

業者應負廣告真實之義務－不得有引人誤解的食品標示及廣告！

日期：102-07-10

資料來源：消費者保護處



為改善坊間食品業者對於販售之食品資訊內容名實不符之現象，行政院消費者保護處召開多次會議，並經行政院消費者保護會決議，請行政院衛生署本於主管機關立場，對於食品之標示及廣告之管理，依消費者保護法及主管機關食品衛生管理法等相關法規積極處理。

行政院消保處表示，經彙整 101 年 1 月迄今各縣市政府受理有關因廣告引人誤解而衍生之食品消費爭議案件，例如：

1. 消費者到餐廳點泡菜拉麵和味噌鮮蝦拉麵，但實際菜色和菜單圖片內容物不同；
2. 消費者在某購物網站購買櫻桃，網站明確載明櫻桃為直徑 2.8-2.9 公分大小，但實際送達的櫻桃大多是 2 公分，只有幾顆符合網站載明的大小；
3. 連鎖披薩店的烤雞餐，未在目錄及網路充分揭露餐點內容，造成消費者實際買到的和先前買的雞塊部位與數量不同；
4. ○○餐廳於電視廣告每人消費僅需 368 元，消費者到達餐廳現場才知需 4 人以上方能享有每人 368 元的優惠等；
5. 「○○拉餅」的外包裝顯示食品圖案相當厚實，但打開後卻發現是沒料的麵粉餅，且口味與廣告敘述完全不符；
6. ○○刨冰店廣告圖片的芒果綿綿冰加冰淇淋，與實際綿綿冰份量相差 1/2。

行政院消保處因類此衍生的消費爭議案件，有無法確認主管機關之疑慮，是去(101)年 7 月起召開多次會議，並經行政院消費者保護會議決議，針對食品不實標示及廣告之消費爭議案件，由衛生署主政；並請衛生署應督促食品業者依消保法第 5 條及第 22 條規定確保廣告內容之真實性。

行政院消保處呼籲相關業者：誠實提供消費資訊才是永續經營的不二法門，以誤導或誘導方式吸引消費者上門消費，不僅容易引發消費爭議，也將對業者的形象造成負面影響，業者應慎思！