



公告「食品廣告合規輔導指引」(1/2)

發文機關：衛生福利部

發文字號：FDA企字第1151201169號

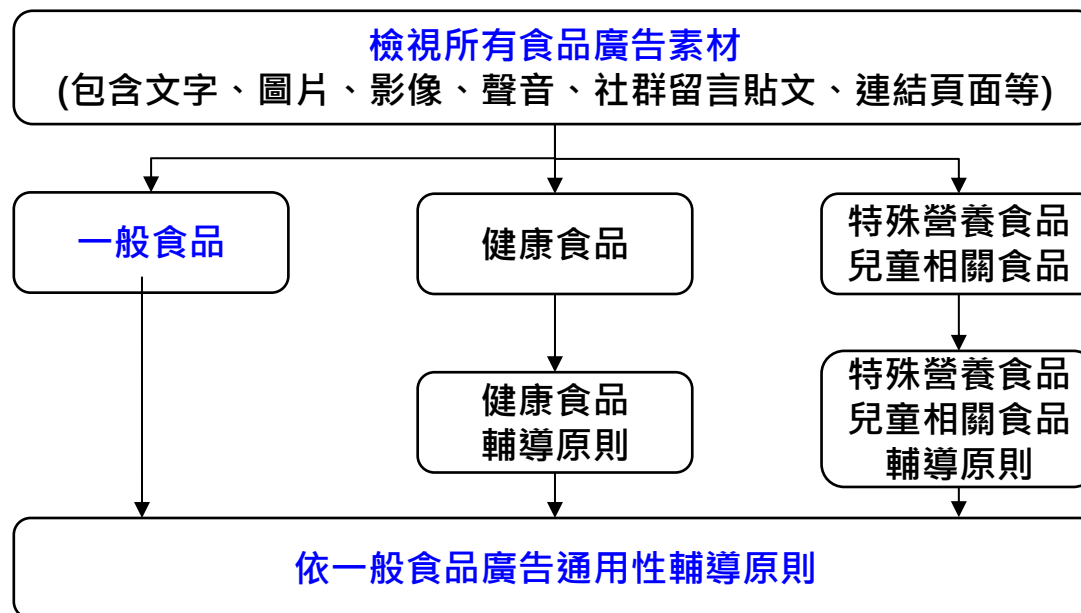
發文日期：2026.05.19

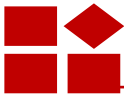
生效日：2026.05.19

本指引之目的，係提供食品業者、廣告代理商、行銷傳播業者、內容創作者等從事食品廣告製作及行銷之相關人員，具體可操作之判斷邏輯與調整方向，以利於廣告製作初期即自檢視，降低違規風險，保障消費者權益與健康安全，並促進廣告市場秩序之健全發展。

《食品廣告合規判斷流程》

重點  
簡述





一般公告 / 食品廣告

公告「食品廣告合規輔導指引」(2/2)

發文機關：衛生福利部

發文字號：FDA企字第1151201169號

發文日期：2026.05.19

生效日：2026.05.19

重點簡述

《一般食品廣告通用性輔導原則》

- 一. 食品成分合法性原則：符合食品原料整合查詢平臺內容、符合食品添加物使用範圍及限量暨規格標準。
- 二. 廣告內容與產品本質相符原則：與標示內容一致，並符合產品實際情形。
- 三. 不得涉及醫療效能宣稱原則：例如：預防心血管及代謝疾病。
- 四. 不得涉及不實、誇張或易生誤解宣稱原則：例如：美容、美體。
- 五. 不得涉及健康食品保健功效項目宣稱原則：例如：須有健康食品認證才可宣稱為健康食品及功效。
- 六. 營養素或特定成分生理功能詞句或類似詞句使用原則：例如：不得使用「傷口癒合維生素C」，應敘述「維生素C可促進膠原蛋白的形成，有助於作口癒合」。
- 七. 科學資料、專利或認證資料引用原則：引用資料依法申請健康食品並取得核准後，依核准內容宣稱。
- 八. 避免以廣告見證或使用者分享誤導消費者原則：不得涉及不實、誇張及易生誤解，或宣稱醫療效能。
- 九. 比較性廣告之合理呈現原則：內容必須與事實相符，並以公正、客觀、相當之標準，不得選擇性呈現或刻意忽略競爭對手優勢。

內容詳見  
官方網址

<https://www.fda.gov.tw/TC/newsContent.aspx?cid=3&id=31548>