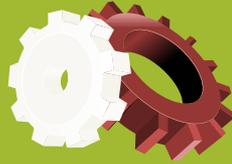




# 健康傳播與消費者保護

(藥物、化粧品、食品廣告法規與案例研析)

# 大綱



01

產品  
屬性

02

藥物  
廣告

03

化粧品  
廣告

04

食品  
廣告

05

健康食品  
廣告

06

消費者  
保護法

# 產品屬性

## 食品安全衛生管理法

- 食品  
指供人飲食或咀嚼之產品及其原料。
- 特殊營養食品  
嬰兒與較大嬰兒配方食品。  
特定疾病配方食品。  
其他經中央主管機關許可得供特殊營養需求者使用之配方食品。

## 化粧品衛生管理條例 (化粧品衛生安全管理法)

- 化粧品  
施於人體外部，以潤澤髮膚，刺激嗅覺，掩飾體臭或修飾容貌之物品；其範圍及種類，由中央衛生主管機關公告之。  
  
(施於人體外部、**牙齒或口腔黏膜**，用以潤澤髮膚、刺激嗅覺、改善體味、修飾容貌或清潔身體之製劑。但依其他法令認屬藥物者，不在此限。)

## 健康食品管理法

- 健康食品：個案審查(第一軌)、規格標準審查(第二軌)  
  
具有保健功效，並標示或廣告其具該功效之食品。本法所稱之**保健功效**，係指增進民眾健康、減少疾病危害風險，且具有實質科學證據之功效，非屬治療、矯正人類疾病之醫療效能，並經中央主管機關公告者。

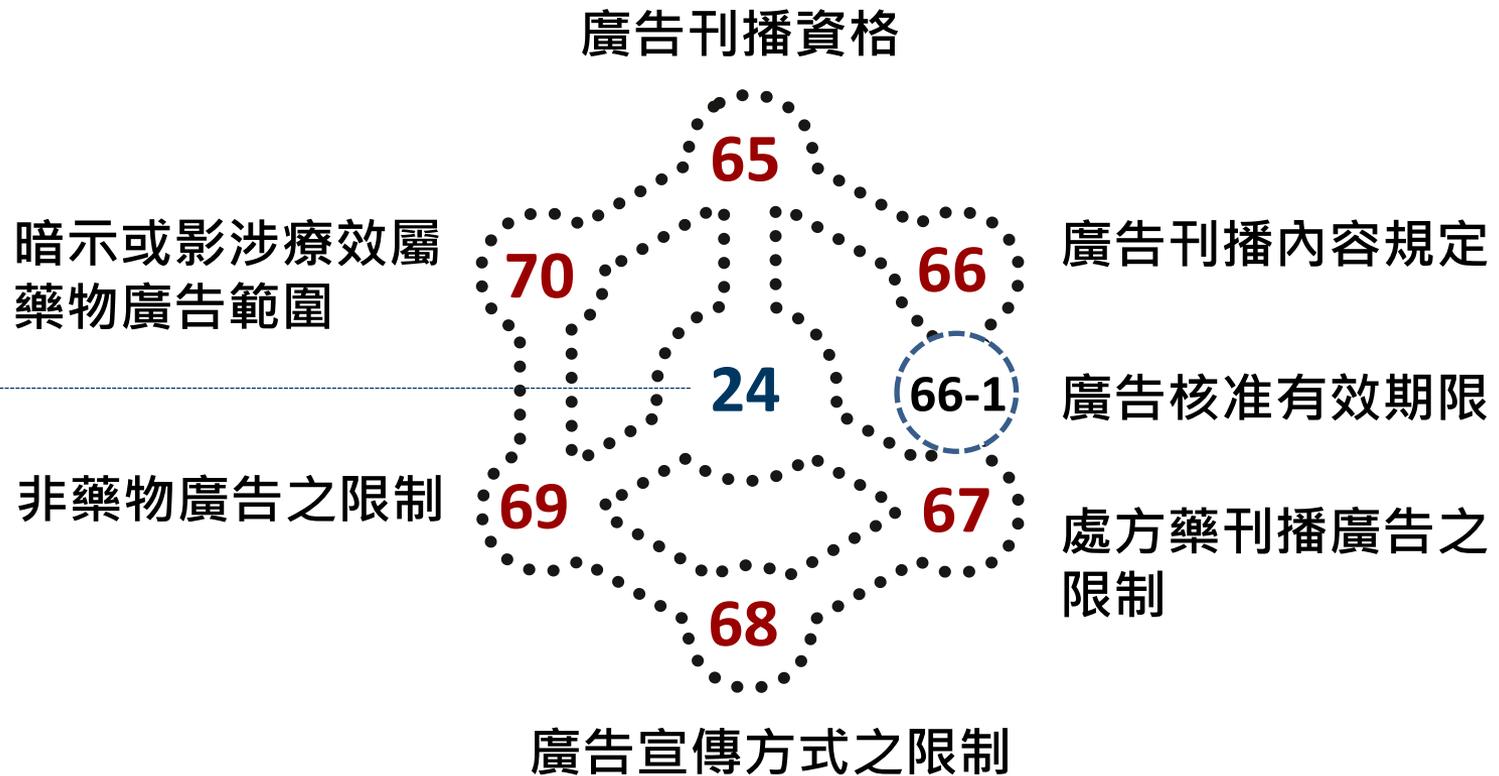
## 藥事法

- 藥品  
成藥(乙類成藥、甲類成藥)。  
醫師藥師藥劑生指示藥。  
處方藥。
- 醫療器材  
第一、第二、第三等級。  
(依醫療器材管理辦法之分級規定)



