

立法院議案關係文書 (中華民國41年9月起編號)
中華民國110年12月22日印發

院總第 1462 號 委員提案第 27770 號

案由：本院委員林宜瑾、邱志偉等 19 人，有鑑於家庭因素是避免青少年遭受菸害的關鍵，未成年吸菸者之父母或監護人應負起戒菸教育責任，加強家庭教育菸害防制觀念。另外，菸品添加花香、果香、茶香、焦糖、巧克力、薄荷等口味，將使兒童及少年更容易接觸菸品並上癮，且誤以為較無危害而持續使用，嚴重影響健康，因此對加味菸品實有管制必要。是故，為維護國人健康，並加強菸害防制，爰擬具「菸害防制法部分條文修正草案」。是否有當？敬請公決。

說明：

- 一、依世界衛生組織菸草控制框架公約（the WHO Framework Convention on Tobacco Control，WHO FCTC）第十六條建議每一締約方應努力禁止分支或小包裝銷售捲菸，因這種銷售會提高未成年人對此類製品的購買能力。惟鑒於菸品類型推陳出新，非單一計量單位「支」所能涵蓋，爰於第三款增列「錠、片、芯或其他計量單位」文字，以期周延。（修正條文第五條）
- 二、依世界衛生組織菸草控制框架公約第九條及第十條實施準則部分條文（Partial Guidelines for Implementation of Articles 9 and 10 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control）建議，應限制菸草製品中加入提高可口性、具有著色性能、可讓人感到有健康效益及能量或活力有關的成分。又尤其於菸品中加入花香、果香、茶香、焦糖、巧克力、薄荷等口味，會降低初試者嘗試第一口菸之菸嗆味，使兒童及少年更容易上癮，且誤以為較無危害而持續使用，嚴重影響健康，因此對加味菸品實有管制必要。（修正條文第七條）
- 三、世界衛生組織菸草控制框架公約第一（g）條將「菸草贊助」界定為「目的、效果或可能的效果在於直接或間接地推銷菸草製品或促進菸草使用的，對任何事件、活動或個人的任何形式的捐助」，又該公約第十三條實施準則第二十六點指出，一些菸草公司直接或通過其他實體向社區、衛生、福利或環境等組織提供財政或實物捐助。此種捐助屬於公約第一（g

立法院第 10 屆第 4 會期第 15 次會議議案關係文書

）條中的菸草贊助定義的範疇，應當作為廣泛禁止的一部分予以禁止。爰增列禁止菸草公司利用以推銷或促進菸品使用之目的，對任何事件、活動，或自然人、法人、團體、機構或學校，為直接或間接捐助；或在不特定多數人共同使用或集合之場所之公共場所舉辦宣傳活動，如公園、道路、廣場，以期周延。另考量多層次傳銷行為本質上係促銷商品或服務之行為，對不特定之消費者有推銷或促進菸品使用之目的，針對以多層次傳銷方式促銷菸品之行為，應在禁止範圍。（修正條文第九條）

四、家庭因素是避免青少年受於菸害的關鍵，未成年吸菸者之父母或監護人，應負起明確戒菸教育實施的責任。爰修正行為人未滿十八歲且未結婚者，應施以其父母或監護人戒菸教育，以加強家庭教育之菸害防制觀念，並保護未滿十八歲之人身心健康。提高無正當理由未依通知接受戒菸教育者之罰鍰，以達警惕效果，爰將罰鍰提高至五千元以上。（修正條文第二十八條）

