

民俗調理業者廣告注意事項說明與 案例研析



報告大綱

- 民俗調理業者廣告用詞注意事項說明
- 近期案例研析

民俗調理業者廣告用詞注意事項說明

說明

注意事項介紹

不得違反相關 法令規範

民俗調理業者之廣告，**不得違反**醫師法、醫療法、護理人員法、物理治療師法、藥事法、健康食品管理法、食品安全衛生管理法、消費者保護法、公平交易法及其他相關法令。

廣告定義及適 用範圍

所稱**廣告**，指利用電視、廣播、影片、幻燈片、報紙、雜誌、傳單、海報、招牌牌坊、電腦、電話傳真、電子視訊、電子語音或其他方法，**可使多數人知悉其宣傳內容之傳播**。

廣告不得 虛偽不實

民俗調理業者刊登之廣告，**不得為虛偽不實或引人錯誤**之表示或表徵，或違反法規情事。

民俗調理業者**應確保廣告內容之真實**，並應於契約成立後，確實履行。

民俗調理業者廣告用詞注意事項說明

說明

注意事項介紹

業者不得為之行為

民俗調理業者刊登廣告不得為以下行為，其違規行為態樣與相關詞句例示如下：

1. 使用醫療（事）機構或類似醫療（事）機構之名稱。
2. 假借或使用類似醫事人員名稱。
3. 為醫療廣告；廣告內容暗示或影射醫療業務者，視為醫療廣告。
4. 為涉及護理業務之廣告。
5. 為涉及物理治療業務之廣告。
6. 為藥品廣告；其採訪、報導或宣傳內容暗示或影射醫療效能者，視為藥品廣告。
7. 為醫療器材廣告；其採訪、報導或宣傳之內容暗示或影射醫療器材之醫療效能，以達招徠銷售醫療器材為目的者，視為醫療器材廣告。
8. 藉陳列藥品或醫療器材而為誘引交易。
9. 其他依法律規定，應具特定資格始得從事業務之廣告。

民俗調理 涉及食品化粧品 廣告

民俗調理業者就食品、健康食品或化粧品為廣告者，應分別符合**食品安全衛生管理法**、**健康食品管理法**及**化粧品衛生安全管理法**之規範。

廣告違規與否應 依**綜合表現**判斷 視覺功能障礙相 關規定

廣告是否涉及虛偽不實、引人錯誤，或醫療業務或效能之認定，應就其傳達予消費者之名稱文字敘述、圖案、符號、影像、聲音或其他訊息之相互關聯意義，依整體表現綜合判斷之。

視覺功能障礙者從事按摩業之廣告管理，優先適用**身心障礙者權益保障法**相關規定辦理。



民俗調理業者常見違規廣告行為及詞句例示

不得從事之廣告行為

使用**醫療（事）機構**
或**類似醫療（事）機**
構之名稱

醫事人員名稱或類似
醫事人員資格之名稱

違規詞句例示

1. ○○診療所、○○病理（理療）中心、○○護理中心、○○乳房護理中心或○○健康中心等。
2. ○○民俗傳統整脊整復所、○○損傷所或○○接骨所等。
3. ○○療法或○○病理等。
○○醫師、○○護理師、○○物理治療師、○○療法師、理療師、○○護理顧問、乳房（或其他人體器官或涉及疾病因子詞句）調理師或管理師等。

