2020.7.27版

**呈 國民健康署-**

**台灣拒菸聯盟「菸害防制法修正草案」修法七大訴求及說明**

**\*政府預告版與台灣拒菸聯盟版訴求對照表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **符合FCTC的修法訴求** | **政府預告版** | **台灣拒菸聯盟版** |
| **1.全面禁止電子煙、加熱菸等新型菸品** | 定義不清且法律不明確性，恐禁止不了。 | 全面禁止電子煙及加熱菸等新型菸品。 |
| **2.菸品容器正反面印製85%警示圖文，並採用素面包裝** | 面積擴大到85%。 | 面積擴大到85%，並採素面包裝。 |
| **3.全面禁止危害年輕人的加味菸** | 有禁止 | 有禁止 |
| **4.禁菸年齡提高至20歲** | 有禁止 | 有禁止 |
| **5.室內公共及工作場所確實全面禁菸** | 1.老人福利機構室內得設吸菸室，戶外得設吸菸區。2.酒吧、夜店等得設室內吸菸室。3.三人以上共用之室內工作場所全面禁菸。 | 1.老人福利機構室內全面禁菸，戶外得設吸菸區。2.酒吧、夜店、雪茄館等全面禁菸。3.刪除「三人以上共用」之規定，只要是室內工作場所就全面禁菸。 |
| **6.禁止菸商具名贊助並加重違法罰鍰** | 禁止菸商具名贊助、沒有加重罰則 | 禁止菸商具名贊助、加重罰則 |
| **7.依國際公約，明文禁止菸商干擾菸害防制政策** | 沒有禁止 | 有禁止 |

**「台灣拒菸聯盟」的修法七大訴求：**

**一、全面禁止電子煙、加熱菸等新型菸品**

 跨國菸草公司為了積極開拓新菸品成癮市場，早在2011年即已投入生產「電子煙」，2015年起推出「加熱式菸品」，又砸下10.28億美金(約308.4億新台幣)成立「無菸世界基金會(Foundation for a Smoke-free World)」，推廣「如果你不吸菸那就不要開始吸菸；如果你吸菸那就趕快戒菸；如果你戒不掉菸那就改吸新型菸品」，亦在全球各地開啟成立「無菸○○基金會」的歪風，讓支持菸商的有心人士進行在地運作，干擾菸害防制推動。

 跨國菸草公司積極研發推出加入各種調味香料的電子煙吸引青少年使用，並鼓吹對電子煙、加熱菸等新型菸品要採取「課稅、嚴管、禁止青少年使用」，促請各國政府讓步開放新興菸品，以倍數擴充其成癮市場。

 研究指出，吸菸和使用電子煙都會增加新冠肺炎感染、重症、惡化與死亡的風險，吸菸者改用電子煙不僅無法戒除菸癮，更無法免於新冠肺炎威脅。去年媒體報導「新英格蘭醫學雜誌」發表的研究聲稱：「使用電子煙戒除紙菸的成功率達18%」，但其原始資料即說明使用電子煙的戒菸者超過八成並未停用電子煙，嘗試戒菸者使用電子煙能完全戒除菸癮(戒除尼古丁)者只有3.6%，比單憑意志堅定嘗試戒菸者的成功率5%還低！

 近期發生有心人士轉發美國FDA新聞稿，誤導聲稱「美國FDA認可加熱菸-iQOS為減害產品」?事實上，美國FDA規定的風險改良菸品(MRTP)有兩種許可，一是風險改良，一是暴露改良。FDA認為iQOS沒有支持「風險改良許可」的證據，只有「暴露改良許可」的證據；因此FDA重申，即使同意iQOS經過「事前申請」許可以上市，但加熱菸-iQOS是不安全的!

 各國研究證實，開放加熱菸的國家才短短幾年就已經讓青少年陷入多重尼古丁成癮危機：(1)韓國開放成人使用加熱菸，一年後就有約3%青少年曾經使用，更驚人的是，使用加熱菸的青少年，高達7成5為紙菸使用者、4成5為電子煙使用者，4成為紙菸及電子煙的雙重使用者，也就是可能同時使用三種菸品。(2)第一個開放加熱菸的國家日本，追蹤調查發現15-19歲青少年使用加熱菸iQOS的比例從2015到2017年增加了3.3倍，非吸菸者使用加熱菸的比例在兩年內更是遽增13倍。

 唯有「全面禁止新型菸品」，才能確實防制菸害、維護國人健康且讓下一代免於淪為新癮害世代。

**二、菸品容器正反面印製85%警示圖文，並採用素面包裝**

 印製85%警示圖文及素面包裝已是國際趨勢。

 世界衛生組織指出，印製大幅的菸品容器健康警示圖文是一種具經濟性、高曝光率，又能直接觸吸菸者的宣導方式。且研究顯示，大型顯著的警圖會讓吸菸者更有拒絕吸菸的動機。此外素面包裝可以杜絕菸商經由在菸品容器上使用鮮艷色彩、圖案等，作為變相塑造品牌形象及品牌印象連結的效果。

