

- 二、農委會於 97 年 6 月 10 日放寬限制，調整救助辦法第十四條的規定，對於未達救助門檻的各別農民災損個案，可經由鄉鎮、縣市、農改場三方會勘，並申請專案救助。如去年花蓮縣五月份因連日豪雨，造成農災受創總面積達 1247 公頃，經查全縣災害金額約二千萬元，雖未達中央「農業天然災害救助辦法」救助標準，但花蓮縣政府將依規定辦理專案救助，儘全力設法減低農友的損失。
- 三、然農委會雖提供申請專案救助，但協助農民重新復耕更為重要，建請農委會研議補助金之外的相關輔導辦法，協助農民重新復耕，以落實政府施政之美意。

（六十六）本院盧委員秀燕，針對國內美容醫學風氣盛行，但相關業者與診所的廣告內容多有違法招攬之嫌，有些甚至明顯違反《醫療法》第 61 條第一項之規定，同時也無適當對消費者揭露醫療風險和告知其效能的合法性，為維護美容醫學的品質和消費者的安全，特向行政院提出緊急質詢。

說明：

- 一、近年來國內美容醫學風氣盛行，街頭、電視及網路處處可見各種關於瘦身、整形等醫療行為廣告，其中不乏以低價優惠或包套優惠等促銷手法來吸引消費者。此種刺激民眾消費欲望的廣告方式，將醫療本身作為一種商品來販售，除了有違醫療倫理之外，其宣傳噱頭也違反《醫療法》第 61 條第 1 項規定：「醫療機構禁止以下列不正當方法招攬病人：公開宣稱就醫即贈送各種形式之禮品、折扣、彩券、健康禮券、醫療服務，或於醫療機構慶祝活動贈送免費兌換券等情形。……」。
- 二、針對坊間美容醫學的廣告情形，消基會於今年 3 月間分別於 3 家購物網站平台上抽樣 8 家美容醫學診所，以及隨機抽樣 8 家美容醫學診所的官方網站，共 16 家美容醫學診所，調查發現，有 3 個購物平台有販售「醫療機構相關療程及諮詢券」的情形，恐有違反《醫療法》第 84 條中之非醫療機構不得為醫療廣告之規定，除此之外，8 家美容醫學診所皆推出不同的包套優惠或買一送一的方案來吸引消費者，也有違反《醫療法》第 61 條第 1 項規定之情事。
- 三、綜上所述，目前坊間的美容醫學常以各種包套和優惠方案來作為廣告噱頭，吸引消費者上門，此種情事除了有違醫療倫理及違反醫療法相關規定外，也隱含了醫療行為上的風險。根據消基會的調查，發現 8 家診所的廣告上皆未告知療程的醫療風險及所標榜的證據來源及合法性，為了招攬更多顧客上門，這些廣告常常製造零風險、無副作用之假象，甚至消費者上門求診也不會主動揭露醫療行為所存在的風險，造成美容醫學的品質不佳，也無法確保消費者的安全。爰此，本席建請衛生署應做好把關的工作，依法落實取締違法醫療廣告形式與內容，且應要求業者詳盡告知相關的資訊，以免造成爭議並損害消費者的健康。