

立法院議案關係文書 (中華民國 41 年 9 月起編號)
中華民國 101 年 9 月 26 日印發

院總第 1722 號 委員提案第 13881 號

案由：本院委員蔣乃辛、紀國棟、江惠貞等 19 人，有鑑於代言廣告日益興盛，以近年來的史雲遜生髮及諸多的瘦身食品廣告為例，部分不實的廣告內容往往已造成消費者權益的傷害，但國內現行法令對於薦證（名人代言）廣告不實的罰則不夠明確且執行力欠佳，致使不實廣告之爭議事件頻傳，明顯危害民眾健康福祉與消費之合法權益。為保障消費者福祉與權益，及配合 99 年 6 月初通過公平交易法第二十一條之修正作完整配套的修法，爰增訂「食品衛生管理法第十九條之一」，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，以加強化粧品、藥品、健康食品及食品衛生等廣告之管理，俾有效遏阻廣告不實代言之歪風，確保消費者權益。是否有當，敬請公決。

說明：

- 一、近年來薦證廣告風行於世，且對消費行為產生重大影響，故為阻遏薦證（代言）廣告不實，侵害消費權益的情況，世界各國對所謂代言廣告均定有明確的規範，以加拿大為例，不止民間組織—加拿大廣告標準協會自 1972 年即已開始實施廣告播放前的預審制度，所有代言廣告須先送審，確定代言人為通過產品使用受益者並獲得播放許可證後才可放映之外，依政府頒佈的「加拿大廣告標準準則」規定，代言不實的薦證人還須承擔民事或刑事責任。在美國部分，其廣告法規則對廣告的內容及形式都有嚴格、詳盡的規定，並由聯邦通訊傳播委員會嚴格監督，因此，名人廣告代言甚少發生法律糾紛。
- 二、根據本席等瞭解，大部分的消費爭議都是因為消費者誤信知名公眾人物或專業人士之薦證而購買商品，或進行消費。有鑑於國內誇大不實廣告十分氾濫，頻頻攻占報章雜誌、電視購物台以及網頁版面，消費糾紛屢見不鮮，實不宜再消極坐視，除應儘速修訂公平交易法

立法院第 8 屆第 2 會期第 2 次會議議案關係文書

，明定不實廣告之代言人對消費者須負連帶賠償責任，俾有效阻絕唯利是圖的黑心薦證行為。

- 三、修法要點：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；明訂廣告範圍，並將外國人從事薦證薦證也納入規範，俾使規範更為周全。

提案人：	蔣乃辛	紀國棟	江惠貞		
連署人：	蘇清泉	林正二	徐少萍	呂玉玲	吳育仁
	蔡錦隆	簡東明	盧秀燕	陳鎮湘	廖正井
	陳碧涵	楊玉欣	羅明才	孔文吉	張嘉郡
	林明溱				

食品衛生管理法增訂第十九條之一條文草案

增 訂 條 文	說 明
<p>第十九條之一 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。外國人從事上開薦證行為者，亦適用。</p> <p>前項所稱「廣告」，應包括廣告新聞化、名人代言節目、帶狀廣告節目、電視購物宣傳及各種平面或電子形式等之宣傳型態。而所稱廣告薦證者，指廣告主以外，於廣告中反映其對產品或服務之意見、信賴、發現或親身體驗結果之人或機構。</p>	<p>一、本條新增。</p> <p>二、配合本院第七屆第五會期第十三次會議修正公平交易法第二十一條條文，對相關配套法案「化粧品衛生管理條例第二十四條之一」、「藥事法第六十八條之一」、「健康食品管理法第十五條之一」、「食品衛生管理法第十九條之一」提出修正，以加強化食品廣告管理，課予廣告薦證者應負之責任，爰增列本條。</p> <p>三、本條文援引公平交易法第二十一條條文第三項後半段與第四項有關薦證者之條文。</p> <p>四、明訂廣告範圍，並將外國人從事薦證薦證也納入規範，俾使規範更為周全。</p>

立法院第 8 屆第 2 會期第 2 次會議議案關係文書