 泰國、香港、印度、澳洲等國家或地區，菸品容器警示圖文面積早已超過85%，東帝汶甚至高達92.5%，且以寫實震撼的菸害圖片呈現。不僅如此，澳洲、加拿大、英國、愛爾蘭、法國、挪威、紐西蘭、烏拉圭、泰國及新加坡等15個國家都已實施「菸品容器素面包裝」 (即菸品外包裝底色皆為「土綠色」，且所有菸品品牌名稱呈現~只能統一的字體、字級與顏色)。

**三、全面禁止危害年輕人的加味菸--與政府提案一致。**

為吸引青少年，菸商不斷推出及行銷按壓濾嘴中的晶球可以變換果香、薄荷等多種口味的菸品，激發青少年的好奇心，塑造吸菸如玩樂的幻象。

 WHO強調，加味菸是兒童、青少年與女性的入門菸！根據美國無菸青少年組織（Campaign for Tobacco Free Kids）新研究指出，目前市面上的菸品與1964年販賣的菸品相比，添加更多的化學物質，不但更毒且更易上癮。

 目前立法「禁止所有加味菸品」的國家有：巴西（2012年全球首推）、澳洲（2/3行政區）、衣索匹亞、土耳其（2019年起實施）、摩爾多瓦（2020年後實施）、歐盟所有國家（2020年起實施）；全世界最大薄荷菸製造商在美國，美國及加拿大目前是：除薄荷菸以外的加味菸全禁止。

**四、禁菸年齡提高至20歲--與政府提案一致。**

 美國國家醫學研究所(Institute of Medicine)報告指出，若法令規範年齡限制提高至19歲，吸菸率下降3%；若提高至21歲，吸菸率下降12%；若提高至25歲，吸菸率下降16%。且美國心臟協會報告顯示，95%的吸菸者在21歲前開始吸菸。且於21歲後開始吸菸者日後也較易戒菸。

 另根據國民健康署「106年國人吸菸行為調查」結果指出，超過82%的吸菸者在二十歲前就開始吸菸。為使未成年人能在無菸的環境中成長，使我國未成年人延遲接觸菸品，免於菸品危害，期藉由提高禁菸年齡至20歲，以降低國人吸菸率。

 目前全球已執行或通過立法準備實施「禁菸年齡為21歲」的國家有科威特、斯里蘭卡、薩摩亞、宏都拉斯、烏干達等；此外美國在2019年底已執行提高禁菸年齡為21歲，但在此之前全美已有半數州政府率先提高禁菸年齡；新加坡亦已逐年提高，到2021年將提高至21歲；泰國則是將禁菸年齡提高至20歲，臺灣如配合民法上成人年齡的規定，將禁止吸菸年齡提高到20歲，將有助於青少年的吸菸率下降。

**五、室內公共及工作場所確實全面禁菸**

 世界銀行指出，完整且落實的無菸政策將有助於降低菸草總消費量4％~10％。在國際的菸害防制評比中，台灣無菸環境一直是最弱的，因為我們的餐廳、飯店、商場還允許設置吸菸室；而下午9點以後開始營業且18歲以上始能進入之酒吧、視聽歌唱場所未禁菸，且因這項規定，導致KTV無法禁菸、很多場所9點後自動成為可吸菸的場所；半戶外開放的空間規定更是寬鬆。

 愛爾蘭、挪威、瑞典、英國、紐西蘭、義大利、西班牙、香港及澳門等，全球已有53個國家或地區執行酒吧在內的室內公共場所全面禁菸，以保障人民免於二手菸、三手菸危害的健康人權。

 室內吸菸室之設置，縱符合現行「室內吸菸室設置辦法」，亦無法有效杜絕二手菸煙霧飄散。「美國冷暖氣暨空調工程師學會」報告指出：**「沒有任何空調與空氣清淨裝置可以**百分百過濾二手菸及三手菸的危害**」！**國內本土實測資料顯示，約10人正在使用的購物中心吸菸室，其PM2.5是空污紫爆的12.5倍；約3人使用的5星級飯店吸菸室，其PM2.5約是空污紫爆的4倍；縱使是無人使用的5星級飯店吸菸室，其PM2.5約是空污紫爆的3倍。二手菸及三手菸霧有害物質長期累積，損害消費者及工作人員健康甚鉅。而旅館、商場、餐飲店及其他供公眾消費之室內場所皆為多數民眾進出最為頻繁之場合，為促進無菸環境之實現，確保任何室內公共場所、室內工作場所免除二手菸煙霧之危害，針對此類場所理應全面禁止吸菸，不容例外。

 據國內本土實測未禁菸夜店，其室內PM2.5濃度近800微克，是環保署公布空污紫爆的12倍，等於是含著機車排氣管吸氣，對8成以上不吸菸的消費者與工作人員造成極大危害。

 雪茄是「菸品」，吸一根雪茄等於一包紙菸的尼古丁含量，另產生7000種化學物，有93種致癌物，目前雪茄館絕大多數採販賣雪茄、調酒、餐飲等複合式經營，屬其他供公眾消費之室內場所，若未禁菸，將危害消費民眾及工作者的健康。