# 藥物廣告

✦ 藥物廣告定義：指利用**傳播方法**，宣傳**醫療效能**，以達**招徠銷售**為目的之行為。



# 藥事法第24條

本法所稱藥物廣告，係指利用傳播方法，宣傳醫療效能，以達招徠銷售為目的之行為。

產品資訊



OO牌 XXX胃散  
衛署藥製字第00000號

500元/瓶



OO牌 XXX胃散  
衛署藥製字第00000號

功效：  
抑制胃酸、消除脹氣

500元/瓶

廣告

廣告



OO牌 XXX胃散  
衛署藥製字第00000號

抑制胃酸  
消除脹氣

500元/瓶



OO牌 XXX胃散  
衛署藥製字第00000號

500元/瓶

廣告

## 「藥物廣告」及「衛教廣告」之界定方式

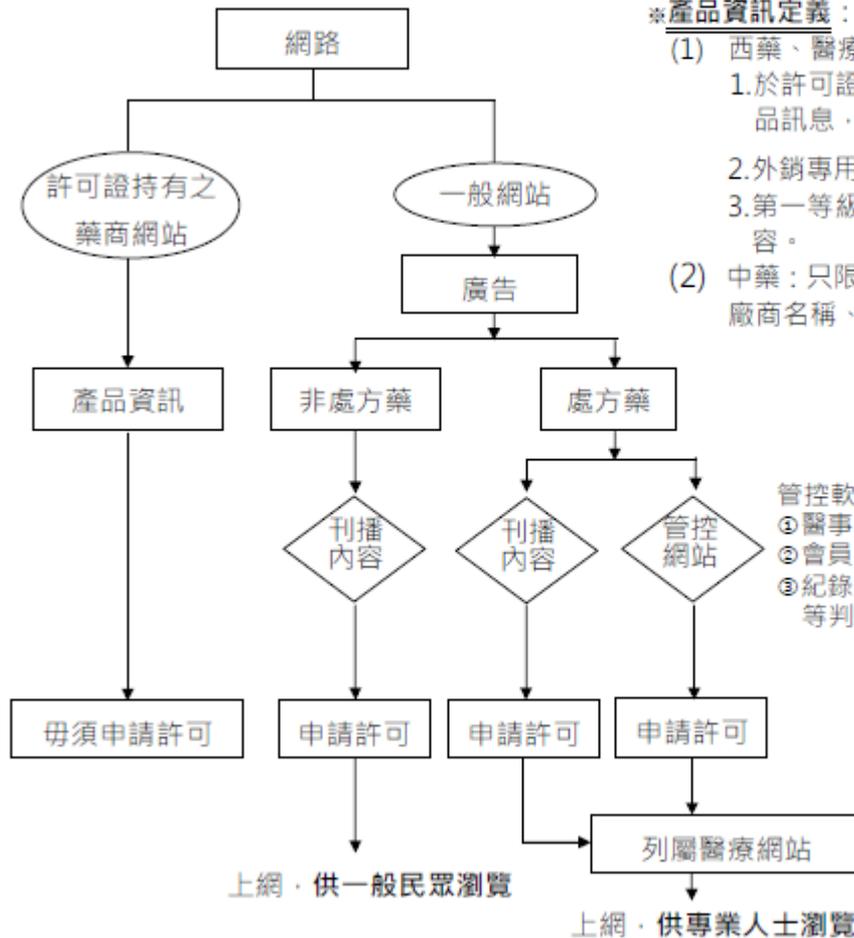
- ✦ 符合藥事法第24條，即藥物廣告。
- ✦ 衛教廣告內容不應涉及特定藥物品名，並應與相關藥物廣告篇幅作明顯區隔。

### 明顯區隔

- 平面廣告之藥物廣告與衛教廣告，不得刊登於同一版面及連續版面。
- 動態廣告之藥物廣告與衛教廣告間，應刊播其他廣告作為區隔，不得連續刊播，使消費者誤認二則廣告為同一廣告。
- 藥物廣告與衛教廣告，不得連續刊播，不得由相同人士演出或代言，使消費者誤認二則廣告為同一廣告。
- 不得有其他使消費者誤認藥物廣告與衛教廣告為同一廣告之刊登方式。



# 藥物網路廣告處理原則



## ※產品資訊定義：

### (1) 西藥、醫療器材：

1. 於許可證持有之藥商網站，應依本署核准之藥物仿單內容完整刊登該公司產品訊息，並應加貼藥物外盒或實體外觀之圖片。
2. 外銷專用仿單要加註「外銷專用」。
3. 第一等級醫療器材僅限刊登規格、照片及核准分類品項代碼之鑑別完整內容。

### (2) 中藥：只限刊登藥物名稱、劑型、處方內容、用量、用法、效能、注意事項及廠商名稱、地址，並得加貼與標籤仿單核定本相符之實體照片。



## 藥事法第24條

本法所稱藥物廣告，係指利用傳播方法，宣傳醫療效能，以達招徠銷售為目的之行為。

01



案例1

02



案例2

03



案例3

04



案例4



案例8

08



案例7

07



案例6

06



案例5

05

## 藥事法

### 第 65 條

非藥商不得為藥物廣告。

### 第 66 條

藥商刊播藥物廣告時，應於刊播前將所有文字、圖畫或言詞，申請中央或直轄市衛生主管機關核准，並向傳播業者送驗核准文件。原核准機關發現已核准之藥物廣告內容或刊播方式危害民眾健康或有重大危害之虞時，應令藥商立即停止刊播並限期改善，屆期未改善者，廢止之。

藥物廣告在核准登載、刊播期間不得變更原核准事項。

傳播業者不得刊播未經中央或直轄市衛生主管機關核准、與核准事項不符、已廢止或經令立即停止刊播並限期改善而尚未改善之藥物廣告。

接受委託刊播之傳播業者，應自廣告之日起六個月，保存委託刊播廣告者之姓名（法人或團體名稱）、身分證或事業登記證字號、住居所（事務所或營業所）及電話等資料，且於主管機關要求提供時，不得規避、妨礙或拒絕。

### 第 66-1 條

藥物廣告，經中央或直轄市衛生主管機關核准者，其有效期間為一年，自核發證明文件之日起算。期滿仍需繼續廣告者，得申請原核准之衛生主管機關核定展延之；每次展延之期間，不得超過一年。

前項有效期間，應記明於核准該廣告之證明文件。

### 第 67 條

須由醫師處方或經中央衛生主管機關公告指定之藥物，其廣告以登載於學術性醫療刊物為限。

# 廣告申請核定表

衛生福利部 藥品廣告申請核定表(第1頁)			
<input type="checkbox"/> 廣告新申請案 <input type="checkbox"/> 廣告展延案		收 文 戳 章 欄	
案件聯絡人		聯絡電話	
申請廠商名稱		負責人姓名	
公司統一編號			
申請廠商地址			
通訊地址			
藥商執照			
藥品名稱	許可證所載適應症		
許可證字號	衛署 字第 號	許可證有效期間	至 年 月 日
申請廣告類別 (電視、電影、 電台須註明刊 播秒數)	<input type="checkbox"/> 電影、電視(註明刊播秒數) <input type="checkbox"/> 電台(註明刊播秒數) <input type="checkbox"/> 網路 <input type="checkbox"/> 平面媒體(海報、傳單、報紙、刊物、雜誌、廣告牌、車體、 車廂等)- <input type="checkbox"/> 學術性醫療刊物、 <input type="checkbox"/> 其他_____		
※廣告許可字號	衛部藥廣字第 號		
※核定廣告有效期間	至 止		
※核准廣告類別	<input type="checkbox"/> 電影、電視(註明刊播秒數) <input type="checkbox"/> 電台(註明刊播秒數) <input type="checkbox"/> 網路 <input type="checkbox"/> 平面媒體(海報、傳單、報紙、刊物、雜誌、廣告牌、車體、 車廂等)- <input type="checkbox"/> 學術性醫療刊物、 <input type="checkbox"/> 其他_____		
注意事項： 1. 請依照本部核定廣告之內容刊載媒體廣告，以免曠法。 2. 藥物廣告應將廠商名稱、藥物許可證及廣告核准文件字號，一併登錄或宣讀。			
附註：表內有「※」者，申請人請勿填寫。			

