

件及待遇遠不如其他科別或在醫院任職的醫師。因此，基礎醫療面臨極大挑戰。爰提案要求衛生福利部推動家庭醫學之發展、提供家庭醫師執業享有優惠待遇，以改善家庭醫師不足之問題。是否有當，敬請公決。

第二十八案：

本院委員葉津鈴、周倪安、賴振昌等 13 人，鑒於台灣人口老化快速、慢性疾病不斷增加，對於家庭醫師之需求激增。但是，家庭醫師之工作條件及待遇遠不如其他科別或在醫院任職的醫師。因此，基礎醫療面臨極大挑戰。爰提案要求衛生福利部推動家庭醫學之發展、提供家庭醫師執業享有優惠待遇，以改善家庭醫師不足之問題。是否有當，請公決案。

說明：

一、台灣人口老化快速、家庭人口數下降、慢性疾病不斷增加，對於家庭醫師之需求日切。然而，家庭醫師之工作條件及待遇遠不如其他科別，也普遍低於在醫院任職的醫師。因此，基礎醫療面臨極大挑戰。

二、衛生福利部有責任推動家庭醫學之發展，包括提供家庭醫師執業享有優惠待遇等，以改善家庭醫師不足之問題。

三、家庭醫學之推動端賴家庭醫師不足以完備。何況，整個基礎醫療體系，除家庭醫師外，尚有賴護士、職能治療師等醫療從業人員的協力。因此，衛生福利部除了應推動家庭醫學之發展，更應納入相關醫療人員。同時，給予所有相關人員在職進修並給予適當津貼。

提案人：葉津鈴 周倪安 賴振昌

連署人：吳宜臻 潘孟安 陳唐山 林岱樺 陳怡潔

蘇震清 陳其邁 鄭麗君 何欣純 林淑芬

主席：本案作如下決定：「函請行政院研處。」請問院會，有無異議？（無）無異議，通過。

進行第二十九案，請提案人陳委員怡潔說明提案旨趣。

陳委員怡潔：（17 時 33 分）主席、各位同仁。本院委員陳怡潔等 13 人，有鑑於酒類製造業者或銷售業者為了增加酒品銷售量，常花費鉅資進行廣告及促銷，近年來更將青少年、女性作為推廣對象，不但聘請年輕偶像代言，廣告及包裝也趨向活潑化、個性化，甚至以可愛動物或卡通人物為主題，刻意淡化、混淆酒類名稱、酒精含量等應該標示事項，由於訴求對象年齡層與未成年人相當接近，極可能對未成年人造成引誘或誤導，而目前主管單位對於酒類包裝、廣告、促銷並無明確規範。為保護未成年人身心發展，避免誤飲酒類，爰提案建請財政部應訂定相關管理辦法，讓業者得以遵循，且在完成法制作業前，對於不當之包裝、廣告或促銷應該予以行政指導，促其改善。是否有當，敬請公決。

第二十九案：

本院委員陳怡潔等 13 人，有鑑於酒類製造業者或銷售業者為了增加酒品銷售量，常花費鉅資進行廣告及促銷，近年來更將青少年、女性作為推廣對象，不但聘請年輕偶像代言，廣告及包裝也趨向活潑化、個性化，甚至以可愛動物或卡通人物為主題，刻意淡化、混淆酒類名稱、酒精含量等應該標示事項，由於訴求對象年齡層與未成年人相當接近，極可能對未成年人造成引誘或

誤導，而目前主管單位對於酒類包裝、廣告、促銷並無明確規範。為保護未成年人身心發展，避免誤飲酒類，爰提案建請財政部應訂定相關管理辦法，讓業者得以遵循，且在完成法制作業前，對於不當之包裝、廣告或促銷應該予以行政指導，促其改善。是否有當，請公決案。

說明：

一、近年來，許多國家針對未成年人飲酒行為調查結果顯示，未成年人飲酒的比例越來越高且有低齡化的趨勢，究其主要原因，應與酒類飲品之取得容易、同儕壓力、長輩不良示範及各種酒類商品廣告與促銷活動之推波助瀾有關，致使青少年往往在對酒精危害程度認識不清的情況下，染上貪杯與酗酒的惡習，影響個人學習及有害身心健康，成為嚴重的公共衛生及社會安全問題，引起世界衛生組織及各國政府高度關切，紛紛研擬並採取相應的防治措施。

二、我國對於防止未成年人飲酒僅規定於兒童及少年福利與權益保障法第四十三條規定任何人均不得供應酒類給兒童及少年。以及菸酒管理法第三十七條規定酒類之廣告與促銷不得妨害青少年身心健康。而酒商為了增加銷售，往往投入大量資金廣告、促銷，近來更以飲酒人口比例較少的女性及年輕人為主要訴求對象，推出各種特殊口味酒類，包裝也刻意淡化酒類性質，例如常見的水果啤酒，往往誤導未成年人，誤將酒類當作果汁飲品。

三、目前主管機關對於酒品包裝、廣告及促銷並無明確規範，僅相關單位個別訂定各種廣告製播原則。為保護未成年人身心發展，避免誤飲酒類，主管機關財政部應訂定相關管理辦法，讓業者得以遵循，且在完成法制作業前，對於不當之包裝、廣告或促銷應該予以行政指導，促其改善。

提案人：陳怡潔

連署人：陳碧涵 尤美女 鄭天財 羅淑蕾 蔣乃辛

孔文吉 李俊俤 丁守中 江啟臣 張嘉郡

謝國樑 邱文彥

主席：本案作如下決定：「函請行政院研處。」請問院會，有無異議？（無）無異議，通過。

報告院會，臨時提案已全部處理完畢，現在散會。

散會（17 時 35 分）