 故請刪除原第十一款但書下午九時以後開始營業且十八歲以上始能進入之酒吧、視聽歌唱場所文字，並將其歸類於第十款其他供公眾休閒娛樂之室內場所。達到包含酒吧、夜店、雪茄館等在內的室內公共場所及工作場所全面禁菸。

 **六、禁止菸商具名贊助並加重違法罰鍰**

 臺灣只有禁止「菸品廣告促銷及贊助」，對於菸商假借社會責任為由的宣傳並未禁止，所以各大菸商皆假借贊助的名義，強調彰顯其公司形象，順利進入校園、社區做宣傳，藉以「爭取」更多的吸菸人口。

 在台灣菸草業營收總金額每一年仍有約新臺幣1,600億元。所以菸商之任何違法行為，都會因菸品大量銷售而嚴重危害，相對於此，現行菸害防制法僅規定罰鍰500萬元~2,500萬元。而要能成功裁罰一件菸商的違規案件都是相當的不容易，2009年至2016年，因熱心民眾的參與及舉證，菸商違反菸害防制法才能成功裁罰26件，總金額約1.3億元，這對菸商毫無遏阻之效。為積極遏止菸商的違規廣告促銷，應將現行罰款至少加倍為1,000萬元~5,000萬元。

 **七、依照「菸草控制框架公約」第5.3條的規範，明文禁止菸商干擾菸害防制政策**

 根據國際的經驗，各跨國菸草公司都會藉由各商會的名義干擾政府的菸害防制政策。而「菸草控制框架公約」第5.3條明文規定，「政府在制定和實施菸草控制方面的公共衛生政策時，應防止該等政策受菸草業的商業和其他既得利益的影響」。我們也應將這樣的文字明文修訂在菸害防制法中，明確制止菸商干擾菸害防制政策。