**媒體類別錯誤，與原核准內容不符。**

衛生福利部 藥品廣告申請核定表(第__頁)	
(廣告內容)： 請其注意事項：	
1. 本頁應以A4紙張列印送審。 2. 廣告內容之字體及行距請勿小於本段文字(10號字，20pt行距)，如圖畫面設計之需求無法符合本規定，請另列印符合規定之文字內容，補充於下頁。 3. 請依照本部核定廣告之內容刊載媒體廣告，以免曠法。 4. 藥物廣告應將廠商名稱、藥物許可證及廣告核准文件字號，一併登錄或宣讀。	
請注意：	
第 55 條：非藥物不得為藥物廣告。 第 56 條：藥物刊播藥物廣告時，應註明或將所有文字、圖畫或符號，申請中央或直轄市衛生主管機關核准，並向傳播業者送檢核准文件。 藥物廣告在核准登載，其期限不得變更原核准事項。 傳播業者不得刊播未經中央或直轄市衛生主管機關核准、經廢止或限期修正而未修正之藥物廣告。 第 56 條之 1：藥物廣告，經中央或直轄市衛生主管機關核准者，其有效期間為一年，自檢登證明文件之日起算，期滿仍為繼續廣告者，得申請原核准之衛生主管機關核定展延；每次展延之期間，不得超過一年。 前項有效期限，應於證明核准廣告之證明文件。 第 57 條：須由醫師處方或經中央衛生主管機關公告指定之藥物，其廣告以登載於學術性醫療刊物為限。 第 58 條：藥物廣告不得以左列方式為之： 一 假冒他人名義為宣傳。 二 利用者刊資料保證其效能或性能。 三 稱換物或稱譽為宣傳。 四 以其他不正當方式為宣傳。 第 59 條：非本法所稱之藥物，不得為醫療效能之標榜或宣傳。 未經核准者，視為藥物廣告。 藥物，除其中標者，逕向藥物許可證影本、核定之申請中央或直轄市衛生主管機關核准後為之。 申請所核定之藥物名稱、劑型、處方內容、用量、用法、適應症等事項，應與核准者一致。	
中國材之廣告所用文字，其效能應以本藥綱目記載為準。 第 46 條：藥物廣告應將廠商名稱、藥物許可證及廣告核准文件字號，一併登錄或宣讀。 第 47 條：藥物廣告之內容，具有左列情形之一者，應予刪除或不予核准： 一 涉及性方面之效能者。 二 利用容器包裝換裝或使用獎勵方法，有妨礙用藥物之虞者。 三 未併使用該藥物而治癒某種疾病或改進其方面體質及健康或較佳益處病情等以宣傳藥物者。 四 誇稱藥物效能及安全者。	
附註：1. 請於各頁頂端加註申請案號。 2. 廣告內容限填未來完成，不得超出或加註其他內容。 3. 請於表尾註明頁次(自第 2 頁起算)。	

# 藥事法

01



案例1

02



案例2

03



案例3

04



案例4



案例8

08



案例7

07



案例6

06



案例5

05

## 藥事法

### 第 68 條

藥物廣告不得以左列方式為之：

- 一、假借他人名義為宣傳者。
- 二、利用書刊資料保證其效能或性能。
- 三、藉採訪或報導為宣傳。
- 四、以其他不正當方式為宣傳。

### 第 69 條

非本法所稱之藥物，不得為醫療效能之標示或宣傳。

### 第 70 條

採訪、報導或宣傳，其內容暗示或影射醫療效能者，視為藥物廣告。

# 藥事法

01



案例1

02



案例2

03



案例3

04



案例4



案例8

08



案例7

07



案例6

06



案例5

05

## 其他規定

- ◎含酒精之西藥內服液劑 (含Amino Acid 類及多種維他命類營養劑) 及中藥酒劑廣告應標示之警語規定。
- ◎含可待因或咖啡因之內服液劑及糖漿劑廣告應標示之警語規定。
- ◎「拋棄式隱形眼鏡」廣告應刊載之警語及其應注意事項。

含酒精之西藥內服液劑 (含Amino Acid 類及多種維他命類營養劑) 及中藥酒劑廣告應標示之警語規定。





本影片為眼科醫學會提供，用於醫學教育目的。此影片僅供參考，不能作為診斷或治療的依據。如有任何疑問，請諮詢您的眼科醫生。版權歸眼科醫學會所有。

[hr.icefish.org](http://hr.icefish.org)

00:13

Video player controls including a play button, a volume icon, and a progress bar.



# 案例

[首頁](#) > [健康即時新聞](#)

字體大小調整

## 賣產品宣稱療效 商家重罰1050萬

發佈日期：2012-04-06 16:42:03

花蓮縣衛生局與檢警合作，昨在玉里鎮查獲業者「田園小鎮」，販售的酵素食品「關之寶」、以及「效能男女內褲」，宣稱具有治療風濕、子宮消毒殺菌及攝護腺肥大預防等醫療療效，依照藥事法祭出1050萬元重罰。

花蓮縣衛生局查緝不法偽、劣藥，稽查隊在玉里鎮查獲連鎖健康食品商家「田園小鎮」，販售來自日本的商品，包括健康食品、日用品，卻違規宣稱有療效。其中，「關之寶」酵素一罐60包、每包2公克的酵素售價1800元，宣稱可治療風濕性關節炎，違反食品衛生管理法第19條，依規定可處以100萬元罰鍰。

另外，一件250元的「效能型女性內褲」，宣稱可釋出放射線對子宮產生殺菌消毒效果；同樣也是250元一件的「效能型男性內褲」，宣稱有負離子，可預防攝護腺肥大，兩件商品因宣稱有療效，違反藥事法第69條規定，最高可分別處以2500萬元罰鍰。

花蓮縣衛生局長徐祥明說，爲了取信消費者，這類業者利用舉辦健康講座的名義，參加者可獲贈醬油、沙拉油，吸引老人、婦女聚集參加，販售的違規商品也是五花八門，從治百病的腰帶護具、可治療癌症的健康酵素、具有壯陽效果的內褲及食品，受騙參加健康講座的民眾因爲現場「氣氛」，許多購買商品的「見證者」宣稱假療效、假見證，造成同儕壓力。

## 化粧品衛生 安全管理法

施於人體外部、  
牙齒或口腔黏膜

用以潤澤髮膚、刺激嗅覺、改善體味、修飾容貌或清潔身體之製劑。

但依其他法令  
認屬藥物者，  
不在此限。

## 化粧品衛生管理條例

本條例所稱化粧品，係指施於人體外部，以潤澤髮膚，刺激嗅覺，掩飾體臭或修飾容貌之物品；其範圍及種類，由中央衛生主管機關公告之。



# 化粧品範圍及種類表



前項第一款化粧品之範圍及種類，由中央主管機關公告之。  
(第3條第2項)