提案人：林宜瑾 邱志偉

連署人：林楚茵 吳秉叡 黃世杰 許智傑 蔡適應

吳玉琴 邱議瑩 吳思瑤 陳素月 周春米

張宏陸 鄭運鵬 鍾佳濱 張廖萬堅 賴惠員

邱泰源 王美惠

菸害防制法部分條文修正草案對照表

修正條文	現行條文	說明
<p>第五條 對消費者販賣菸品不得以下列方式為之：</p> <p>一、自動販賣、郵購、電子購物或其他無法辨識消費者年齡之方式。</p> <p>二、開放式貨架或其他可由消費者直接取得之方式。</p> <p>三、每一販賣單位以少於二十支、錠、片、芯或其他計量單位及其內容物淨重低於十五公克之包裝方式。但雪茄不在此限。</p>	<p>第五條 對消費者販賣菸品不得以下列方式為之：</p> <p>一、自動販賣、郵購、電子購物或其他無法辨識消費者年齡之方式。</p> <p>二、開放式貨架等可由消費者直接取得且無法辨識年齡之方式。</p> <p>三、每一販賣單位以少於二十支及其內容物淨重低於十五公克之包裝方式。但雪茄不在此限。</p>	<p>一、現行條文第一款即係基於不得以任何無法辨識消費者年齡之方式販賣菸品為其立法目的，而第二款理應禁止任何可由消費者直接取得菸品之販賣態樣，惟現行條文第二款「可由消費者直接取得且無法辨識年齡之方式」之文字，適用上須同時該當「可由消費者直接取得」及「無法辨識年齡之方式」之要件，始於禁止之列。除與第一款之適用有重疊之外，亦與減少未成年人接觸菸品之立法目的背道而馳，爰將第二款「且無法辨識年齡」文字刪除，即禁止任何可由消費者直接取得品之販賣方式，以符立法本旨。</p> <p>二、依世界衛生組織菸草控制框架公約第十六條建議每一締約方應努力禁止分支或小包裝銷售捲菸，因這種銷售會提高未成年人對此類製品的購買能力。惟鑒於菸品類型推陳出新，非單一計量單位「支」所能涵蓋，爰於第三款增列「錠、片、芯或其他計量單位」文字，以期周延。</p>
<p>第七條 <u>菸品不得使用花香、果香、茶香、焦糖、巧克力、薄荷口味或其他經中央主管機關公告禁止使用之添加物。</u></p> <p>菸品所含之尼古丁及焦油，應以中文標示於菸品容器上。但專供外銷者不在此</p>	<p>第七條 菸品所含之尼古丁及焦油，應以中文標示於菸品容器上。但專供外銷者不在此限。</p> <p>前項尼古丁及焦油不得超過最高含量；其最高含量與其檢測方法、含量標示方式及其他應遵行事項之辦法</p>	<p>一、依世界衛生組織菸草控制框架公約第九條及第十條實施準則部分條文建議，應限制菸草製品中加入提高可口性、具有著色性能、可讓人感到有健康效益及能量或活力有關的成分。又尤其於菸品中加入花香、果香、茶香</p>

<p>限。</p> <p>前項尼古丁及焦油不得超過最高含量；其最高含量與其檢測方法、含量標示方式及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。</p> <p><u>第一項規定，自本法中華民國○年○月○日修正之條文施行後一年施行。</u></p>	<p>，由中央主管機關定之。</p>	<p>、焦糖、巧克力、薄荷等口味，會降低初試者嘗試第一口菸之菸嗆味，使兒童及少年更容易上癮，且誤以為較無危害而持續使用，嚴重影響健康，因此對加味菸品實有管制之必要。</p> <p>二、目前美國及加拿大皆已禁止薄荷菸以外之加味菸，歐盟亦於二零二零年全面禁止販賣包括薄荷菸在內的加味菸，爰增訂第一項規定，並為因應業者就添加物推陳出新，授權中央主管機關得公告禁用其他之添加物。</p> <p>三、現行第一項、第二項移列為第二項、第三項。</p> <p>四、增訂第四項，就本次修正之第一項施行日期，考量業者配合及主管機關宣導需時，爰規定自公布後一年後施行。</p>
<p>第九條 促銷菸品或為菸品廣告，不得以下列方式為之：</p> <p>一、以廣播、電視、電影片、錄影物、電子訊號、電腦網路、報紙、雜誌、看板、海報、單張、通知、通告、說明書、樣品、招貼、展示或其他文字、圖畫、物品或電磁紀錄物為宣傳。</p> <p>二、以採訪、報導介紹菸品或假借他人名義之方式為宣傳。</p> <p>三、以折扣方式銷售菸品或以其他物品作為銷售菸品之贈品或獎品。</p> <p>四、以菸品作為銷售物品、活動之贈品或獎品。</p> <p>五、以菸品與其他物品包裹一起銷售。</p>	<p>第九條 促銷菸品或為菸品廣告，不得以下列方式為之：</p> <p>一、以廣播、電視、電影片、錄影物、電子訊號、電腦網路、報紙、雜誌、看板、海報、單張、通知、通告、說明書、樣品、招貼、展示或其他文字、圖畫、物品或電磁紀錄物為宣傳。</p> <p>二、以採訪、報導介紹菸品或假借他人名義之方式為宣傳。</p> <p>三、以折扣方式銷售菸品或以其他物品作為銷售菸品之贈品或獎品。</p> <p>四、以菸品作為銷售物品、活動之贈品或獎品。</p> <p>五、以菸品與其他物品包裹一起銷售。</p>	<p>一、世界衛生組織菸草控制框架公約第一（g）條將「菸草贊助」界定為「目的、效果或可能的效果在於直接或間接地推銷菸草製品或促進菸草使用的，對任何事件、活動或個人的任何形式的捐助」，又該公約第十三條實施準則第二十六點指出，一些菸草公司直接或通過其他實體向社區、衛生、福利或環境等組織提供財政或實物捐助。此種捐助屬於公約第一（g）條中的菸草贊助定義的範疇，應當作為廣泛禁止的一部分予以禁止，因為此種捐助的目的、效果或可能的效果在於直接或間接促銷菸草製品或促進菸草使用。司法院大法官亦針對限制</p>