|  |
| --- |
| **菸害防制法修正草案意見表** |
| 機 關(構) 名 稱 | 台灣拒菸聯盟(聯名團體名單如附件) | 電話 | 02-27766133\*112 |
| 單 位 名 稱 | 董氏基金會 | 傳真 | 02-27527247 |
| 聯絡人 | 董氏基金會 菸害防制中心呂姿毅 | email | service108@jtf.org.tw |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **政府預告修正條文** | **台灣拒菸聯盟修訂建議** | **理由及說明** |
| 第一章 總則 | 第一章 總則 |  |
| 第一條 為防制菸害，維護國民健康，特制定本法。 | **支持政府提案。** |  |
| 第二條　本法用詞，定義如下：一、菸品：指全部或部分以菸草或其他含有尼古丁以取代菸草之天然植物為原料，製成可供吸用、嚼用、含用、聞用或以其他方式使用之紙菸、菸絲、雪茄及其他相類產品。二、類菸品：指以改變前款所定原料物理性態之方式，或非以前款所定原料製成，得使人模仿菸品使用之相關產品。三、吸菸：指吸用、嚼用、含用或以其他方式使用菸品之行為。四、菸品容器：指向消費者販賣菸品所使用之所有包裝盒罐或其他容器。五、菸品廣告：指以宣傳、促銷或其他動作，直接或間接向不特定之人推銷或促進菸品使用之行為。六、菸品贊助：指對任何事件、活動或個人採取直接或間接形式之捐助，向不特定之人推銷或促進菸品使用之行為。攜帶已點燃或已啟動使用功能之菸品，視為前項第三款之吸菸。 | **建議修訂。**第二條 本法用詞，定義如下：一、菸品：指全部或部分以菸草或其代用品作為原料，製成可供燃燒過程吸用或直接吸用、嚼用、含用、聞用或以其他方式使用之紙菸、菸絲、雪茄、嚼菸、鼻菸及水煙。二、新型菸品： 指電子煙、加熱菸、或其他設計、型態、原料、添加物或使用方式等與民國一〇九年一月一日前於國內合法販賣菸品相異，供人以物理或化學機制使用尼古丁或其代用品之製品及零配件。三、電子煙：以非燃燒方式加熱液體，產生煙霧、氣化物、氣膠或其他相類物，供人以吸入方式使用，創造類似紙菸燃燒使用體驗之電子裝置，包括煙液、煙匣、霧化器、充電器等零配件。四、加熱菸：以非燃燒方式加熱菸草，供人以吸入方式使用，創造類似紙菸燃燒使用體驗之電子裝置，包括菸草柱、加熱器、充電器等零配件。五、吸菸：指吸食、咀嚼、含用、聞用或以其他方式使用菸品或新型菸品，或攜帶點燃菸品或運作中新型菸品之行為。六、菸品容器：指向消費者販賣菸品、新型菸品、或新型菸品零配件所使用之包裝盒、瓶罐或其他容器。七、菸品廣告：指以任何形式之商業宣傳、促銷、建議或行動，其直接或間接之目的或效果在於對不特定之消費者推銷菸品或新型菸品、促進菸品或新型菸品使用、或為菸商宣傳。八、菸品贊助：指對任何事件、活動或個人採取任何形式之捐助，其直接或間接之目的或效果在於對不特定之消費者推銷菸品或新型菸品、促進菸品或新型菸品使用、或為菸商宣傳。 | 1.政府欲將加熱菸視為「菸品」-有條件開放之；電子煙視為「類菸品」-將禁止之。但對「菸品」定義不明確，還創造了「類菸品」新名詞，語意不清且與國際上通用的名詞不同。2.從第2條、第6條、第7條、第10條來看：依「菸品」的定義，只規範了加熱菸的菸草柱部分，但其支撐柱、充電器等其他組成部分或配件等都未屬「菸品」的範疇。所以菸品容器印製警示圖文、禁止菸品於網路廣告、禁止菸品於網路販售、菸品陳列展示等規定，通通規範不到加熱菸的配件或組成部分。加上第10條規定：菸品不得與其他物品包裹併同銷售。可預測的未來，台北信義區將出現「時尚的加熱菸體驗旗艦店」，向來往的年輕人廣告宣傳加熱菸；菸商更可能送加熱菸的機器以吸引青少年使用與成癮。 所以建議此條文修訂如左，修訂說明如下：一、新型菸品於全球市場之流通已日趨廣泛，各國均為此制定管制規範，為免形成管制空窗，爰針對我國管理現況，增訂第二款有關新型菸品定義。參考歐盟、美國立法例，新型菸品區分為全新型態菸品與業經調整之菸品，並以時間區分之。二、電子煙、加熱菸是全球新興健康危害議題，世界衛生組織建議對此全球新興健康危害議題應予以正視並從嚴管制，各國管制發展符合這樣的趨勢，尤以保護兒少健康權之立場，加強管制電子煙、加熱菸具有必要性及正當性，爰針對我國管理現況，增訂第三款、第四款有關電子煙、加熱菸定義。參考歐盟、美國與澳洲立法例，電子煙、加熱菸與菸品有別，而定義以煙液、菸草柱、組成部分、使用方式為重。三、原第一項第一款之菸品定義中，以「其他相類產品」作為概括規定納入與紙菸、煙絲、雪茄以外之菸草產品。但此次修法新增電子煙與新型菸品之定義後，若維持「其他相類產品」之規定，將造成如加熱式菸品就係屬「其他相類產品」或「新型菸品」之爭議。故刪除第一項第一款之菸品定義中之「其他相類產品」，並增加嚼煙、鼻煙及水菸等傳統菸草產品；至若傳統菸品（紙菸、菸絲、雪茄、嚼菸、鼻菸及水菸）以外之產品，則屬新型菸品，以使分類體系明確。四、電子煙、加熱菸及其他新型菸品對第三人所產生之健康風險尚未明朗前，避免民眾暴露於電子煙與其他新型菸品所產生之未知風險當中，爰參考美國與澳洲立法例修正第五款，將使用或攜帶使用中之電子煙或新型菸品列為吸菸行為。