除第十四項「非藥用牙膏、漱口水類」自中華民國一百十年七月一日生效外，自一百零八年七月一日生效。

# 牙膏產品

- ▶ 含氟量超過1500ppm為藥品。
- ▶ 其他藥品成分。



含藥化粧品

美白牙膏

- ▶ Hydrogen peroxide 限量：1.5%~6.0%。
- ▶ Hydrogen Peroxide (6%以下)、Carbamide Peroxide (18%以下)

美白牙齒

# 一般牙膏得標示之詞句

「牙周病自癒」、「治療牙齦嚴重浮腫發炎」、「改善牙齒嚴重搖晃」等效能。



違反藥事法第69條



<p>一、不含氟及三氯沙(Triclosan)牙膏得標示</p>	<p>配合正確刷牙習慣：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 幫助去除牙菌斑</li> <li>- 降低牙周病發生率</li> <li>- 預防口腔異味</li> <li>- 幫助去除牙漬</li> <li>- 潔白牙齒</li> <li>- 清新口氣</li> <li>- 保持口腔健康</li> <li>- 清潔牙齒</li> </ul>
<p>二、含氟牙膏（總含氟量在1500ppm 以下），得加標示</p>	<p>配合正確刷牙習慣：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 幫助預防齲齒/蛀牙</li> <li>- 幫助去除引起蛀牙的細菌</li> <li>- 強化琺瑯質</li> <li>- 透過再礦化修護琺瑯質損傷</li> <li>- 幫助預防牙齦問題</li> </ul>
<p>三、含三氯沙 (Triclosan) 0.3% 以下牙膏，得加標示</p>	<p>配合正確刷牙習慣：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 減少牙菌斑</li> <li>- 減少牙齦問題之發生率</li> <li>- 減少口腔問題之發生率</li> <li>- 減少細菌滋生之發生率</li> <li>- 減少牙齦出血之發生率</li> <li>- 減少牙齦炎之發生率</li> <li>- 減少牙結石之發生率</li> </ul>
<p>四、含檸檬酸鉀 (Potassium Citrate) 5.53% 以下或硝酸鉀 (Potassium Nitrate) 5% 以下牙膏，得加標示</p>	<p>配合正確刷牙習慣：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 幫助緩解牙齒因冷、熱、碰觸所引起的酸、疼與不適感</li> <li>- 幫助緩解敏感性牙齒的疼痛</li> <li>- 減低敏感性牙齒疼痛</li> </ul>

# 大法官釋字第744 號解釋

化粧品廣告開放了 事前審查制度違憲



司法院大法官會議今天做出釋字第744號解釋，宣布化粧品廣告事前審查制度違憲。示意圖。  
(資料照，記者林相美攝)

商品說明

問與答 (0)

購買人次 (0)

## 派翠快樂角落



你好，歡迎光臨派翠快樂角落!

本賣場商品皆為公司貨 今天付款明天出貨 7天鑑賞退換免費

由於庫存更新速度快，下單前請先詢問再行下單

本賣場滿1000才出貨

商品編號：206481

粧廣字號：北市衛粧廣字第105030232號 保存期限：3年 保固時間：1年

買一送一【美妍新肌】晶透潤澤彈力緊緻面膜

★買一送一超值選★

★母親節不藏私推薦★

免運費可超商取貨可貨到付款免手續費買貴退差價

日本純棉蠶絲隱形面膜，連續長纖維編織而成

擁有緊密貼合及親膚特性，能承載高倍精華液

添加珍貴蜂王乳及蜂蜜萃取精華，皇家般尊寵

彈力x賦活x緊緻x青春，增加肌膚修護能力

鎖水x保濕x彈力，雙倍彈力 奇蹟美顏加乘

豐富氨基酸保濕因子，維持青春、水嫩年輕肌

### 第 24 條

化粧品不得於報紙、刊物、傳單、廣播、幻燈片、電影、電視及其他傳播工具登載或宣播猥褻、有傷風化或虛偽誇大之廣告。



化粧品之廠商登載或宣播廣告時，應於事前將所有文字、畫面或言詞，申請中央或直轄市衛生主管機關核准，並向傳播機構繳驗核准之證明文件。



經中央或直轄市衛生主管機關依前項規定核准之化粧品廣告，自核發證明文件之日起算，其有效期間為一年，期滿仍需繼續廣告者，得申請原核准之衛生主管機關延長之，每次核准延長之期間不得逾一年；其在核准登載、宣播期間，發現內容或登載、宣播方式不當者，原核准機關得廢止或令其修正之。

## 化粧品衛生安全管理法(第10條)



- 1 化粧品之標示、宣傳及廣告內容，不得有虛偽或誇大之情事。
- 2 化粧品不得為醫療效能之標示、宣傳或廣告。
- 3 接受委託刊播化粧品廣告之傳播業者，應自刊播之日起六個月內，保存委託刊播廣告者之姓名或名稱、國民身分證統一編號或公司、商號、法人或團體之設立登記文件號碼、住居所或地址及電話等資料，且於主管機關要求提供時，不得規避、妨礙或拒絕。
- 4 第一項虛偽、誇大與第二項醫療效能之認定基準、宣傳或廣告之內容、方式及其他應遵行事項之準則，由中央主管機關定之。

# 化粧品標示宣傳廣告涉及虛偽誇大或醫療效能認定準則



第1條  
訂定依據。



第2條  
標示、宣傳或廣告涉及虛偽、誇大，或醫療效能之認定，應以傳達訊息之整體表現為綜合判斷。



第3條  
化粧品標示、宣傳或廣告內容為虛偽或誇大之認定。



第4條  
化粧品標示、宣傳或廣告內容通常可使用之詞句，或對應成分可使用之詞句。



第5條  
化粧品標示、宣傳或廣告內容為醫療效能之認定



第6條  
本準則施行日期

# 化粧品標示宣傳廣告涉及虛偽誇大或醫療效能認定準則

- 01 訂定依據。  
標示、宣傳或廣告涉及虛偽、誇大，或醫療效能之認定，應以傳達訊息之整體表現為綜合判斷。
- 02 化粧品標示、宣傳或廣告內容為虛偽或誇大之認定。
- 03 化粧品標示、宣傳或廣告內容通常可使用之詞句，或對應成分可使用之詞句。



本準則依化粧品衛生安全管理法（以下簡稱本法）**第十條第四項**規定訂定之。



### 03 本法第十條第一項化粧品之標示、宣傳或廣告，表述內容有下列情形之一者，認定為涉及虛偽或誇大：



無證據，或證據不足以佐證。



與事實不符



逾越本法第三條化粧品定義、種類及範圍。



附件一所列涉及影響生理機能或改變身體結構之詞句。



## 附件一

### 涉及影響生理機能或改變身體結構之詞句

1. 活化毛囊
2. 刺激毛囊細胞
3. 增加毛囊角質細胞增生
4. 刺激毛囊讓髮絲再次生長不易脫落
5. 刺激毛囊不萎縮
6. 堅固毛囊刺激新生秀髮
7. 增強(增加)自體免疫力
8. 增強淋巴引流
9. 改善微血管循環、功能強化微血管、增加血管含氧量提高肌膚帶氧率
10. 促進細胞活動、深入細胞膜作用、減弱角化細胞、刺激細胞呼吸作用，提高肌膚細胞帶氧率
11. 進入甲母細胞和甲床深度滋潤
12. 刺激增長新的健康細胞、增加細胞新陳代謝
13. 促進肌膚神經醯胺合成
14. 維持皮膚細胞機能的運作



