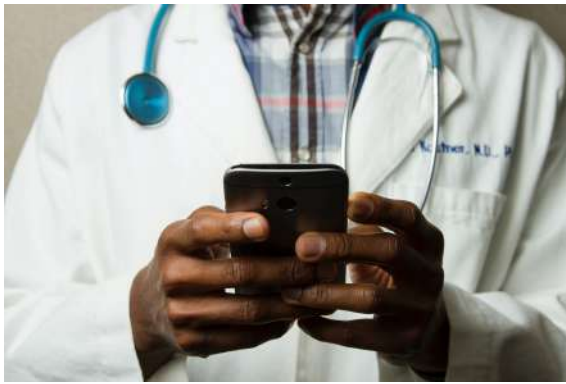




醫療廣告小心觸法！ 你應該要知道的醫療廣告規範

文·圖／翁乃方



現今人人都有社交媒體帳號，利用網路社群媒體刊載廣告已是常態。（Photo by Daniel Sone on Unsplash）

近年來隨著醫療資訊在網路上的快速傳播，結合社交媒體平台如 Facebook、Instagram，以及 Google 評價系統等科技流量，醫療機構不遺餘力地進行廣告宣傳，吸引客戶並擴大市場份額。然而，到底什麼廣告屬於醫療廣告？刊播上存在哪些限制？誰可以刊播醫療廣告？本文將說明醫療廣告相關規範重點，以幫助讀者對醫療廣告的法規有清晰的理解。

醫療廣告法規簡介

1985年公布施行的「醫療法」，為管理醫療廣告，醫療法訂有「醫療廣告」專章（醫療法第84條至第87條），規範醫療廣告內容應遵守的原則性規則為：（1）容許刊登事項，以醫療法第85條第1項規範「正面表列」者為限（如廣告須刊載醫療機構及醫師資訊、全民健保特約醫院字樣等）；（2）廣告宣傳方式，不得採取醫療法第86條所列舉之方式（如不得假借他人名義為宣傳等）；而（3）招攬病人方式，則不得採取醫療法第61條第1項所列舉之方式（如不得公開宣稱就醫即贈送各種形式之禮品等情形）。

醫療機構透過網際網路提供其醫療機構相關資訊，除上述要求外，得刊載包括該醫療機構之一般資料及人員、設施、服務內容、預約服務、查詢或聯絡方式、醫療或健康知識等資訊。同時，其網域名稱、網址或網路工具及網頁內主要可供點閱之項目，則應報所在地主管機關（如各縣市政府衛生局）備查。

我的廣告是醫療廣告嗎？

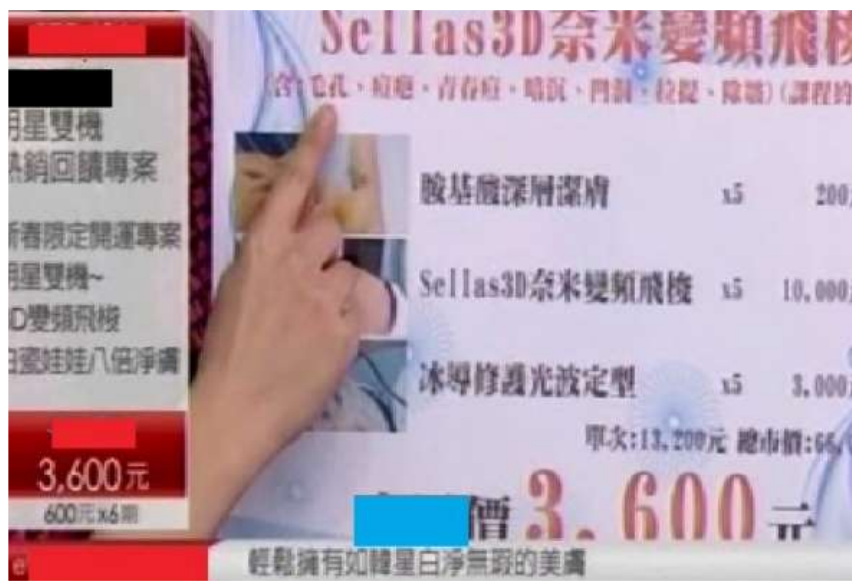
醫療廣告指利用傳播媒體或其他方法，宣傳醫療業務，以達招徠患者醫療為目的之行為。因廣告閱覽者後續有可能據此接受醫療行為，且醫療行為具高度專業性，雙方對醫學知識之理解有相當落差，故對於醫療廣告之內容有較高的限制，要求須完整揭露醫療風險，以免對有接受醫療行為需求之人民受錯誤廣告招徠或在不完全資訊下接受醫療行為，而對其生命、身體、健康造成危害。