五、因電子煙、加熱菸與新型菸品之健康危害與傳統菸品並不相同，在政策上亦有採取與傳統菸品不同管制方法之必要性；為避免不同管制模式引起國際貿易法上就同類產品不得歧視之爭議，同時明確化傳統菸品、電子煙、加熱菸、新型菸品之不同產品特質與使用特性，故將電子煙、加熱菸與新型菸品之定義另列於第二款、第三款、第四款，以與傳統菸品區隔。六、原草案條文中，「使人模仿菸品使用」之概念並不明確，並可能使其他產品落入「類菸品」之類型。舉例而言，涼菸糖便可能落入「或非以前款所定原料製成，得使人模仿菸品使用之相關產品」；故修正文字，仿歐盟及澳洲各省立法例（如澳洲新南威爾斯省《2015 公共衛生(菸草)電子煙法》 之文字為「designed to be used by its user in a way that replicates, or produces an experience similar to, the use of a tobacco product or non-tobacco smoking product」），建議條文除行為外觀之模仿外，亦須屬能創造為「創造類似紙菸燃燒使用體驗」之產品，以資明確。七、原第四款、第五款、第六款遞移為第一項第六款、第七款、第八款。八、第十條條文提及「菸品之促銷或廣告，不得以下列方式為之…」，現行第二條已有「菸品廣告」、「菸品贊助」之定義，獨缺「菸品促銷」定義，請依FCTC規範將「菸品促銷」明確定義。 |
| 第三條　本法所稱主管機關：在中央為衛生福利部；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。 | **支持政府提案。** |  |
|  | **建議修訂。**第三條之一 菸害防制相關公共衛生政策之制訂以及本法之執行，應防止受到菸草產業之商業或其他既得利益之影響。 | 一、本條新增。二、依世界衛生組織菸草控制框架公約第5.3條之規定，明訂政府在制定和實施菸草控制方面的公共衛生政策時，應防止該等政策受菸草業的商業和其他既得利益的影響。 |
| 第二章　菸品健康福利捐及菸品之管理 | **支持政府提案。** |  |
| 第四條 菸品應徵健康福利捐，其金額如下：一、紙菸：每千支新臺幣一千元。二、菸絲：每公斤新臺幣一千元。三、雪茄：每公斤新臺幣一千元。四、其他菸品：每公斤新臺幣一千元或每千支新臺幣一千元，取其高者。前項健康福利捐金額，中央主管機關及中央財政主管機關應每二年邀集財政、經濟、公共衛生及相關領域學者專家，依下列因素評估一次：一、可歸因於吸菸之疾病，其罹病率、死亡率及全民健康保險醫療費用。二、菸品消費量及吸菸率。三、菸品稅捐占平均菸品零售價之比率。四、國民所得及物價指數。五、其他影響菸品價格及菸害防制之相關因素。第一項金額，經中央主管機關及中央財政主管機關依前項規定評估結果，認有調高必要時，應報請行政院核定，並送立法院審查通過。菸品健康福利捐應用於全民健康保險之安全準備、癌症防治、提升醫療品質、補助醫療資源缺乏地區、罕見疾病等之醫療費用、經濟困難者之保險費、中央與地方之菸害防制、衛生保健、社會福利、私劣菸品查緝、防制菸品稅捐逃漏、菸農及相關產業勞工之輔導與照顧；其分配及運作辦法，由中央主管機關及中央財政主管機關訂定，並送立法院審查。前項所稱醫療資源缺乏地區及經濟困難者，由中央主管機關定之。菸品健康福利捐由菸酒稅稽徵機關於徵收菸酒稅時代徵之；其繳納義務人、免徵、退還、稽徵及罰則，依菸酒稅法之規定辦理。 | **建議修訂。**第四條 菸品應徵健康福利捐，其金額如下：一、紙菸：每千支新臺幣一千元。二、菸絲：每公斤新臺幣一千元。三、雪茄、嚼菸、鼻菸及水菸：每公斤新臺幣一千元。前項健康福利捐金額，中央主管機關及中央財政主關機關應每二年邀集財政、經濟、公共衛生及相關領域學者專家，依下列因素評估一次：一、可歸因於吸菸之疾病，其罹病率、死亡率及全民健康保險醫療費用。二、菸品消費量及吸菸率。三、菸品稅捐占平均菸品零售價之比率。四、國民所得及物價指數。五、其他影響菸品價格及菸害防制之相關因素。第一項金額，經中央主管機關及中央財政主關機關依前項規定評估結果，認有調高必要時，應報請行政院核定，並送立法院審查通過。菸品健康福利捐應用於全民健康保險之安全準備、癌症防治、提升醫療品質、補助醫療資源缺乏地區、罕見疾病等之醫療費用、經濟困難者之保險費、中央與地方之菸害防制、衛生保健、社會福利、私劣菸品查緝、防制菸品稅捐逃漏、菸農及相關產業勞工之輔導與照顧；其分配及運作辦法，由中央主管機關及中央財政主關機關訂定，並送立法院審查。前項所稱醫療資源缺乏地區及經濟困難者，由中央主管機關定之。菸品健康福利捐由菸酒稅稽徵機關於徵收菸酒稅時代徵之；其繳納義務人、免徵、退還、稽徵及罰則，依菸酒稅法之規定辦理。 | 加熱菸如屬「菸品」，菸捐之課徵將比照紙菸方式，則加熱菸所課到的菸捐稅將比一般紙菸更少。加熱菸是由菸草柱、支撐柱、充電器等組成，但政府只對「菸草柱」課捐。歐美國家都是另外規定加熱菸的課徵方式；此外日本的加熱菸就不是以一支一支的菸草柱，而是以「彈夾」的形式呈現，該如何課菸捐稅?所以建議修訂如左，修訂說明如下：嚼菸、鼻菸、水菸，與雪茄菸為同類的產品，所以菸捐計價方式相同，且為避免電子煙與新型菸品是否屬其他菸品之爭議，故明確於第一項第三款明確列出雪茄、嚼菸、鼻菸及水菸應徵健康福利捐，並刪除其他菸品。 |