# 化粧品標示宣傳廣告涉及虛偽誇大或醫療效能認定準則

- 01 訂定依據。  
標示、宣傳或廣告涉及虛偽、誇大，或醫療效能之認定，應以傳達訊息之整體表現為綜合判斷。
- 02 化妝品標示、宣傳或廣告內容為虛偽或誇大之認定。
- 03 化妝品標示、宣傳或廣告內容通常可使用之詞句，或對應成分可使用之詞句。



化妝品之標示、宣傳或廣告內容，依其種類及品目範圍或成分，使用附件二例示所列通常得使用之詞句，或附件三例示所列成分之生理機能詞句，認定為未涉及虛偽或誇大。

## 附件二

種類	品目範圍	通常得使用之詞句例示或類似之詞句
一、洗髮用化粧品類	(一)洗髮精、洗髮乳、洗髮霜、洗髮凝膠、洗髮粉 (二)其他	1. 清潔毛髮頭皮髒汙、清潔毛孔髒汙 2. 滋潤/調理/活化/活絡/舒緩/強化滋養/強健髮根 3. 滋潤/調理/活化/活絡/舒緩/強化滋養頭皮 4. 滋潤/調理/活化/活絡/舒緩/強化滋養頭髮 5. 滋潤/調理/活化/活絡/舒緩/強化滋養毛髮 6. 滋潤/調理/活化/活絡/舒緩/強化滋養髮質 7. 防止髮絲分叉、防止髮絲斷裂 8. 調理因洗髮造成之靜電失衡，使頭髮易於梳理 9. 防止(減少)毛髮帶靜電 10. 補充(保持)頭髮水分、補充(保持)頭髮油分 11. 使頭髮柔順富彈性 12. 防止(去除)頭皮之汗臭/異味/不良氣味 13. 防止(去除)頭髮之汗臭/異味/不良氣味 14. 使濃密、粗硬之毛髮更柔軟，易於梳理 15. 保持/維護/維持/調理頭皮的健康(良好狀態)



## 附件二之備註

	7. 天然○○成分*4 8. 揭示有機或天然驗證機構之名稱或標章*5
<p>註一：註記「*1」者，特別應具備客觀且公正試驗數據佐證，始得宣稱。</p> <p>註二：註記「*2」者，於本法施行之日起五年後，須符合<u>化粧品產品資訊檔案管理辦法</u>規定，其中應包括客觀且公正科學性佐證或其他足以證明其功效者。</p> <p>註三：註記「*3」者，為化粧品中如添加之成分係經國際或國內有機驗證機構驗證，且提出證明文件者。</p> <p>註四：例示詞句註記「*4」記號者，為化粧品中添加之天然成分，如係直接來自植物、動物或礦物等，並未添加其他非天然成分，且未有顯著改變本質或去除部分成分之製程者。或為化粧品中添加之天然成分，如係來自植物、動物或礦物等天然來源，依國際或國內天然驗證機構之相關製程處理，且經國際或國內天然驗證機構驗證；或符合國際標準化組織(ISO)規範，並提出證明文件者。</p> <p>註五：例示詞句註記「*5」記號者，為化粧品通過國際或國內有機或天然驗證機構驗證，且取得有機或天然標章，並經原驗證機構同意，且提出有關證明文件者。</p>	

### 附件三

種類	成分	成分之生理機能詞句例示或類似之詞句
非藥用牙膏、漱口水類	一、氟化物（總含氟量1500ppm以下）	<p>於註明「配合正確刷牙習慣」後，始得宣稱。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 幫助預防齲齒/蛀牙</li> <li>2. 幫助去除引起蛀牙的細菌</li> <li>3. 強化琺瑯質/強健牙齒/強健琺瑯質/增強琺瑯質</li> <li>4. 抗酸蝕</li> <li>5. 透過再礦化修護琺瑯質損傷/修復、修護琺瑯質/幫助琺瑯質再礦化/促進琺瑯質再礦化</li> <li>6. 幫助預防牙齦問題/固齒護齦/幫助強健牙齦(組織)/幫助並維持牙齦(組織)健康/幫助促進牙齦(組織)緊實</li> <li>7. 其他類似之詞句</li> </ol>
	二、其他具右列效果之成分	
		於註明「配合正確刷牙習慣」後，始得宣稱。



9. 其他類似之詞句

註：本附件三之詞句宣稱，除須加註「配合正確刷牙習慣」外，仍須符合化粧品產品資訊檔案管理辦法規定，其中應包括客觀且公正科學性佐證或其他足以證明其功效者。

05 本法第十條第二項化粧品標示、宣傳或廣告，表述內容有下列情形之一者，認定為涉及醫療效能：

涉及預防、減輕、診斷或治療疾病、疾病症候群或症狀，或如附件四所列之其他醫療效能詞句。



涉及藥品或醫療器材之效能或同等意義詞句。



06 本準則自中華民國一百零八年七月一日施行。

## 附件四

### 涉及其他醫療效能之詞句

1. 換膚
2. 平撫肌膚疤痕
3. 痘疤保證絕對完全消失
4. 除疤、去痘疤
5. 減少孕斑、減少褐斑
6. 消除(揮別)黑眼圈、消除(揮別)熊貓眼、消除(揮別)泡泡眼、消除(揮別)眼袋
7. 預防(消除)橘皮組織、預防(消除)海綿組織
8. 消除狐臭
9. 預防抵抗感染、避免抵抗感染、加強抵抗感染
10. 消炎、抑炎、退紅腫、消腫止痛、發炎、疼痛
11. 殺菌、抑制潮濕所產生的黴菌
12. 防止癬斑出現
13. 除毛、脫毛
14. 修復受傷肌膚、修復受損肌膚
15. 治療肌膚鬆弛、減輕肌膚鬆弛



# 化粧品標示宣傳廣告涉及虛偽誇大或醫療效能認定準則



# 化粧品廣告案例

彩粧可以遮蓋黑眼圈  
保養品無法去除熊貓眼!!

