



樂活養生購物夯，誇大廣告要當心!(衛福部食品藥物管理署)

全球人口邁入高齡化，臺灣也掀起一股樂活養生熱潮，保健商機隨之看漲，誇大廣告更是無所不在。食品藥物管理署(以下稱食藥署)統計 108 年度電子媒體廣告監控數據發現，違規廣告次數排名前 3 名產品為 PPLs、鮑魚精及大通酵素，分別違規宣稱「...視神經退化...水晶體會濁...黃斑部會氧化...目矇仁老化...PPLs 攏真好用...」、「...挽救骨質變空、筋骨退化和痠痛...」、「...可以減肥，吃了肚子桶仔卡消ㄟ、身材卡好ㄟ...像大胖人吃 000 可以分解脂肪、分解澱粉...」等內容，提醒民眾切勿輕信誇大不實的違規廣告，以免破財傷身！

食藥署去(108)年度監控電子媒體(電視、電臺、網路)廣告計 9,291 件，共查獲 1,125 件違規廣告，其中網路廣告高達 671 件(59.64%)，電臺廣告 245 件(21.78%)次之，電視廣告則有 209 件(18.58%)。另，以違規食品、藥物、化粧品廣告宣稱之效能類型統計顯示，網路媒體常見宣稱「皮膚美容」、「減肥瘦身」等美體功效；電臺、電視媒體以宣稱「骨骼肌肉」、「血液循環」等預防身體機能退化功效為主。

據統計，108 年度全國(中央及地方)衛生機關裁處食品、藥物、化粧品違規廣告共計 6,275 件，罰鍰金額達新臺幣 1 億 8,155 萬元。食藥署持續與地方衛生機關合作，廣告違規率業由 99 年 13.9%，降至 108 年 4.89%。未來衛生機關將持續努力，加強稽查違規廣告，以維護國人健康及有效淨化閱聽環境。

食藥署設置有「違規食品、藥物、化粧品廣告民眾查詢系統」、「食藥膨風廣告專區」，可查詢廣告相關資訊，再次呼籲民眾，凡是廣告內容太神奇、太吸引人的，務必提高警覺；如有身體不適的情形，應尋求正規之醫療管道就醫；如有發現疑似違規之

廣告，可撥打全國食品安全專線 1919，提出檢舉，以維護自身健康及消費權益。

「臉書」社群平台業者將採取新政策

為防杜 COVID-19(俗稱武漢肺炎)期間，不肖業者在網路上販售醫療及外科手術口罩(下稱徵用物資)，行政院消費者保護處(下稱行政院消保處)除於 2 月 4 日邀集網路平台業者研商自律規範，阻却網路電商平台業者販售徵用物資外，又於同月 18 日邀請台灣臉書(Facebook)社群網路平台(簡稱「臉書」)及相關主管機關開會。「臉書」除依公司政策處理違反社群守則或違反台灣法律的內容外，將採取新政策。

「臉書」於 3 月 6 日在其官網表示「公司將實施暫時禁止刊登銷售醫用口罩商品招攬及廣告的政策，例如在 Marketplace 上招攬的品項。在接下來的幾天中，公司將開始實施此項新的政策。」(相關訊息詳 <https://about.fb.com/news/2020/01/coronavirus/>)。由於「臉書」針對 Marketplace 及廣告將採取上述新措施，而直播或粉絲團內招攬販售徵用物資者尚不在其新政策範圍內，惟本處仍將會同主管機關認定是否違法後，再行通知「臉書」依該公司政策處理違反社群守則或違反台灣法律的內容處理。

最後，行政院消保處提醒消費者，如發現政府徵用之口罩有價格異常、囤積或品質瑕疵等情事，可撥打 1950 消費者服務專線，或向行政院消費者保護會網站(<https://cpc.ey.gov.tw/>)進行線上申訴，以保障自身權益。



法務部廉政署檢舉專線

「廉能是政府的核心價值，貪腐足以摧毀政府的形象，公務員應堅持廉潔，拒絕貪腐，廉政檢舉專線 0800-286-586」

資料來源：行政院消費者保護會網站

竹塘鄉公所政風室編製 109.03