



名稱	嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告及促銷管理辦法 英
修正日期	民國 103 年 12 月 29 日
生效狀態	※本法規部分或全部條文尚未生效 本辦法 103.10.01 修正之第 3、5、7 條條文，自發布日後三個月施行。但第 5 條不得以開罐價為促銷之規定，其施行日期由中央主管機關定之。
法規類別	行政 > 衛生福利部 > 食品藥物管理目
第 1 條	本辦法依食品安全衛生管理法（以下稱本法）第二十八條第三項規定訂定之。
第 2 條	本辦法所稱嬰兒與較大嬰兒配方食品，其範圍及定義如下： 一、嬰兒配方食品：指特製之母乳替代品，於採用適當之輔助食品前，單獨食用即可滿足出生至六個月內嬰兒之營養需求。 二、較大嬰兒配方輔助食品：指供逾六個月至十二個月之較大嬰兒，於斷奶過程中，配合嬰兒副食品所使用之配方食品，但不適用於六個月以下嬰兒單獨使用。 三、特殊醫療用途嬰兒配方食品：指特製之母乳或嬰兒配方食品之替代品，單獨食用即可滿足出生數月內患有失調、疾病或醫療狀況之嬰兒之特殊營養需求，直到較大時再採用適當之輔助食品。
第 3 條	嬰兒與較大嬰兒配方食品，不得為廣告。但以下列方式刊登者，不在此限： 一、登載於學術性醫療刊物。 二、未開放民眾取閱，僅供醫事人員使用之說明資料。
第 4 條	依前條但書方式刊登者，不得宣稱或影射嬰兒與較大嬰兒配方食品等或其營養優於母乳。
第 5 條	嬰兒與較大嬰兒配方食品，不得以樣品、贈品、折扣券、優待券、開罐價、搭配其他物品銷售或以特別展示會之方式為促銷。
第 6 條	違反本辦法規定者，應依本法第四十五條規定處罰之。
第 7 條	本辦法自發布後六個月施行。 本辦法修正條文，自發布日後三個月施行。但第五條不得以開罐價為促銷之規定，其施行日期由中央主管機關定之。

嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告及促銷管理辦法 Q&A

104 年 1 月 1 日施行版本

Q1: 「嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告及促銷管理辦法」施行日期?

A1: 「嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告及促銷管理辦法」於 103 年 3 月 24 日訂定發布，並自發布後 6 個月（即 103 年 9 月 24 日）施行；同法第 3、5、7 條係於 103 年 10 月 1 日修正發布，並自發布後 3 個月（即 104 年 1 月 1 日）施行。另，其中有關限制「開罐價」部分，業於 103 年 12 月 29 日公告另訂施行日期。

Q2: 何謂「嬰兒與較大嬰兒配方食品」?

A2: 嬰兒與較大嬰兒配方食品，包含：嬰兒配方食品、較大嬰兒配方輔助食品、特殊醫療用途嬰兒配方食品，其定義如下：

1. 嬰兒配方食品：指特製之母乳替代品，於採用適當之輔助食品前，單獨食用即可滿足出生至六個月內嬰兒之營養需求。
2. 較大嬰兒配方輔助食品：指供逾六個月至十二個月之較大嬰兒，於斷奶過程中，配合嬰兒副食品所使用之配方食品，但不適用於六個月以下嬰兒單獨使用。
3. 特殊醫療用途嬰兒配方食品：指特製之母乳或嬰兒配方食品之替代品，單獨食用即可滿足出生數月內患有失調、疾病或醫療狀況之嬰兒之特殊營養需求，直到較大時再採用適當之輔助食品。

Q2: 有哪些產品屬於「嬰兒與較大嬰兒配方食品」?

A2: 「嬰兒與較大嬰兒配方食品」依食品安全衛生管理法第 21 條規定，應經中央主管機關查驗登記並發給許可文件，是類產品資訊業公布於本署食品藥物消費者知識服務網，路徑：首頁 > 整合查詢中心 > 食品 > 核可資料查詢 > 嬰兒配方食品及較大嬰兒配方輔助食品許可資料查詢；網址：<http://consumer.fda.gov.tw/Food/BabyFood.aspx?nodeID=291>。

Q3: 刊登「嬰兒與較大嬰兒配方食品」廣告及促銷限制?

A3:

1. 「廣告」限制:

嬰兒與較大嬰兒配方食品，不得為廣告，但「登載於學術性醫療刊物」或「未開放民眾取閱，僅供醫事人員使用之說明資料」不在此限，惟其仍不得「宣稱或影射嬰兒與較大嬰兒配方食品等同或其營養優於母乳」。

2. 「促銷」限制:

不得以樣品、贈品、折扣券、優待券、開罐價、搭配其他物品銷售或以特別展示會之方式為促銷。

Q4: 何謂「嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告及促銷管理辦法」所稱「學術性醫療刊物」?