Cosmetics

畫 2017.09.04



使用前



使用後

# 化粧品廣告案例

生髮



強健髮根、滋養髮根





§28 I

食品、食品添加物、食品用洗潔劑及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，其標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形。

食品不得為醫療效能之標示、宣傳或廣告。

§28 II



- 嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告及促銷管理辦法
- 不適合兒童長期食用之食品廣告及促銷管理辦法



§28 III

中央主管機關對於特殊營養食品、易導致慢性病或不適合兒童及特殊需求者長期食用之食品，得限制其促銷或廣告；其食品之項目、促銷或廣告之限制與停止刊播及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。

第一項不實、誇張或易生誤解與第二項醫療效能之認定基準、宣傳或廣告之內容、方式及其他應遵行事項之準則，由中央主管機關定之。

§28 IV



## 廣告定義

### 標示

指於食品、食品添加物、食品用洗潔劑、食品器具、食品容器或包裝上，記載品名或為說明之文字、圖畫、記號或附加之說明書。

### 廣告

可使不特定多數人知悉其宣傳內容，進而達到招徠商業利益之效果。

### 宣傳

為達到招徠商業利益效果所為之宣傳。

- 不特定多數人：組成不易為成員所預見，且人員可能隨時增減，其人數亦為成員所不能預見。
- 廣告：不以販售為要件。



廣告:可使不特定多數人知悉其宣傳內容，進而達到招徠商業利益之效果。



- 1) 不特定多數人：組成不易為成員所預見，且人員可能隨時增減，其人數亦為成員所不能預見。
- 2) 廣告：不以販售為要件。

# 客觀事實

# NO

## 抽驗鈣膳食保健食品 4成標示含量不符



彰化縣衛生局近日抽驗市售保健食品，其中10件鈣膳食保健食品中，有4件的含量與標示不符，甚至有一款產品的維生素D3檢出量僅20%，已移請廠商所轄衛生局進行源頭調查，如調查結果涉及標示不實，可依違反食品安全第28條規定，處以4萬元以上至400萬元以下罰鍰。



# YES

# 主觀認知



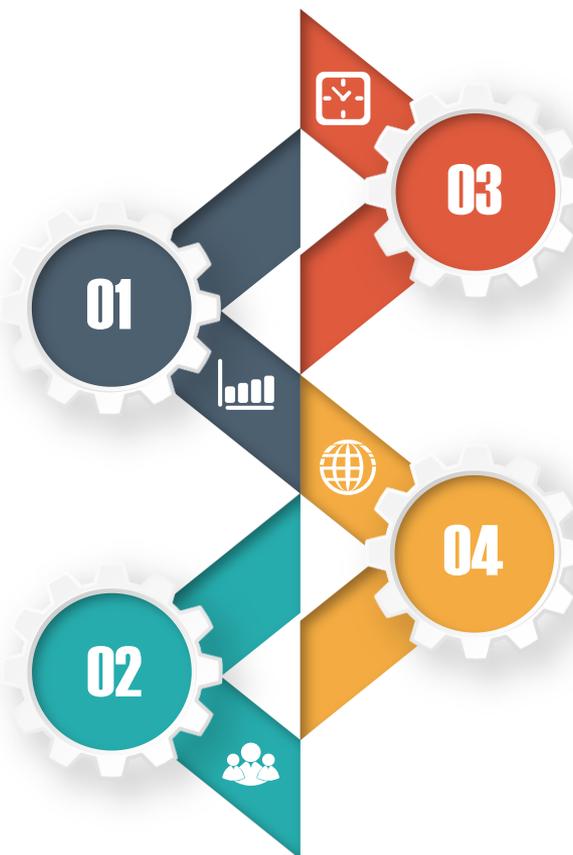
# 食品標示宣傳或廣告詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定基準

## 涉及醫療效能

- 宣稱預防、改善、減輕、診斷或治療疾病或特定生理情形
- 宣稱減輕或降低導致疾病有關之體內成分
- 宣稱產品對疾病及疾病症候群或症狀有效
- 涉及中藥材之效能者
- 引用或摘錄出版品、典籍或以他人名義並述及醫藥效能

## 涉及誇張或易生誤解

- 涉及生理功能者
- 未涉及中藥材效能而涉及五官臟器者
- 涉及改變身體外觀者
- 引用本部部授食字號或相當意義詞句者



## 通常可使用之例句

幫助牙齒骨骼正常發育。幫助消化。幫助維持消化道機能。改變細菌叢生態。使排便順暢。調整體質。調節生理機能。滋補強身。增強體力。精神旺盛。養顏美容。幫助入睡。營養補給。健康維持。青春美麗。產前產後或病後之補養。促進新陳代謝。清涼解渴。生津止渴。促進食慾。開胃。退火。降火氣。使口氣芬芳。促進唾液分泌。潤喉。「本草綱目」記載梅子氣味甘酸，可生津解渴（未述及醫藥效能）。

## 一般營養素可敘述之生理功能例句

- 維生素或礦物質
- 其他營養素

須明敘係營養素之生理功能  
符合含量規定



食品標示宣傳或廣告詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定基準



- 1) 食品、食品添加物、食品用洗潔劑及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，其標示、宣傳或廣告，不得有不實、**誇張或易生誤解**之情形。( §28I )
- 2) 食品不得為**醫療效能**之標示、宣傳或廣告。( §28II )



# 食品安全衛生管理法

## 106.11.15 (原條文)

總統華總一義字第 10600137341號令

食品、食品添加物、食品用洗潔劑及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，其標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形。

食品不得為醫療效能之標示、宣傳或廣告。

中央主管機關對於特殊營養食品、易導致慢性病或不適合兒童及特殊需求者長期食用之食品，得限制其促銷或廣告；其食品之項目、促銷或廣告之限制與停止刊播及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。

## 107.01.24

總統華總一義字第10700007751號令

### 新增第四項

第一項不實、誇張或易生誤解與第二項醫療效能之認定基準、宣傳或廣告之內容、方式及其他應遵行事項之準則，由中央主管機關定之。

雖依行政程序法第159條第2項第2款規定公告「食品標示宣傳或廣告詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定基準」列有「誇張、易生誤解或醫療效能」之認定原則，惟為**提升法律位階**，爰增列本條第四項授權規定，以臻完善。

## 沿 革

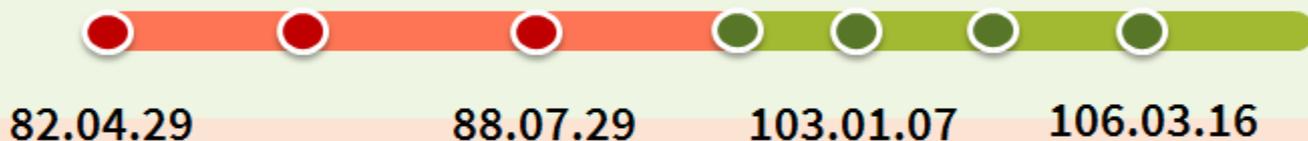
食品廣告標示詞句涉  
及虛偽、誇張或醫藥  
效能之認定表

88.07.29

食品標示宣傳或廣告  
詞句涉及誇張易生誤  
解或醫療效能之認定  
基準

101.09.28

105.06.17



食品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生  
誤解或醫療效能認定準則 (草案)