| 第五條 中央主管機關得公告指定菸品，於製造或輸入前，應由業者向中央主管機關申請健康風險評估通過後，始得為之。前項健康風險評估之申請方式、所需文件資料、風險評估之範圍、程序及其他有關事項，由中央主管機關定之。 | **建議修訂。**第五條 任何人不得製造、輸入、販賣、展示或供應新型菸品，亦不得為推銷新型菸品、促進新型菸品使用、或為新型菸品製造或販賣業者宣傳之目的，提供菸品贊助或為菸品廣告。 | 「中央主管機關得公告指定菸品…」，因為未說明可能被公告成為指定菸品之標準與原則，這會造成法律的不明確性，一定會引起菸商無窮盡的訴願及訴訟，菸商只要主張：「我的產品跟某產品類似，政府核准的標準是什麼」?政府恐疲於奔命解釋。建議全面禁止電子煙、加熱菸等新型菸品，修訂條文如左，說明如下：一、電子煙亦含尼古丁、致癌物質（如甲醛、乙醛）及其他有害物質，且具爆炸危險性，對使用者健康與公共衛生均形成風險危害，歐盟檢測發現電子煙含有超過41種的有害物質，世界衛生組織（World Health Organization，WHO）菸草控制框架公約（Framework Convention on Tobacco Control，FCTC）均建議對此全球新興健康危害議題應予以正視並從嚴管制，各國亦嘗試建構較傳統菸品管制規範。根據2016年小兒科雜誌（Pediatrics）之世代追蹤調查發現，青少年若曾在2年內吸過電子煙，其嘗試一般菸品機會為未吸過電子煙青少年之6倍。電子煙是吸菸之入門磚之一，依兒童權利公約所揭示保護兒少健康權之立場，加強管制電子煙具有必要性及正當性。二、除前述所提到之電子煙外，民眾使用加熱式菸草產品（heat-not-burn tobacco products，以電子設備加熱經特殊處理的菸草，產生煙霧供使用者吸食的產品），或其他種類之新形態菸品，在目前菸害防制法下亦缺乏適當之管制措施，因此類產品不論是在成份、構造，抑或是其產生煙霧之方式上均與傳統菸品不盡相同。全球最大菸商—菲利普莫里斯菸草公司公布自家「iQOS」加熱菸至少含有58種有害化學物質！三、「菸草控制期刊」發表的新加坡大學最新研究指出，引用美國、英國、日本三國的數據分別做50年後預測模式，研究結果都是「開放電子煙是殘害下一代，導致總人口吸菸率上升的政策」。加拿大、英國、日本、韓國等的研究更發現，新型菸品已經造成青少年尼古丁濫用及多重使用的危機。不僅如此，最新研究結果亦顯示電子煙、加熱菸仍有二手菸及三手菸危害問題。四、2019年WHO最新報告明確表示：「沒有科學證據證明電子煙可幫助戒菸。」並強調「菸草公司一直在「系統、積極、持續並不惜血本地對抗各種菸害防制措施」而新英格蘭雜誌發表的研究：使用電子煙戒紙菸成功率18%，但超過80%的人繼續使用電子煙，真正「紙菸及電子煙雙戒除」(完全無尼古丁)只有3.6%。五、電子煙、加熱菸或新型菸品在市場流通之情形卻已日趨廣泛，影響國人健康，務必盡快納入規範。 |
| 第六條 販賣菸品，不得以下列方式為之：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。二、開放式貨架或其他可由消費者直接取得之方式。 三、每一販賣單位以少於二十支或其內容物淨重低於十五公克之包裝方式。但雪茄不在此限。 | **支持政府提案。** |  |
| 第七條　菸品、品牌名稱及其容器，不得使用或加註淡菸、低焦油或其他有誤導吸菸無害健康或危害輕微之虞之文字及標示。但中華民國九十八年一月十一日前已使用之菸品名稱，不適用之。菸品容器最大正面及反面明顯位置處，應以中文標示吸菸有害健康之警示圖文與戒菸相關資訊；其標示不得低於該面積百分之八十五。 前項標示之內容、位置及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。 | **建議修訂。**第七條　菸品、品牌名稱及菸品容器加註之文字及標示，不得使用淡菸、低焦油或其他可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微之文字及標示。但本法中華民國九十八年一月十一日修正生效前之菸品名稱，不適用之。菸品容器之標示方式，應依下列規定為之： 一、於最大外表正反面積明顯位置處，以中文標示吸菸有害健康之警示圖文及戒菸相關資訊。 二、前款標示面積，不得小於最大外表面積百分之八十五。 三、以全國統一之單一底色、字型、字體大小、字體顏色印製。 前項標示之內容、位置及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。 | 一、第一項但書修正為前次修正施行日期，避免混淆。二、世界衛生組織指出，印製大幅的菸品容器健康警示圖文是一種具經濟性、高曝光率，又能直接觸吸菸者的宣導方式。且研究顯示，大型顯著的警圖會讓吸菸者更有拒絕吸菸的動機。此外素面包裝可以杜絕菸商經由在菸品容器上使用鮮艷色彩、圖案等，作為變相塑造品牌形象及品牌印象連結的效果。三、印製85%警示圖文及素面包裝已是國際趨勢。全球已有119個國家或地區通過執行菸品容器印製警示圖文的政策，而台灣警示圖文面積只需印製35％，為全球排名倒數第四名。四、泰國、香港、印度、澳洲等國家或地區，菸品容器警示圖文面積早已超過85%，東帝汶甚至高達92.5%，且以寫實震撼的菸害圖片呈現。不僅如此，澳洲、英國、愛爾蘭、法國、挪威、紐西蘭、匈牙利、烏拉圭、泰國及新加坡等至少15個國家都已實施菸品容器素面包裝（即所有菸品外包裝底色皆為土綠色，且所有品牌名稱只能呈現統一字體與字級）。五、第二項、第三項文字配合修正相關內容。 |