美容醫療強調以醫學之方法技術達成外觀容貌改變之目的，以醫學專業知識技能為其訴求者，無論削骨整型、豐胸塑身、雷射除斑、埋線減肥等，均屬美容醫學之範疇，應受醫療法之規範。非診療目的性的美容醫學光電治療、美容醫學針劑注射、或美容醫學手術，主管機關也認為屬於醫療行為範疇。因此，美容醫療廣告也受醫療法醫療廣告之規範。

醫療廣告的宣傳媒介不拘，不限於影像、聲音或文字，利用廣播、電視、傳單、海報、招牌、布條、名片或其他傳播方法等都屬之。倘廣告內容具有暗示或影射醫療業務者，仍可能被視為醫療廣告，如藉採訪及公開答問方式，由醫師闡述病徵及推薦治療方法，並與主持人接續宣稱治療

效果，最後更宣播醫師諮詢專線提供民眾洽詢，仍有機會被認定為屬於醫療廣告。

廣告以招徠業務為目的，而醫療機構用作治療說明或衛生教育資料之輔助圖片（需得病人同意使用）、醫療機構單純不涉及醫療業務招徠的醫學新知或研究報告之發表、病人衛生教育、學術性刊物等，則不屬於醫療廣告。



許多非醫療機構於電視台刊登醫療廣告，都是違反醫療法的行為。（圖取自自由時報報導臺北市政府衛生局提供）



任何人都可以刊登醫療廣告嗎？

依現行醫療法第84條規定，非醫療機構是不能刊播醫療廣告的，以免民眾因欠缺醫療專業知識而誤信錯誤的醫療消息，或者自行嘗試療效不明之醫療方法，致使生命健康遭受危害。非醫療機構刊登醫療廣告者，將可能被處以罰鍰。醫療診以非經主管機關核准之「OO醫美專業諮詢」為名刊載廣告，則屬違反醫療法之行為。

需注意的是，從前實務通說認為醫師不是醫療機構，故醫師依法是不得刊播醫療廣告的。但憲法法庭於2023年11月3日公告112年憲判字第17號判決卻改變前述見解，該判決認為醫療法第84條規定內禁止醫師為醫療廣告的部分，與憲法第11條保障言論自由之意旨有違，因此，憲法法庭認定禁止醫師登醫療廣告的部分，應自判決公告之日（即2023年11月3日）起失其效力。此判決等同宣告醫師個人往後將與醫療機構一樣可以刊登醫療廣告！雖然醫師能刊播醫療廣告，但內容仍然受到醫療法既有限制規範（如醫療法第85、86條規定等）。該判決所帶來的影響，包括衛福部未來是否會針對醫事人員刊登醫療廣告推出相關管理原則，或甚至乾脆進行修法開放其他醫事人員都可為醫療廣告等，仍需持續觀察。另外，如醫師以自己名義幫廠商代言產品時，仍須注意須遵守代言相關法規，例如醫事人員代言產品之處理原則等。

醫療廣告的NG行為

看似美好的醫療廣告其實暗藏不少風險，加上接受醫療行為的傷害遠比一般消費商品大，不得不慎。但該怎麼辨別可疑資訊、判斷可能違法的廣告內容？以下提供三種醫療廣告常見的NG行為，供讀者參考。

NG行為一：廣告內強調醫療行為安全舒適、零風險、無副作用，任何人都適合此療程

某醫事診所於社群網頁刊登含有「隔空減脂」、「非侵入」、「安全舒適」、「腰腹曲線Get，讓脂肪知難而退」等內容的廣告，並在其廣告之圖片及文字中一再強調其醫療行為「安全舒適」，而廣告內容全然未提醫師所使用的醫療器材時所可能發生的任何醫療風險。實際上，診所醫師所使用的醫療器材的中文仿單已詳列諸多使用禁忌及可能副作用及不良事件（包括病患嚴重受傷、死亡、腫瘤惡化、深度灼傷等），並有嚴禁使用之部位及禁止治療的年齡限制（禁止治療18歲以下兒童），顯然此醫療器材對於人體具有危險性。

醫療風險屬於醫療資訊之一環，醫療廣告禁止事由含有禁止醫療機構在提供錯誤資訊或未完整揭露醫療資訊之情況下而為廣告之意涵。上述廣告並未完整揭示醫療風險，已足使一般人因該廣告標榜安全舒適，因此誤信系爭廣告所涉及之醫療行為並無風險，因此，醫療機構未完整揭露醫療風險而為廣告，則該廣告屬於違反醫療法的「以其他不正當方式為宣傳」，應予受罰。

NG行為二：打卡按讚轉發分享就贈送禮品、提供優惠折扣

醫療並非商品，禁止以優惠折扣、贈送禮品等方式刺激非必要之醫療行為。醫療與通常商品、服務等消費活動究屬不同，如允許刺激、誘發不必要醫療需求之行為，將背於醫療服務係以疾病治療、矯正、預防為目的之本旨。更將導致醫療機構於商業惡性競爭下，產生對於醫療事業發展之不利影響，更致後續醫療品質下降、醫療資源分布不均、有害於保障病人權益及增進國民健康。

