

本期企劃

禁止醫師進行醫療廣告？ 淺談現行醫療廣告 管制之問題

Should Physicians Making Medical Advertisement
for Medical Care be a Taboo?
A Discussion Over
Problems of Medical Advertisement Control

楊惠中 Huei-Chung Yang* 陳柏銓 Po-Chien Chen**



摘要

醫療廣告應在客觀上有刊登醫療廣告資訊之行為，且行為人於主觀上並有「宣傳醫療業務，以達招徠患者醫療為目的」者，始足當之。單純於醫師個人之臉書平臺分享醫學研究文章及相關醫學新知之行為，應不致使社會大眾誤信錯誤醫療訊息而使其生命、健康遭受危害，故應非醫療廣告。

By fulfilling these elements that it should objectively be advertising informations for medical advertisements, and that the offender should subjectively have the purpose of “promoting the medical business to attract patients seeking medical advice,” it would be a medical advertisement. In contrast, it should not be false medical information and

*名鑒 / 勝鑒醫療集團總經理 (General Manager, MyDoctor Group)

**勝鑒律師事務所合夥律師 (Attorney-at-Law, Win-Win Law Firm)

關鍵詞：行政救濟 (administrative remedy)、醫師 (physician)、醫療廣告 (medical advertisement)、醫療機構 (medical institute)

DOI : 10.3966/241553062017120014005



leads necessarily no damage of life or health to patients as the result either, if a physician only posted medical research articles and relevant medical news on Facebook. These would be no medical advertisement consequently.

壹、實務案例：醫師禁止進行醫療廣告？

某診所負責醫師，於其個人之臉書平臺分享醫學研究文章及相關醫學新知，並確實提供學術點值極高之醫學期刊電子檔連結出處¹，當地衛生局認為診所負責醫師為「非醫療機構」而進行醫療廣告，遂依據醫療法第84條²、第87條及第104條之規定，處以罰鍰。該醫師不服，遂提起救濟。

主管機關禁止醫師進行醫療廣告³，為實務上非常特別之認定。某醫師雖為診所（即醫療機構）負責人，但醫療法已明文限「醫療機構」本身方得以進行醫療廣告，故醫療機構之負

1 Dae H. Kim, Young J. Je, Chang D. Kim, Young H. Lee, Young J. Seo, Jeung H. Lee & Young Lee, *Can Platelet-rich Plasma Be Used for Skin Rejuvenation? Evaluation of Effects of Platelet-rich Plasma on Human Dermal Fibroblast*, 23(4) ANN DERMATOL 424-431 (2011), <http://pdf.medrang.co.kr/Aod/023/Aod023-04-02.pdf> (last visited Aug. 3, 2017); Alessio Redaelli, Domenico Romano & Antonio Marcianò, *Face and Neck Revitalization with Platelet-rich Plasma (PRP): Clinical Outcome in a Series of 23 Consecutively Treated Patients*, 9(5) JOURNAL OF DRUGS IN DERMATOLOGY 466-472 (2010), <http://www.falloplastica.net/fp/pdf/prp02.pdf> (last visited Aug. 3, 2017).

2 該條規定：「非醫療機構，不得為醫療廣告。」

3 醫生也不行！衛福部：任何人都不能代言醫療廣告，自由時報，2016年10月4日報導，<http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/1845929>（瀏覽日期：2017年9月28日）。2016年11月17日衛部醫字第1051667434號：「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。」

責人不得進行醫療廣告，或傳達予民眾醫學新知與健康訊息之正確認識。惟本文認為，醫師係醫學知識與健康訊息重要傳遞者，如此解釋似有疑義。相關法律解釋爭點，實有必要進一步討論。

貳、爭點解析

一、醫學研究應屬醫師法所鼓勵之事項，而非處罰之理由

醫師法第8條第2項規定：「醫師執業，應接受繼續教育，並每六年提出完成繼續教育證明文件，辦理執業執照更新。」同法第24條之1亦規定：「醫師對醫學研究與醫療有重大貢獻者，主管機關應予獎勵，其獎勵辦法，由中央主管機關定之。」故繼續教育、進修及進行醫學研究，不僅為醫師依法應踐行之義務，亦為醫師執業之權利，以利醫學發展。

某醫師執業多年，於其個人臉書粉絲團上張貼醫學新知與醫學研究文章供所內其他醫師同仁研讀、學習及討論，其以多年之臨床經驗，輔以學術報告佐證，乃醫師法中應鼓勵之行為；倘將醫學研究報告恣認醫療廣告而處罰，將使未來醫師研修趨於保守。主管機關若依醫療法第84條、第104條作成處分，對於事實認定及法規解釋顯有誤解，不僅恐不利醫學發展，對於民眾健康訊息之獲得也將受到影響。

二、醫師是否為受醫療法第84條所管制之對象？

醫療法第84條規定：「非醫療機構，不得為醫療廣告。」依衛生福利部衛署醫字第0980083538號函釋指出：「……按醫師非屬醫療機構，……，仍得為醫療法第84條之適用。」然本函釋作為原處分處罰之依據，一般民眾竟無法自任何資訊平臺（包含最高衛生主管機關之醫療法規／函釋查詢系統）得知系爭函釋之存在與內容，顯使受規範人無法預見其行為具受處