| 第八條 菸品不得使用花香、果香、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。中央主管機關得規定菸品所含尼古丁、焦油，不得逾最高含量，並應以中文標示於菸品容器上。但專供外銷者，不在此限。 前項尼古丁、焦油之最高含量、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。 | **建議修訂。**第八條 菸品不得使用花香、果香、巧克力、薄荷口味或其他經中央主管機關公告禁用之添加物。 菸品所含尼古丁、焦油，不得超過最高含量，並應以中文標示於菸品容器上。但專供外銷者，不在此限。 前二項禁用添加物之內容與尼古丁、焦油最高含量、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。 | 一、條次變更。二、為了減低菸品煙霧的刺激性，菸商刻意加入薄荷、糖(sugar)及乙醯丙酸(levulinic acid)來改變菸品的口味，甚至為了誘使青少年及女性開始吸菸，在菸品內添加花香、果香、巧克力、香草、薄荷等各類香料。三、美國無菸青少年組織（Tobacco-Free Kids）最新研究報告指出，目前市面上的菸品與1964年販賣的菸品相比，添加更多的化學物質，不但更毒且更易上癮。美國食品藥物管理局也證實：「薄荷菸會使未成年人的消費者增長」、「薄荷菸比一般菸品更容易成癮，且更難戒除」。四、目前立法「禁止所有加味菸品」的國家有巴西(2012年全球首推)、澳洲(半數行政區)、衣索匹亞、土耳其(2019年後實施)、摩爾多瓦(2020年後實施)、歐盟(2020年後實施)、加拿大；另外「禁止加味菸品但薄荷菸除外」的國家有美國；而「只禁止薄荷菸品」的國家有德國及智利。五、對於危害青少年的加味菸一定要全面禁止，爰新增第一項。六、現行第一項及第二項前段文字酌作修正，移列為第二項。七、現行第二項後段關於授權訂定辦法，酌修文字後移列為第三項。 |
| 第九條　菸品之製造及輸入業者，應向中央主管機關申報菸品之下列資料：一、成分、添加物及其相關毒性資料。二、排放物及其相關毒性資料。前項申報資料，中央主管機關應定期主動公開，並得派員取樣檢查（驗）或要求提供原始檢驗紀錄或其他相關資料；製造及輸入業者不得規避、妨礙或拒絕。 前二項應申報資料之內容、時間、程序、檢查（驗）及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。 | **支持政府提案。** |  |
| 第十條 菸品之促銷或廣告，不得以下列方式為之：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。二、以採訪、報導為介紹菸品或假借他人名義之方式為宣傳。三、以折扣方式銷售菸品或搭配其他物品作為贈品或獎品。四、以菸品作為銷售物品、活動之贈品或獎品。五、以菸品與其他物品包裹併同銷售。六、以單支、散裝或包裝方式分發或兜售。七、利用與菸品品牌名稱或商標相同或近似之商品為宣傳。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。九、以菸品贊助或菸商名義掛名贊助任何活動。 十、其他經中央主管機關公告禁止之方式。 | **建議修訂。**第十條 菸品之促銷或廣告，不得以下列方式為之：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。二、以口語、問卷、採訪、報導或其他類似之方式介紹、推銷菸品或假借他人名義之方式為宣傳。三、以折扣方式銷售菸品或搭配其他物品作為贈品或獎品。四、以菸品作為銷售物品、活動之贈品或獎品。五、以菸品與其他物品包裹併同銷售。六、以單支、散裝或包裝方式分發或兜售。七、利用與菸品品牌名稱或商標相同或近似之商品為宣傳。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。九、菸品贊助或以菸商名義掛名贊助任何活動。 十、其他經中央主管機關公告禁止之方式。 | 一、世界衛生組織「菸草控制框架公約」第13條實施準則：禁止以「企業社會責任」為由的廣告贊助：1.各締約方應當禁止菸草公司對其他任何實體「對社會負責的事業」進行捐助，因為這種捐助就是一種贊助。2.對菸草業「對社會負責的」企業做法的宣傳應當予以禁止，因為此種宣傳構成廣告和促銷。二、目前台灣只有禁止「菸品廣告促銷及贊助」，對於菸商假借社會責任為由的宣傳並未禁止，所以各大菸商皆假借贊助的名義，強調彰顯其公司形象，順利進入校園、社區做宣傳，藉以「爭取」更多的吸菸人口。三、為了不讓菸草商假借贊助的名義，接觸及引誘更多年輕人加入吸菸的行列，應明文禁止菸商具名贊助。爰增列第九款，以期周延。四、原第九款移列為第十款。 |
| 第十一條 販賣菸品之場所，應於明顯處標示第七條第二項、第十三條第一項及第十四條意旨之警示圖文。菸品或菸品容器之展示，應以使消費者獲知菸品品牌及價格之必要者為限。 第一項標示及第二項展示之範圍、內容、方式及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。 | **支持政府提案。** |  |