第1次預告

107.06.06 衛授食字第1071200471號

第2次預告

107.11.30 衛授食字第1071203380號

# 食品及相關產品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解或醫療效能認定準則



## 第1條

訂定依據。



## 第2條

本準則所稱食品及相關產品之範圍。



## 第3條

標示、宣傳或廣告之認定，應以傳達訊息之整體表現為綜合判斷。



## 第4條

食品及相關產品之標示、宣傳或廣告內容為不實、誇張或易生誤解之認定。



## 第5條

食品之標示、宣傳或廣告內容為醫療效能之認定。



## 第6條

施行日期。

# 食品及相關產品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解 或醫療效能認定準則

01 訂定依據。

02 本準則所稱食品及相關產品之  
範圍

03 標示、宣傳或廣告之認定，應  
以傳達訊息之整體表現為綜合  
判斷

04 食品及相關產品之標示、宣傳  
或廣告內容為不實、誇張或易  
生誤解之認定。



本準則依食品安全衛生  
管理法(以下簡稱本法)第  
二十八條第四項規定訂  
定之。

# 食品及相關產品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解 或醫療效能認定準則

01 訂定依據。

02 本準則所稱食品及相關產品之  
範圍

03 標示、宣傳或廣告之認定，應  
以傳達訊息之整體表現為綜合  
判斷

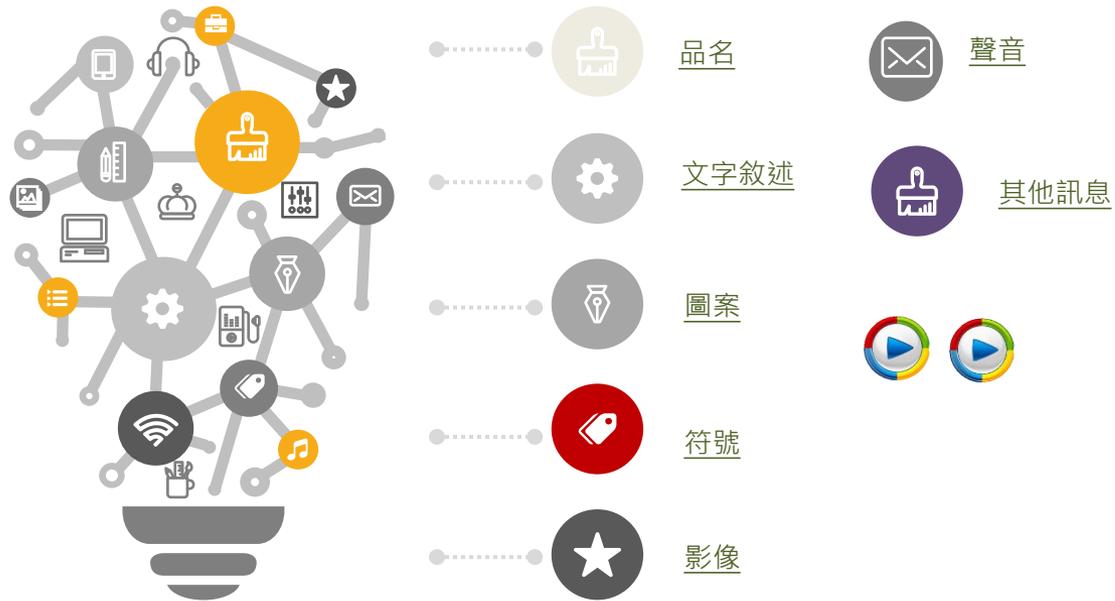
04 食品及相關產品之標示、宣傳  
或廣告內容為不實、誇張或易  
生誤解之認定。



本準則所稱食品及相關產品，指食品、食品添加物、食品用洗潔劑及經中央主管機關公告之食品器具、  
食品容器或包裝。

# 03

本法第二十八條第一項或第二項所定標示、宣傳或廣告涉及不實、誇張、易生誤解，或醫療效能之認定，應就其傳達予消費者之品名、文字敘述、圖案、符號、影像、聲音或其他訊息，依整體表現，綜合判斷之。



04

本法第二十八條第一項食品及相關產品之標示、宣傳或廣告，表述內容有下列情形之一者，**認定為涉及不實、誇張或易生誤解**：



無證據，或證據不足以佐證。



與事實不符



附件一  
所列通常可使用之詞句  
附件二  
所列營養素或特定成分  
之生理功能詞句



涉及維持或改變人體器官、組織、生理或外觀之功能。



引用機關公文書字號或類似意義詞句。但依法令規定應標示之核准公文書字號，不在此限。



## 附件一

### 規定

通常得使用之詞句或類似之詞句：

- 一、幫助牙齒骨骼正常發育。
  - 二、幫助消化。
  - 三、幫助維持消化道機能。
  - 四、改變細菌叢生態。
  - 五、使排便順暢。
  - 六、調整體質。
  - 七、調節生理機能。
  - 八、滋補強身。
  - 九、增強體力。
- 

## 附件二

營養素或特定成分↵	得敘述之生理功能詞句或類似詞句↵
膳食纖維↵	一、可促進腸道蠕動。↵ 二、增加飽足感。↵ 三、使糞便比較柔軟而易於排出。↵ 四、膳食中有適量的膳食纖維時，可增加糞便量。↵
<p><u>註一</u>：營養素「含量」應符合「包裝食品營養宣稱應遵行事項」及「包裝維生素礦物質類之錠狀膠囊狀食品營養標示應遵行事項」之規定，方得標示、宣傳或廣告其可敘述之生理功能詞句。↵</p> <p><u>註二</u>：<u>鎂</u>每日最低攝取量需達 6μg，方得標示、宣傳或廣告其可敘述之生理功能詞句。↵</p> <p><u>註三</u>：營養素或特定成分可敘述之生理功能詞句用於標示、宣傳或廣告時，應敘明其係屬各該營養素或特定成分之生理功能。↵</p>	