<p>六、以單支、散裝或包裝之方式分發或兜售。</p> <p>七、利用與菸品品牌名稱或商標相同或近似之商品為宣傳。</p> <p>八、以茶會、餐會、說明會、品嚐會、演唱會、演講會、體育或公益等活動，或其他類似方式為宣傳。</p> <p>九、<u>在公共場所舉辦宣傳活動。</u></p> <p>十、<u>以推銷或促進菸品使用之目的，對任何事件、活動，或自然人、法人、團體、機構或學校，為直接或間接捐助。</u></p> <p>十一、<u>以多層次傳銷方式促銷菸品。</u></p> <p>十二、<u>其他經中央主管機關公告禁止之方式。</u></p>	<p>六、以單支、散裝或包裝之方式分發或兜售。</p> <p>七、利用與菸品品牌名稱或商標相同或近似之商品為宣傳。</p> <p>八、以茶會、餐會、說明會、品嚐會、演唱會、演講會、體育或公益等活動，或其他類似方式為宣傳。</p> <p>九、<u>其他經中央主管機關公告禁止之方式。</u></p>	<p>菸品業者顯名贊助活動案，作出釋字第七九四號解釋，認為菸害防制法限制菸品廣告或避免菸品業者假贊助之名行促銷之實的相關規定並未違背法律明確性原則、憲法保障言論自由與平等權之意旨，宣告合憲，爰增列第九款，禁止菸草公司利用以推銷或促進菸品使用之目的，對任何事件、活動，或自然人、法人、團體、機構或學校，為直接或間接捐助；或在非特定多數人共同使用或集合之場所之公共場所舉辦宣傳活動，如公園、道路、廣場，爰增列第十款，以期周延。</p> <p>二、衛生福利部前於九十九年十月四日以署授國字第○九九○七○○九六八號公告，禁止以多層次傳銷方式促銷菸品，考量多層次傳銷行為本質上係促銷商品或服務之行為，對不特定之消費者有推銷或促進菸品使用之目的，爰增訂第十一款，針對以多層次傳銷方式促銷菸品之行為，應在禁止範圍，以期周延。</p> <p>三、現行第九款移列為第十二款，內容未修正。</p>
<p>第二十八條 違反第十二條第一項規定者，應令其接受戒菸教育；行為人未滿十八歲且未結婚者，並應令其父母或監護人使其到場，<u>且同時施以戒菸教育。</u></p> <p>無正當理由未依通知接受戒菸教育者，處新臺幣<u>五千元以上一萬元以下</u>罰鍰，並按次連續處罰；行為人未</p>	<p>第二十八條 違反第十二條第一項規定者，應令其接受戒菸教育；行為人未滿十八歲且未結婚者，並應令其父母或監護人使其到場。</p> <p>無正當理由未依通知接受戒菸教育者，處新臺幣<u>二千元以上一萬元以下</u>罰鍰，並按次連續處罰；行為人未滿十八歲且未結婚者，處罰</p>	<p>一、家庭因素是避免青少年受於菸害的關鍵，未成年吸菸者之父母或監護人，應負起明確戒菸教育實施的責任。爰修正行為人未滿十八歲且未結婚者，應施以其父母或監護人戒菸教育，以加強家庭教育之菸害防制觀念，並保護未滿十八歲之人身心健康。</p>

立法院第 10 屆第 4 會期第 15 次會議議案關係文書

<p>滿十八歲且未結婚者，處罰其父母或監護人。 第一項戒菸教育之實施辦法，由中央主管機關定之。</p>	<p>其父母或監護人。 第一項戒菸教育之實施辦法，由中央主管機關定之。</p>	<p>二、提高無正當理由未依通知接受戒菸教育者之罰鍰，以達警惕效果，爰將罰鍰提高至五千元以上。</p>
---	---	---