

立法院第 8 屆第 2 會期

社會福利及衛生環境委員會第 39 次全體委員會議

**「健康食品管理法第 24 條、第
24 條之 1 及第 28 條條文修正草
案」、「藥事法第 95 條、第 96 條
及第 100 條條文修正草案」、「化
粧品衛生管理條例部分條文修正
草案」、「食品衛生管理法第 32
條、第 32 條之 1 及第 36 條條文
修正草案」**

書面報告

報告人：行政院衛生署署長 邱文達

報告日期：中華民國 102 年 1 月 10 日

主席、各位委員女士、先生：

今天 大院第8屆第2會期社會福利及衛生環境委員會召開第39次全體委員會議，審議「健康食品管理法第24條、第24條之1及第28條條文修正草案」、「藥事法第95條、第96條及第100條條文修正草案」、「化粧品衛生管理條例部分條文修正草案」、「食品衛生管理法第32條、第32條之1及第36條條文修正草案」，^{文達}承邀列席報告，內心感到非常榮幸。

壹、 行政院版本說明：

維護全民身心健康，提供全國醫療品質，創造安全就醫環境，為民眾的健康做好把關工作，一直是衛生署最基本的職責。今天，有關行政院函請審議「健康食品管理法第24條、第24條之1及第28條條文修正草案」、「藥事法第95條、第96條及第100條條文修正草案」、「化粧品衛生管理條例部分條文修正草案」、「食品衛生管理法第32條、第32條之1及第36條條文修正草案」，謹以主管機關立場，提出本署研議意見。敬請各位 委員不吝賜予指教：

鑑於誇大宣稱具醫療效能之違法食品、藥品及化粧品廣告

充斥市面，大量傳達錯誤訊息，嚴重影響民眾健康，行政院於是在 99 年 3 月 25 日成立「加強取締偽劣假藥及非法廣播電臺」專案。自該小組成立以來（99 年 4 月-101 年 12 月），衛生機關共計核處食品、藥物及化粧品違規廣告 2 萬 3,081 件，罰鍰金額達新臺幣 6 億 4,098 萬 9 千元，經雷厲掃蕩後，不法藥物查獲率由 27.22% 降至 1.76%，廣告違規比率亦由成立前 14%，下降至 4.71%，惟仍有不少業者或者媒體，基於違規廣告所獲得之利益，超過現行法定罰鍰最高金額，不畏處罰一再違規，為期積極有效管理，亟需加重相關罰則，藉以維護國人健康。

故本署乃研提食品、健康食品、藥物、化粧品之違規廣告修法草案，俾能加強管制成效。修法內容涵括「加重業者刊播違規廣告責任，將罰鍰之額度提高至 60 萬元以上 500 萬元以下」、「違規情節重大者，應令業者不得販賣、供應或意圖販賣、供應而陳列及要求其刊播更正廣告」相關條文，同時也一併將委託廣告業者、傳播業者應該負之責任，以及行政機關間之管理與其執行方法，在條次上為適當的調整，以建置較完善制度規範。

貳、 委員研提版本說明：

一、徐欣瑩委員等 21 人所提「健康食品管理法部分條文修正草案」

(一)修正重點

1. 加重廣告代理業者及傳播媒體廣告薦證者對刊播違規廣告應負擔之責任，並且增列傳播相關業者定義。
2. 增列「更正廣告」處罰，以及要求健康食品之標示及廣告必須加「本健康食品不具醫療效能」等字樣的醒語。
3. 將該法所適用之廣告與業者的定義，明確加以規定。

(二)本署對本修正草案意見

1. 行政院之版本業已提高罰鍰金額，加重業者及傳播媒體對刊播違規廣告應負擔之責任，並且授權主管機關得要求刊播者更正廣告。
2. 健康食品依法本不得廣告或標示醫療效能，違者依同法第 24 條予以處分，健康食品型態包含一般食品、粉狀、膠囊、錠狀等多種之型態，審查時皆針對各產品之外觀、成分、保健功效宣稱等項目作整體考量，依產品特異性要求加標不同警語，應較統一性加標「本健康食品不具醫療效能」更為周延。

3. 按照現行健康食品管理法之規定，如有委託刊播違規廣告之情事者，即可依法處分，如果僅將「廣告代理業」及「廣告媒體業」明列入法管理，反有限縮適用疑慮。
4. 有關廣告之薦證者，故意共同製播違規廣告行為，衛生機關現皆援引行政罰法第 14 條「故意共同實施違反行政法上義務之行為者，依其行為情節之輕重，分別處罰之」規定，在實務作業上並無執行困難，似暫無須增列相關條文。

