 年)4 月 9 日至 4 月 20 日期間施測，以台灣本島國小五、六年級、國中七、八年級學童為母群體，採分層叢集抽樣法，就台灣地區 19 個縣市（不含澎湖、金門、連江等離島縣市）依母群體分布情形抽取 44 所受測小學，總計發出 1,593 份問卷，回收有效問卷 1,428 份，回收率達 89.6%；在 98% 的信心水準之下，抽樣誤差不超過正負 3%。該調查發現四成五(44.6%)的兒童少年經常收看卡通節目。



美國開始對肥胖宣戰的同時，台灣卻還繼續放任這些垃圾食物廣告繼續給孩子們洗腦，令人憂心。

為了更瞭解台灣兒童接觸垃圾食物廣告的頻率與內容，於 2012 年 7 月 26 日至 2012 年 8 月 9 日，就孩子收看電視時間最長的暑假期間，針對最熱門的卡通節目進行廣告監看；這些熱門卡通節目共 14 個，包含：航海王、火影忍者、喜羊羊與灰太郎、海綿寶寶、哆啦 A 夢、新名偵探柯南、BEN 10 外星英雄、飛哥與小佛、烏龍派出所、魔導少年、犬夜叉、Dora、我們這一家、蠟筆小新，這些節目分別於 5 個兒童頻道（迪士尼、Animax、東森幼幼台、MOMO 親子台、卡通頻道）與 7 個綜合頻道（衛視中文台、八大綜合、台視、華視、東森綜合台、超視、AXN）中播放。

⌚台灣兒童平均一年收看超過八千個(8,325)垃圾食物廣告，假日播得比平日更密集

首先檢視卡通節目中垃圾食物廣告²出現的頻率：在平日(週一至週五)，垃圾食物廣告平均每小時出現 8.7 次，而假日(週六、週日)平均每小時出現 10.1 次；進一步計算垃圾食物廣告佔所有廣告的比例，假日(34.8%)較平日(28.3%)高出許多。

對照台灣兒童平日、假日平均看電視的時間³後，發現孩子平日每天看 64.5 個電視廣告，其中 18.3 個是垃圾食物廣告，假日每天看 98.6 個電視廣告，其中 34.3 個是垃圾食物廣告，一年下來，台灣兒童平均一年看二萬七千個以上(27,024)的電視廣告，其中超過八千個(8,325)是垃圾食物廣告。

	垃圾食物廣告 出現次數/每 小時(a)	所有廣告 ⁴ 次 數/每小時 (b)	垃圾食物廣告 佔所有廣告的 比例(a/b)	兒童平均每 天收視時數 (c)	一天垃圾 食物廣告 次數 (axc)
平日 週一~五	8.7	30.7	28.3%	2.1 小時	18.3

² 此處計算的垃圾食物廣告包含：高熱量食物（零食、泡麵、披薩、冰淇淋、糖果）、飲料、速食店，而不包含奶粉、麥片、保健食品...等。

³ 本調查於 100 年 10 月 5 日至 24 日期間施測，以台灣地區(不含澎湖等離島)五至八年級學生為母群體，採集群隨機抽樣，依各縣市五至八年級學生人數比例，隨機抽出國中、國小施測。本調查總計發出 3115 份問卷，回收 2756 份有效問卷，回收率為 88.48%，在 96%的信賴水準下，誤差不超過正負 2 個百分點。

⁴ 此稱廣告數只計算「商業廣告」，不包含該電視台的節目預告、節目廣告、政令宣導廣告...等。



假日 週六、日	10.1	29.0	34.8%	3.4 小時	34.3
------------	------	------	-------	--------	------

⌚ 平均每 6.6 分鐘出現一次垃圾食物廣告

用餐時段的垃圾食物廣告出現頻率，是其他時段近 1.6 倍

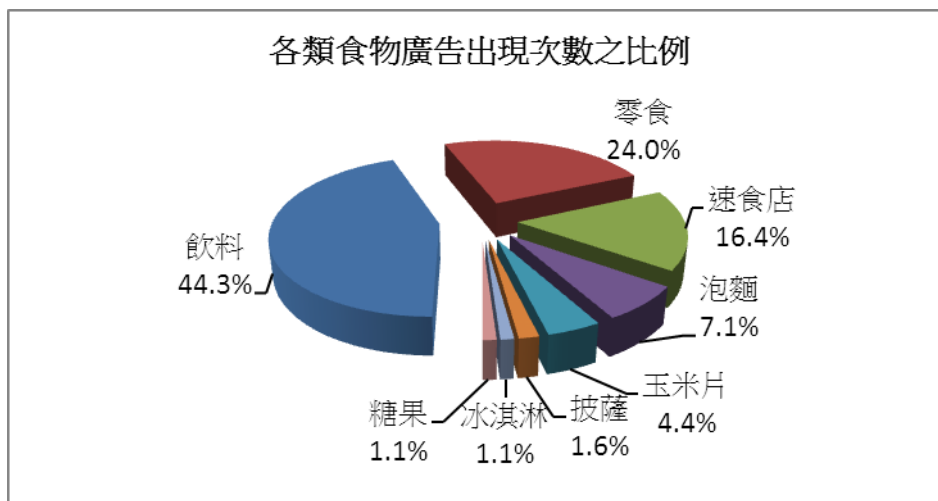
整體來說，觀察每週垃圾食物廣告出現的頻率，平均每 6.6 分鐘會出現一次垃圾食物廣告。進一步比較「用餐時段」(中午 12 點至下午 1 點與下午 5 點 30 分至 7 點)這段時間與「其他時段」的垃圾食物廣告播放頻率時，用餐時段的垃圾食物廣告每 6.3 分鐘出現一次，而其他時段每 10.4 分鐘出現一次。倘若家中的習慣是「吃飯配電視」，那麼在這段時間中，大人與小孩也不知不覺地接收了更多的垃圾食物廣告。

