

網路醫療廣告的法規遵循

周盈孜實習律師、簡榮宗主持律師

近年來隨著醫美越來越盛行，許多醫療院所在各大網路平台推銷療程、販售醫美券，這些醫療院所不僅透過網路宣傳廣告的效果增加曝光、客源，也看準民眾搶優惠的心理，透過各種話術推銷醫療課程，但這種宣傳方法有沒有法律上的疑慮呢？

例如媒體曾報導，在 LINE 上刊登「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」、診所在臉書刊登「全臉皮秒不限發數，最後體驗機會，手刀預約，5/6-5/8 限量預約」、診所在官方網站刊登「贈排酸毒挑戰測試體驗 1 小時」都可能是違法的醫療廣告。經台北市衛生局統計，民國 110 年度總計就有 34 件因違反醫療法相關規範而被裁罰，罰款總金額高達 178 萬元。

醫療廣告的認定？

首先，要先知道甚麼是醫療廣告，依據醫療法第 9 條：「本

法所稱醫療廣告，係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。」，而其中傳播媒體依據衛服部的函釋是指：「廣播、電視、錄影節目帶、新聞紙、雜誌、傳單、海報、招牌、牌坊、電影片、媒體廣告、布條、單張、名片或其他傳播方法。」，所以在各種傳播平台，包含FB、LINE、電商平台等刊登宣傳醫療效果，以招攬客戶、病患的廣告都是違法的。

網路上醫療廣告的界線？

依據醫療法第 84 條：「非醫療機構，不得為醫療廣告。」，看起來很饒口，但白話來說就是「醫療機構」是可以打廣告的，但可以打廣告的範圍僅僅限制在醫療機構自己的官方網頁上，而且廣告內容依據醫療法第 86 條規定：「醫療廣告不得以下列方式為之：

- 一、假借他人名義為宣傳。
- 二、利用出售或贈與醫療刊物為宣傳。
- 三、以公開祖傳秘方或公開答問為宣傳。
- 四、摘錄醫學刊物內容為宣傳。
- 五、藉採訪或報導為宣傳。
- 六、與違反前條規定內容之廣告聯合或並排為宣傳。
- 七、以其他不正當方式為宣傳。」。

其中不正方法依相關函釋包含：強調最高級及排名等敘述性名詞或類似聳動用語之宣傳（如：「國內首例」、「唯一」、「首創」、「第一例」）、誇大醫療效能或類似聳動用語方式（如：完全根治、一勞永逸、永不復發、回春…等）、以文章或類似形式呈現之醫療廣告且未完整揭示其醫療風險（如：適應症、禁忌症、副作用…等）、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等，都是屬於不正方法的廣告行為，所以在網路平台上以促銷、團購、醫美券、購買療程贈送保養課程、免費體驗療程等都是違法的醫療廣告，醫療院所應避免在任何網路平台上以上述方式推銷醫療相關課程、資訊、療程等。

網路上的醫療廣告除了不能違反醫療法第 86 條的規定之外，依據醫療機構網際網路資訊管理辦法的規定，醫療廣告的刊載內容僅限於醫療法第 85 條醫療院所相關基本資料及服務內容、醫療或健康知識等資訊，由此可知，網路上的醫療廣告是以「正面表列」的方式規定，未包含在內的內容都不可以刊登於網路上。此外，醫療院

所提供相關醫療資訊及廣告的網頁也必須報請在地主管機關備查，

由此可知，醫療機關想要在網路上刊登相關醫療資訊、廣告的限制

可以說是非常嚴格及限縮的。

醫療機構可以在網路上打廣告，那醫生個人呢？很遺憾的，依據醫療法第 84 條規定，限於醫療機構才能為醫療廣告行為，因醫師非屬醫療機構，不得為醫療廣告行為，所以醫生若以個人名義利用任何媒體管道，宣傳醫療業務，且目的是為了招攬病患，因為屬於醫療廣告行為，皆可能被認為違法。

術前術後的狀況比較？

許多醫美診所喜歡使用的「手術前、手術後」的對比廣告。但依據衛服部的相關函釋，術前術後的比較圖片、影片等，因為不在醫療法第 85 條及醫療機構網際網路資訊管理辦法「正面表列」允許刊登的範圍之內，所以不得作為廣告內容。

可是函釋中還是有開一些例外，讓醫療院所可以在醫療院所的官方網站上刊登實際案例的治療前後對比照片，但限縮於刊登前已

事先取得病人同意的情形，在此前提下函釋中認為該對比影像是完整的醫療知識資訊的一部份，而非屬醫療廣告行為。

違法刊登醫療廣告的處罰？

違反醫療法第 85、86 條之規定，除了可能被處以 5 萬元以上 25 萬元以下的罰鍰外，如果符合醫療法第 103 條第 2 項之規定，醫療廣告「一、內容虛偽、誇張、歪曲事實或有傷風化。二、以非法墮胎為宣傳。三、一年內已受處罰三次。」時，醫療機關可能被處一個月以上一年以下停業處分或廢止其開業執照，而其負責醫師更可能被吊銷醫師證書一年。

違法的處罰除了有罰鍰之外，醫療機構或醫師更可能被處理停業或吊銷執照，所以在為醫療廣告時更應謹慎為之。