二、蔣乃辛委員等 20 人所提「食品衛生管理法增訂第 19 條之一條文草案」、「化粧品衛生管理條例增訂第 24 條之一條文草案」、「藥事法增訂第 68 條之一條文草案」

(一) 修正重點

明定不實廣告薦證者對消費者權益之侵害，須負連帶損害賠償責任。

(二) 本署對本修正草案意見

1. 按 100 年 11 月 23 日修正公布之公平交易法第 21 條業已明文規定「廣告薦證者明知或可得而知其所從事之薦證有引人錯誤之虞，而仍為薦證者，與廣告主負連帶損害賠償責

任」，因此，違規廣告倘有是類情形，食品衛生管理法縱未訂有相關之規定，消費者仍可依公平交易法之上開規定，向不實廣告之薦證者要求其損害賠償。

2. 另依現行法令，衛生機關對於違規廣告之薦證代言人，亦已訂有處分原則：即代言人如係醫事人員，應依「醫事人員代言產品處理原則」，按照各類醫事人員管理法律(如醫師法、藥師法等)予以處罰；如代言人並非醫事人員，而有與廣告主故意共同實施製播違規廣告之行為時，則可援引行政罰法第 14 條規定，將代言人依違反之衛生法令予以處分。這樣，應該足以達到維護國人健康與消費權益之目的，因此建議不予增訂。

三、王育敏委員等 27 人所提「食品衛生管理法第十九條之一及第三十二條條文修正草案」

(一)修正重點

增訂對於具有科學證據顯示不適合兒童長期食用之食品，限制其不得在以兒童為主要收視對象之頻道或節目中促銷或廣告，並禁止以附贈贈品方式販售，同時配合增訂罰則。

(二)本署對本修正草案意見

1. 本修正草案有關限制不適合兒童長期食用之食品廣告乙節，與行政院版本之食品衛生管理法全案修正草案第 28 條之內容方向相同，建議併案加以審議。
2. 有關禁止上開食品以附贈贈品之方式販售乙節，經查本署研提之國民營養法草案，業已明文規定「對於具有科學證據顯示足以造成肥胖、代謝症候群及高血壓之食品，得限制其促銷或廣告」，建請俟該草案送大院審查時，再行併案加以審議。

四、鄭汝芬委員等 26 人所提「化粧品衛生管理條例」 部分條文修正草案

(一)修正重點

1. 建議為落實消費者保護原則，商品資訊應該充分揭露，爰增列化粧品必須標示製造廠商之電話、原產地、全部成分等項資訊，另並增訂含藥化粧品之定義。
2. 有關化粧品使用之成分，衛生署已訂定相關化粧品成分表以供廠商遵循，國際間亦訂有允許使用之品目及範圍作為管理依據，因此，建議刪除化粧品未含有醫療或毒劇藥品之成分者應事前備查規定。

3. 含藥化粧品之監製資格，應以藥師為限，不符實際需求，駐廠監製人員應該回歸由化粧品衛生管理條例加以規範。
4. 為免除經公告註銷許可證件前，已經製售之化粧品或化粧品色素繼續流通於市場上，規定業者應於一個月內回收其市售品。
5. 為免造成廠商困擾，增列主管機關進行抽查或檢查時，必須出示執行業務文件。
6. 考慮主管機關人力無法稽查所有違法事項，增列對民眾檢舉之獎勵規定，以便更能嚇阻不法事件。

(二)本署對本修正草案意見

1. 查現行已規定化粧品必須標示全成分，另本署正研擬「化粧品衛生管理條例全案修正草案」，草案中已增列化粧品應標示製造廠商之電話、原產地等商品資訊，並授權由中央主管機關依照產品所含之成分及種類，分別訂定不同之監製者，以資符合實務需求。另有關許可證註銷前已製售化粧品之回收、稽查時應出示執行業務文件、檢舉獎勵等項問題，建請俟化粧品衛生管理條例全案修正草案，送大院審議時，再行併案加以審議。

2. 化粧品未含有醫療或毒劇藥品之成分者，業經本署公告
免予事前備查。

參、 總結

這個會期本署承蒙 大院各位委員之支持與協助，
完成多項之法律案，對業務之推動，有極大之助益，^{文達}
在此一併致謝。尚祈 各位委員，繼續給予支持。