

收	編	號	第	244	號
文	日	期	民國	112	11

檔 號：
保存年限：

衛生福利部 函

地址：115204 臺北市南港區忠孝東路6段
488號

聯絡人：聶雪巖

聯絡電話：(02)8590-7296

傳真：(02)8590-7075

電子郵件：cmnieh@mohw.gov.tw

受文者：臺灣中藥工業同業公會

發文日期：中華民國112年11月28日

發文字號：衛部中字第1121862012號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：會議紀錄1份 (A210000001_1121862012_doc1_Attach1.pdf)

主旨：有關「中藥酒劑」結合營造工地意象之行銷廣告妥適性，
請依說明配合辦理，請查照。

說明：

- 一、依據勞動部職業安全衛生署112年10月25日勞職安2字第1121400693號函及本部112年11月3日衛授食字第1129064372號函辦理。
- 二、查本部於103年1月22日以部授食字第1021455249號令訂定「含酒精之西藥內服液劑及中藥酒劑廣告應標示之警語規定」第三點略以，廣告中不得為高危險工作類別及高危險工作畫面（如洗窗等高架作業），且不得暗示可於工作前或者工作中使用該藥品；如需播放非高危險工作畫面，則該廣告內容應表達「請勿於工作前及工作中飲用」及「適量飲用」之意涵，合先敘明。
- 三、復查勞動部職業安全衛生署於112年10月18日召開「酒精性飲料結合營造工地意象之行銷廣告妥適性」會議（會議紀錄如附件），說明營造工程現場常有高架作業，屬高風險

之工作，「含酒精之西藥內服液劑及中藥酒劑」倘以營造
工地背景為意象結合，強調可增強體力及提神，恢復
「精、氣、神」之效果廣告，恐致有誤導勞工飲用之寓
意，且雇主使飲用酒精性飲品之工作者進場作業，亦屬違
反「高架作業勞工保護措施標準」之規定。

四、請貴會轉知所屬會員，本於企業社會責任，對於中藥酒劑
之行銷廣告，應避免以營造業高危險工作為意象，以符合
本部「含酒精之西藥內服液劑及中藥酒劑廣告應標示之警
語規定」。

正本：臺灣製藥工業同業公會、臺灣中藥工業同業公會、中華民國中藥商業同業公會全
國聯合會

副本：衛生福利部食品藥物管理署(不含附件)、直轄市、縣市政府衛生局(含附件)

電 2023/11/28 文
交 16:28:39 章

檔 號：
保存年限：

勞動部職業安全衛生署 函

地址：242030 新北市新莊區中平路439號
南棟11樓
承辦人：陳曉勤
電話：(02)8995-6666 分機：8139
電子信箱：cherry@osha.gov.tw

受文者：衛生福利部

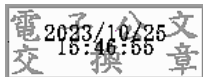
發文日期：中華民國112年10月25日
發文字號：勞職安2字第1121400693號
速別：普通件
密等及解密條件或保密期限：
附件：如文。(A17040000J_1121400693_doc1_Attach1.pdf)

主旨：檢送研商「酒精性飲料結合營造工地意象之行銷廣告妥適性」會議紀錄1份，請查照。

說明：依據本署112年9月26日勞職安2字第1121400575號函續辦。

正本：朱副署長金龍、國家通訊傳播委員會、衛生福利部、財政部、臺灣區綜合營造業同業公會、三洋藥品工業股份有限公司、保力達股份有限公司、臺北市勞動檢查處、新北市政府勞動檢查處、桃園市政府勞動檢查處、臺中市勞動檢查處、高雄市政府勞工局勞動檢查處、勞動部職業安全衛生署職業衛生健康組、勞動部職業安全衛生署北區職業安全衛生中心、勞動部職業安全衛生署中區職業安全衛生中心、勞動部職業安全衛生署南區職業安全衛生中心

副本：



總收文 112.10.25



1129064372

研商「酒精性飲料結合營造工地意象之行銷廣告妥適性」 會議 會議紀錄

一、 主席致詞（略）

二、 討論議題：含酒精性之飲品以營造工地意象之行銷廣告，恐有誤導及增加職災風險之虞，如何調整或改進。

說明：

- (一) 國內目前媒體播放之含酒精性之飲品，以營造工程意象作為行銷手法之廣告，參如附件。
- (二) 依衛生福利部所訂「含酒精之西藥內服液劑（含 Amino Acid 類及多種維他命類營養劑）及中藥酒劑廣告應標示之警語規定」第3點規定，廣告中不得為高危險工作類別及高危險工作畫面（如洗窗等高架作業），且不得暗示可於工作前或者工作中使用該藥品；如需播放非高危險工作畫面，則該廣告內容應表達「請勿於工作前及工作中飲用」及「適量飲用」之意涵。
- (三) 依財政部「菸酒管理法」第37條第2款規定，酒之廣告或促銷，應明顯標示「禁止酒駕」，並應標示「飲酒過量，有害健康」或其他警語且不得有「鼓勵或提倡飲酒」。
- (四) 高酒精濃度對於工作、平衡及應對突發狀況均可能產生負面影響，並造成職業災害發生。
- (五) 目前國內維士比、保力達B或白馬活力發等指示使用的藥品，非屬提神飲料，且含有10%v/v酒精濃度，飲用過量恐影響勞工身體健康，而營造工程現場常有高架作業，屬高風險之工作，該等飲品以營造工地背景為意象結合，強調可增強體力及提神，恢復「精、氣、神」之效果廣告，致有誤導勞工飲用之寓意，雇主使飲用酒精性飲品之工作者進場作業，亦屬違反「高架作業勞工保護措施標準」之規定。

三、 決議：

- (一) 請三洋藥品工業股份有限公司及保力達股份有限公司，本於「企業社會責任」對於含酒精之西藥內服液劑或中藥酒劑之行銷廣告，避免以營造業高危險工作為意象，以符合衛生福利部「含酒精之西藥內服液劑及中藥酒劑廣告應標示之警語規定」，廣告中不得為高危險工作類別及高危險工作畫面（如營造工程作業、洗窗等高架作業），並慎選合適之播出時段，避免以兒童、少年為行銷對象，妨礙其身心健康。
- (二) 請衛福部食藥署協助轉知地方衛生主管機關，有關含酒精之西藥內服液劑或中藥酒劑行銷廣告之審查，對於不得為高危險工作類別及高危險工作畫面部分（如營造工程作業、洗窗等高架作業），應以較高標準審核之。
- (三) 請國家通訊傳播委員會，研議評估此類含酒精成分飲品之廣告播送時間適用「無線廣播、無線電視及衛星廣播電視之酒類廣告播送時段」規定之可行性。

四、 臨時動議：無

五、 散會時間：下午16時