	垃圾食物廣告多久出現一次(分鐘)
非用餐時段	10.4
用餐時段	6.3

⌚ 飲料類廣告(44.3%)最為大宗

零食廣告(24%)、速食店廣告(16.4%)次之

在垃圾食物廣告中，以飲料類廣告為最大宗，佔所有垃圾食物廣告的四成(44.3%)，零食廣告、速食店廣告次之，分別有二成四(24%)、一成六(16.4%)。飲料類廣告包含蔬果汁飲料、茶類飲料、汽水、咖啡…等，其數目遠遠高於其他類型的垃圾食物廣告；速食店廣告以麥當勞、肯德基、漢堡王為主；而零食廣告則包含洋芋片、餅乾、巧克力…等。





⌚ 他山之石

目前世界各國相當重視兒童肥胖問題，針對相關的廣告，已明訂許多製播規範，值得借鏡，見下表。

除此之外，紐約市更於 9 月 13 日通過餐飲業禁售 470 毫升以上的汽水和含糖飲料，成為美國第一個禁售大杯或大瓶汽水和含糖飲料的都市；在丹麥，2011 年就開始向國民徵收「脂肪稅」，法國政府近來也對含糖飲料業者課「肥胖稅」，針對每罐含糖飲料加收 1% 的稅，可見從國際上深切重視並從法律面管制垃圾食物。王育敏立委表示，反觀台灣，一打開電視可以看見充斥的垃圾食物廣告，因此有適度限制垃圾食品廣告與行銷之必要。

除了垃圾食物廣告外，許多餐飲、速食業者常以附贈贈品，作為吸引孩子購買的手段。根據美國公益科學中心 (CSPI) 指出，以贈品作為行銷垃圾食物的手段是造成兒童肥胖人數攀升的原因之一，應該立即禁止。在美國舊金山市已立法《健康食物條例》(Healthy Food Incentives Ordinance) 禁止垃圾食物附贈贈品的商業行為，目的就是減少兒童受到垃圾食物的吸引，抑制肥胖症的盛行。

國家	作法
英國	於兒童收看電視之黃金時段，禁播「垃圾食品」廣告
瑞典	兒童節目時段全面禁止播放兒童廣告
歐洲自由貿易組織成員國冰島、挪威、瑞典	要求歐盟禁止直接向兒童廣告。
愛爾蘭	提出兒童廣告新規範，禁止兒童崇拜之名人偶像代言兒童廣告，糖果廣告必須提醒兒童保持口腔衛生及清潔。
法國	國會提議限制兒童食品廣告。
義大利	國會修訂廣電法案，禁止 14 歲以下兒童拍攝電視廣告。
加拿大	規定兒童食品廣告只能在上午 9 時至 10 時播出，且禁止強調最省錢、最優惠等語詞。
美國	主要食品及飲料業者簽署「兒童食品及飲料廣告措施」(CFBAI—Children's Food and Beverage Advertising Initiative) 之廣告自律協定。



⌚呼籲「打擊肥胖 拒絕垃圾食物」

對於兒童過重問題的防範，兒盟與立委王育敏共同提出**新增《食品衛生管理法》第十九條之一**，強調三大訴求：

1. **NCC研議垃圾廣告製播標準**：在目前法案還沒有通過的階段，國家通訊傳播委員會應研議，將垃圾食品廣告管理規範列入相關的廣播電視廣告製播標準，降低兒童接收此類廣告的機會。
2. **限制垃圾食品廣告及促銷**：由於現行食品衛生管理法並沒有限制垃圾食品廣告及促銷的相關規範，所以新增**《食品衛生管理法》第十九條之一**的規定，然而此類食品的認定基準、食品廣告或促銷限制之範圍、方式及場所，細節授權衛生署定之。
3. **禁止以附贈品方式販售**：禁止以附贈贈品方式販售垃圾食品，可避免兒童受贈品誘惑，而進食熱量太高的垃圾食品，對身體產生不良影響。