05

本法第二十八條第二項食品之標示、宣傳或廣告，表述內容有下列情形之一者，認定為涉及醫療效能：

涉及預防、改善、減輕、診斷或治療疾病、疾病症候群或症狀。



涉及減輕或降低導致疾病有關之體內成分。



涉及中藥材效能。



## 食品及相關產品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解 或醫療效能認定準則

05 食品之標示、宣傳或廣告內容  
為醫療效能之認定。

06 施行日期。



本準則自發布日施行。

## ■ 嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告及促銷管理辦法

### 廣告方式

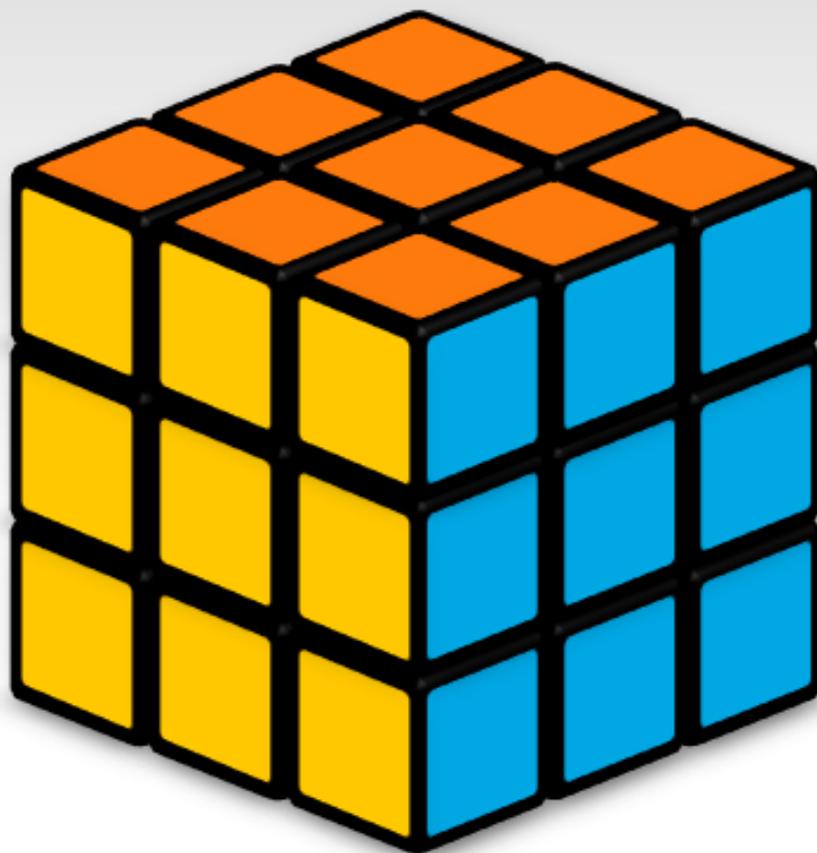
不得為廣告。但以下列方式刊登者，不在此限：一、登載於學術性醫療刊物。二、未開放民眾取閱，僅供醫事人員使用之說明資料。

### 廣告內容

不得宣稱或影射嬰兒與較大嬰兒配方食品等同或其營養優於母乳。

### 促銷方式

不得以樣品、贈品、折扣券、優待券、開罐價、搭配其他物品銷售或以特別展示會之方式為促銷。



■ 嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告及促銷管理辦法



實體店面  
價格標示。



實體店面  
特價標示。



買大送小。  
降價。  
買一送一。



醫療院所醫  
事人員根據  
母嬰之臨床  
情況供應。



■ 不適合兒童長期食用之食品廣告及促銷  
管理辦法

禁

十七時至二十一時，於兒童頻道刊播廣告。

止

以可取代正餐飲食之表示或表徵為廣告。

事

項

對兒童以贈送、加購玩具或以玩具為獎勵等方式為促銷。

- **食品種類**：零食、糖果、飲料、冰品及直接供應飲食之場所所供應之食品。
- **營養含量**：脂肪、飽和脂肪、鈉、額外添加糖。(任一)

■ 不適合兒童長期食用之食品廣告及促銷  
管理辦法



兒童餐附  
贈或加購  
玩具。



針對兒童  
舉辦「買  
產品送玩  
具」活動。



集點贈送  
加購玩具。



玩食合一、  
以玩偶或卡  
通人物為包  
裝容器。



## 健康食品管理法



§6 I

食品非依本法之規定，不得標示或廣告為健康食品。

食品標示或廣告提供特殊營養素或具有特定保健功效者，應依本法之規定辦理之。

§6 II



護肝、抗疲勞、調節血脂、調節血糖、免疫調節、骨質保健、牙齒保健、延緩衰老、促進鐵吸收、胃腸功能改善、輔助調節血壓、不易形成體脂肪、輔助調整過敏體質，以及其他使用類似詞句之功效。



§14 I

健康食品之標示或廣告不得有虛偽不實、誇張之內容，其宣稱之保健效能不得超過許可範圍，並應依中央主管機關查驗登記之內容。

健康食品之標示或廣告，不得涉及醫療效能之內容。

§14 II



## 健康食品管理法

- 1) 食品非依本法之規定，不得標示或廣告為健康食品。( §6I )
- 2) 食品標示或廣告提供特殊營養素或具有特定保健功效者，應依本法之規定辦理之。( §6II )



- 1) 健康食品之標示或廣告不得有虛偽不實、誇張之內容，其宣稱之保健效能不得超過許可範圍，並應依中央主管機關查驗登記之內容。( §14I )
- 2) 健康食品之標示或廣告，不得涉及醫療效能之內容。( §14II )

消費者保護法  
第4條、第5條、  
第22條

- 企業經營者對於其提供之商品或服務，應重視消費者之健康與安全，並向消費者說明商品或服務之使用方法，維護交易之公平，提供消費者充分與正確之資訊，及實施其他必要之消費者保護措施。( §4 )
- 政府、企業經營者及消費者均應致力充實消費資訊，提供消費者運用，俾能採取正確合理之消費行為，以維護其安全與權益。( §5 )
- 企業經營者之商品或服務廣告內容，於契約成立後，應確實履行。( §22 I )
- 企業經營者之商品或服務廣告內容，於契約成立後，應確實履行。( §22 II )

# 消費者保護法

01



案例1

02



案例2

03



案例3

04



案例4



案例8

08



案例7

07



案例6

06



案例5

05

# 諮詢服務



食品藥物管理署官網: <https://www.fda.gov.tw>

諮詢服務專線：(02)2787-8200

(服務時間：人事行政局公告上班日8:00-18:00)

The screenshot shows the FDA website interface. At the top, there is a search bar and navigation links for '站內', '站外', '搜尋', and '協助搜尋'. Below the search bar, there are links for '公告資訊', '機關介紹', '業務專區', '法規資訊', '便民服務', '出版品', '政府資訊公開', and '個人化服務'. A large banner for '2016 盛大開幕' is visible, featuring a cartoon dog and the text '健康給全馬動起來'. To the right of the banner, there are several menu items: '消費者專區', '科技計畫專區', '員工專區Webmail', and '下載專區'. Below the banner, there is a section for '公告資訊' with a table of recent news items. At the bottom, there is a link for '食藥關謠專區' and a '更多公告資訊' link.

本署新聞	本署公告	本署徵才	招標資訊	科技計畫
2017-10-10	106年度上半年公告新增管制藥品列管品項			
2017-10-09	正確用藥知識報你知			
2017-10-08	聰明選用醫用噴霧器，讓你咳嗽不再卡卡!			
2017-10-05	食藥署會同保七總隊第三大隊等單位共同查獲「清○國術館」販售偽禁藥			
2017-10-03	中秋烤肉，烤熟再吃防中毒			
2017-10-02	預告修正「食品業者登錄辦法」第四條，擬納入物流業及倉儲資料			

# Thanks for

# your attention