A4: 「學術性醫療刊物」係指以醫事專業人員為發行對象之刊物，衛生機關於刊物類別判定時，併將參照其出版宗旨、訂閱對象、投稿原則及發售通路等，綜合判定。

Q5: 「嬰兒與較大嬰兒配方食品」可否可進行「促銷」活動?

A5:

1. 「嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告及促銷管理辦法」訂定意旨係為限制廠商不得以「嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告或促銷」行為，吸引產婦以是類產品取代母乳哺育。
2. 按「嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告及促銷管理辦法」第 5 條規定不得以樣品、贈品、折扣券、優待券、開罐價、搭配其他物品銷售或以特別展示會之方式為促銷，其餘「促銷」行為（如：特價、減價、折扣、分期或買一送一等價格或數量優惠）於未有廣告前提下，尚不在該辦法限制範疇。

Q6: 「嬰兒與較大嬰兒配方食品」不得贈送「樣品及贈品」之規定，是否過於嚴苛？

A6:

1. 自民國 86 年起，行政院衛生署業規範業者「不得有針對銷售點的廣告、贈送樣品，或任何針對消費者，以達零售目的的促銷方式，如特別展示會、折扣券、優待券、廉價銷售及搭配銷售等。」等，至 103 年止，已實施長達 17 年。
2. 為考量部分「產婦抑或嬰兒有哺育母乳之困難」，故現行「嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告及促銷管理辦法」已大幅開放促銷範圍，特價、減價、折扣、分期或買一送一等價格或數量優惠尚不受限制。
3. 未來，本署除推動母乳哺育政策外，亦將持續依據國人實際需求調整相關規定，以維護母嬰健康及消費權益。

Q7: 「嬰兒與較大嬰兒配方食品」實體產品陳列處，是否得揭示價格？

A7: 依消費者保護法第 4 條規定，企業經營者對於其提供之商品或服務，應提供消費者充分與正確之資訊，故於「嬰兒與較大嬰兒配方食品」實體產品陳列處，僅揭露產品價格，抑或價格或數量優惠資訊，應尚未違反該管理辦法第 3 條規定。

Q8: 「嬰兒與較大嬰兒配方食品」廣告是否得宣稱「高鈣、強化 DHA、富含維生素及礦物質」等用語？

A8: 「嬰兒與較大嬰兒配方食品」廣告按「嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告及促銷管理辦法」第 3 條規定，嬰兒與較大嬰兒配方食品不得為廣告，故自不得宣稱高鈣、強化 DHA、富含維生素及礦物質」等用語。

Q9: 「嬰兒與較大嬰兒配方食品」不得贈送「樣品」，產婦應如何選擇適當之產品呢？

A9: 產婦抑或嬰兒有哺育母乳之困難，應由醫療院所醫事專業人員提供正確之資訊，並教導正確泡製與餵食方式，方對嬰兒有較多之保障。是以，醫療

院所醫事人員根據母嬰之臨床情況供應「嬰兒與較大嬰兒配方食品」非屬「促銷」行為，故不在該辦法管轄範疇。

Q10: 國民健康署「母乳哺育」相關諮詢管道

A10:

1. 提供全國「孕產婦關懷諮詢專線 0800-870-870 (諧音：抱緊您-抱緊您)」，以免付費電話諮詢服務及關懷網站 (<http://mammy.hpa.gov.tw/>)，即時且便利之母乳哺育諮詢管道及查詢系統，協助解決母乳哺育及嬰兒餵食等相關問題外，也提供孕產知識學習、孕程產檢管理、媽媽健康記錄等雲端孕產管理工具。
2. 透過全國 176 家認證通過之母嬰親善醫療院所，提供孕產婦母乳哺育衛教及與指導，名單可至國民健康署網站下載 (<http://www.hpa.gov.tw/BHPNet/Web/Index/Index.aspx>)。
3. 製作「母乳哺育教戰手冊」、「衛教單張」予民眾，以教育民眾正確之母乳哺育觀念，可至國民健康署「健康九九網站 (<http://health99.hpa.gov.tw/default.aspx>)」下載電子檔。
4. 可免費下載「母乳一指通」APP，其內容包括母嬰親善院所及哺集乳室地圖搜尋、母乳哺育步驟教學、寶寶成長日記及成長曲線等。另結合地方政府、運用社區互助之力量，鼓勵縣市加強社區志工媽媽支持團體訓練，加強教導母親哺乳技能。