醫療法規定醫療廣告不得以不正當方式為宣傳，以優惠、團購、直銷、消費券、預付費用、贈送療程或針劑等具有意圖促銷之醫療廣告宣傳皆屬不正當方式，如診所在FB粉絲團宣稱只要給粉絲團按讚者即可參加抽獎、或以Line帳號刊載「看牙醫送潔牙旅行組，僅有1000組，送完為止」等吸引顧客的行銷方式，甚至是診所在通訊軟體LINE刊登「母親節活動女兒帶媽媽來，媽媽可以免費獲得音波保養課程一堂喔」、診所在官方網站刊登「贈排酸毒挑戰測試體驗1小時」，都可能被認定為不正當方式宣傳醫療業務之行為。

NG行為三：假藉衛生教育或醫療知識之名進行醫療廣告，刊登術前術後比較影像

醫療機構為了想更精確地呈現醫療效果，而在社群網站上貼文或是診所廣告上放上病人的術前術後的比較圖來展現醫療成果，以做行銷招攬顧客。衛福部曾發布合法刊登手術或治療前後圖片的原則如：（1）醫療機構於機構內，利用自家診療實績案例，並已事先取得病人同意使用之手術或治療前後比較影像，做為個案治療說明或衛生教育資料之輔助圖片，及（2）醫療機構於設置之官方網站，使用前開已事先取得病人同意使用之診療實績案



無論醫療廣告刊載內容為何，接受治療前建議要經過醫生診斷並了解醫療風險為宜。（Photo by Alexandr Podvalny on Unsplash）

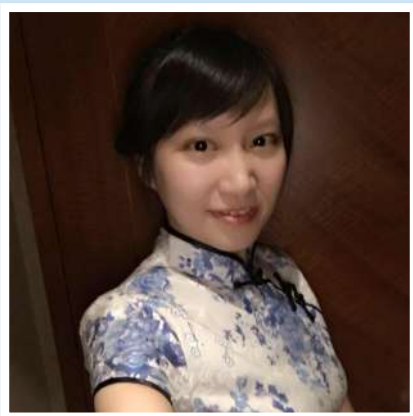


例之手術或治療前後比較影像，做為完整醫療知識資訊之一部分，則非屬醫療廣告行為。

然而，某診所官方網頁所登載患者術前術後照片，意圖凸顯患者術後之沙龍照片，且以患者術後上半身全影像（包含頭髮、臉、五官、胸及衣服等）為主要內容，文字僅係附帶記述患者接受手術前後心情，則通觀其圖片及文字之刊載，藉此傳達患者對手術成果非常滿意。此種刊載方式明顯省略手術執行之步驟及細節，也有意讓消費者模糊手術風險，僅專注於成功之術後個案，藉此誘發消費慾望，顯然不是將該術前術後比較影像單純作為醫療機構提供完整衛生教育或醫療知識資訊之附隨內容，此種廣告將可能被認定違反醫療法而遭處罰。

結語

現今醫療廣告內容及刊載方式五花八門，醫療廣告內容是否合法合規，仍須視個案廣告內容及刊載方式進行認定。隨著網際網路的發達，醫療機構利用各通路推廣行銷其醫療服務越來越容易，須小心注意避開法律的紅線，以免受到裁罰。面對網路上各式廣告的氾濫，消費者亦須注意避開廣告陷阱，以免花了錢還傷身。因此，醫療機構或消費者如對醫療廣告內容有任何疑問，建議可至衛生福利部醫事司「醫療廣告管理專區」（<https://dep.mohw.gov.tw/DOMA/cp-2708-38120-106.html>）進行查詢，或向各縣市衛生局諮詢。如要查詢醫療機構或醫師專科資格，則可至衛生福利部「醫事查詢系統」（<https://ma.mohw.gov.tw/masearch/>）進行查詢。（本專欄策畫／法律學系楊岳平教授）



翁乃方 小檔案

2011年於臺灣大學取得法學碩士學位，翁乃方律師即前往倫敦大學學院取得國際法法學碩士學位，隨後通過律師考試並執業至今。

除國際法及國際經貿法專業外，翁律師於長期專注於處理競爭法、生物科技、醫療與藥品法、白領犯罪刑事案件等方面的業務。翁律師在代表國內和跨國公司處理聯合行為及獨占案件和不正当競爭案件的調查及訴訟擁有豐富的經驗，亦協助許多公開發行公司及跨國公司處理眾多其他法律議題，提供包括跨境併購、集團重組、個人資料保護、D&I、消費者保護等方面的法律建議。近年則持續關注生技醫藥法律並提供生技醫藥產業業者相關法律意見，翁律師日前為理慈生技醫藥法團隊之一員。