建議使用詞句例示

○○民俗調理、○○傳統整復推拿、○○按摩、○○腳底按摩或○○經絡調理。（市招名稱建議完整使用前揭詞句）

○○人員(如傳統整復推拿人員)、○○技術士。

民俗調理業者常見違規廣告行為及詞句例示

不得從事之廣告行為

違規詞句例示

建議使用詞句例示

醫療廣告

1. ○○療法或病理按摩。
 2. 點穴、拔血罐等醫療處置，或疼痛、關節、風濕或扭傷等病症（含刊登於國際疾病分類 (International Classification of Diseases, ICD) 最新版本之病症）。
 3. 傷科推拿、整脊、損傷接骨或跌打損傷（國術損傷接骨技術員執行國術損傷接骨整復業務，應依中醫師之指示為之）。
 4. 主治或專治：坐骨神經痛、神經衰落（弱）、偏頭痛、五十肩、關節炎、骨科、急慢性病、淋巴排毒、過敏、顱內淨化、舒筋活血、滋陰、改善失眠、減輕頭痛……等疾病名稱；強化五臟六腑全身經穴療法、淋巴引流排毒延齡自然療法、艾灸、心理機能障礙、病理背穴療法或可達到治療病症等詞語（如刊登醫學名詞或中醫陰陽五行名詞）。
 5. 治病不用藥、古今怪症或中西醫無法治之症狀。
- (一) 通用用語：
1. 指壓、刮痧或拔罐。
2. 紓解筋骨、消除疲勞、促進血液循環、經絡調理或民俗調理。
- (二) 傳統整復推拿業：
傳統整復推拿、民俗推拿、頭頸肩背放鬆、頭部、頸部、背部、上肢、腹、腰部及下肢調理。
- (三) 按摩業：
按摩、頭頸肩背放鬆、頭部、頸部、背部、上肢、腹、腰部及下肢調理（按摩）或經絡按摩。
- (四) 腳底按摩業：
腳底按摩、沭足、潤足、下肢調理（按摩）或腳底經絡按摩。



民俗調理業者常見違規廣告行為及詞句例示

不得從事之廣告行為

違規詞句例示

涉及**護理業務**之廣告

1. 健康問題之護理評估。
2. 預防保健之護理措施。
3. 護理指導及諮詢。
4. 醫療輔助行為：針灸取針與灸法、耳穴埋豆法、中藥超聲霧吸入法中藥保留灌腸、坐藥法、薰臍療法（灸法）、果凍、矽膠、鹽水袋、義乳或隆乳按摩、標靶式按摩、隆乳術後保養、喬奶、抽脂或整形術後按摩或護理等。

涉及**物理治療**業務之廣告

1. 物理治療之評估及測試。
2. 物理治療目標及內容之擬定。
3. 操作治療。
4. 運動治療。
5. 冷、熱、光、電、水、超音波等物理治療。
6. 牽引、振動或其他機械性治療。
7. 義肢、輪椅、助行器、裝具之使用訓練及指導。
8. 其他經中央主管機關認可之物理治療業務。

藥品廣告

民俗調理業者不得為藥品廣告，若有違反，則按**藥事法**之規定裁處之。

醫療器材廣告

民俗調理業者不得為醫療器材廣告，若有違反，則按**醫療器材管理法**之規定裁處之。

民俗調理業者**不得為之**。



近期案例研析

□ 消費者親身體驗？（臺中地方法院110年簡字第113號、臺中高等行政法院111年簡上第24號）

■ 衛部醫字第1051667434A號函：

- 如為個人親身體驗結果之經驗分享，且充分揭露正確資訊，得不視為不正當之廣告宣傳
- 醫療業務不應有代言、促銷：任何醫療過程均有風險，且其效果亦因人而異，因此，任何人均不得代言推薦，更不應以促銷等行為刺激不必要之醫療需求，但如為個人親身體驗結果之經驗分享且充分揭露正確資訊，並符合其他醫療廣告規定，得不視為不正當之廣告宣傳方式。

■ 業者廣告：「美式整復、**真實體驗新知**：符合衛部醫字第1051667434A號函補充醫療法86條第7款之其他規定、癱瘓、帕金森症、自癒創始人、心腦缺氧症、擴張主動脈、心絞痛、高血壓、中風防治、憂鬱症、糖尿病、洗腎防治、膝水腫、尿失禁、子宮下垂、骨刺、五十肩、坐骨神經痛、徒手五臟牽拉術、放縱膈腔、放腦12組神經、放脊31組神經、改善呼吸、消化泌尿、免疫失調.....」。

■ 法院見解：

- **上述函文係以說明「醫療機構」之醫療廣告限制為前提**，縱屬個人親身體驗結果之經驗分享，亦須同時充分揭露正確資訊，並符合其他醫療廣告規定，方得不視為不正當之廣告宣傳方式而言
- **「非醫療機構」既然已不許為醫療廣告，自無該函之適用**。因此，非如原告主張，非醫療機構可以個人親身體驗結果之經驗分享作為廣告內容；況且，本件原告上揭刊登之廣告，客觀上係以傳達所列諸病症可透過徒手整復獲得改善之訊息作為內容，已如上述，並不因原告於廣告內加註「真實體驗新知」等句而不同。原告主張其係親身體驗結果之經驗分享作為廣告，仍不能為其有利之認定。