| 第十二條　營業場所不得免費供應菸品。 | **支持政府提案。** |  |
| 第三章　吸菸之禁止 | **建議修訂。**第三章　未滿二十歲者、孕婦吸菸行為之禁止 | 配合禁菸年齡提高至20歲，修正章名。 |
| 第十三條 未滿二十歲之人及孕婦，不得吸菸。 父母、監護人或其他實際為照顧之人應禁止未滿二十歲之人吸菸。 | **支持政府提案。** | 一、條次變更。**二、**據美國國家醫學研究所(Institute of Medicine)報告指出，若法令規範年齡限制提高至19歲，吸菸率下降3%；若提高至21歲，吸菸率下降12%；若提高至25歲，吸菸率下降16%。**三、**目前全球執行或已通過立法準備實施禁菸年齡為21歲的國家有科威特、斯里蘭卡、薩摩亞、宏都拉斯、烏干達等；新加坡亦已正式執行逐年提高禁菸年齡，到2021年將提高至21歲；泰國則是提高至20歲。此外，美國2019年底已執行提高禁菸年齡至21歲，但在此之前全美已有半數州政府率先提高。四、106年國人吸菸行為調查指出，超過82%的吸菸者在二十歲前就開始吸菸。為使未成年人能在無菸的環境中成長，使我國未成年人延遲接觸菸品，免於菸品危害，期藉由提高禁菸年齡至20歲，以降低國人吸菸率。爰修正第一項年齡之規定。五、爰將第一項、第二項合併並做文字修正。六、原第三項移列第二項，並做文字修正。 |
| 第十四條 任何人不得供應菸品予未滿二十歲之人，或強迫、引誘、以任何方式使孕婦或未滿二十歲之人吸菸。 | **建議修訂。**第十四條 任何人不得供應菸品或新型菸品予未滿二十歲者。 任何人不得強迫、引誘或以其他方式使孕婦吸菸。 | 一、為使青少年能在無菸的環境中成長，免於菸品、新型菸品危害，爰第一項增列新型菸品。二、配合禁菸年齡提高至20歲，同時也提高購買菸品年齡至20歲，以降低國人吸菸率，爰修正本條第一項。 |
| 第十五條 任何人不得製造、輸入、販賣、供應、使用、展示或廣告下列物品：一、近似菸品或菸品容器形狀之物品。二、類菸品。三、未依第五條第一項所定程序，通過健康風險評估之指定菸品。 | **建議修訂。**第十五條 任何人不得製造、輸入或販賣菸品或新型菸品形狀之糖果、點心、玩具或其他任何物品。 | 條次變更，並增列新型菸品 |
| 第四章　吸菸場所之限制 | 第四章　吸菸場所之限制 |  |
| 第十六條　下列場所全面禁止吸菸：一、高級中等學校以下學校及其他供兒童及少年教育或活動為主要目的之場所。二、大專校院、圖書館、博物館、美術館及其他文化或社會教育機構所在之室內場所。三、醫療機構、護理機構、其他醫事機構及社會福利機構所在場所。但老人福利機構於設有獨立空調及獨立隔間之室內吸菸室，或其室外場所，不在此限。四、政府機關及公營事業機構所在之室內場所。五、大眾運輸工具、計程車、遊覽車、捷運系統、車站及旅客等候室。六、製造、儲存或販賣易燃易爆物品之場所。七、金融機構、郵局及電信事業之營業場所。八、供室內體育、運動或健身之場所。九、教室、圖書室、實驗室、表演廳、禮堂、展覽室、會議廳（室）及電梯廂內。十、歌劇院、電影院、視聽歌唱業或資訊休閒業及其他供公眾休閒娛樂之室內場所。十一、旅館、商場、餐飲店、酒吧、夜店或其他供公眾消費之室內場所。但於該場所內設有獨立空調及獨立隔間之室內吸菸室者，不在此限。十二、三人以上共用之室內工作場所。十三、其他供公共使用之室內場所及經各級主管機關公告指定之場所及交通工具。前項所定場所，應於所有入口處設置明顯禁菸標示，並不得供應與吸菸有關之器物。 第一項第三款及第十一款但書之室內吸菸室，其面積、設施及設置辦法，由中央主管機關定之。 | **建議修訂。**第十六條　下列場所全面禁止吸菸：一、高級中等學校以下學校及其他供兒童及少年教育或活動為主要目的之場所。二、大專校院、圖書館、博物館、美術館及其他文化或社會教育機構所在之室內場所。三、醫療機構、護理機構、其他醫事機構及社會福利機構所在場所。但老人福利機構設有室外吸菸區者，不在此限。四、政府機關及公營事業機構所在之室內場所。五、大眾運輸工具、計程車、遊覽車、捷運系統、車站及旅客等候室。六、製造、儲存或販賣易燃易爆物品之場所。七、金融機構、郵局及電信事業之營業場所。八、供室內體育、運動或健身之場所。九、教室、圖書室、實驗室、表演廳、禮堂、展覽室、會議廳（室）及電梯廂內。十、歌劇院、電影院、視聽歌唱業或資訊休閒業及其他供公眾休閒娛樂之室內場所。十一、旅館、商場、餐飲店或其他供公眾消費之室內場所。十二、室內工作場所。十三、其他供公共使用之室內場所及經各級主管機關公告指定之場所及交通工具。 前項所定場所，應於所有入口處設置明顯禁菸標示，並不得供應與吸菸有關之器物。 | 一、世界衛生組織「菸草控制框架公約」第8條：每一締約方應積極促進採取和實行有效的立法、實施、行政或其他措施，以防止在室內工作場所、公共交通工具、室內公共場所，適當時，包括其他公共場所接觸菸草菸霧。世界衛生組織更進一步建議無菸環境政策應「由內而外」做起，也就是先推行「室內百分百禁菸」，再進行到戶外不妨礙他人的定點設置吸菸區的規劃。全球已有53個國家及地區實施包括酒吧、夜店在內的室內公共場所全面禁菸。二、室內吸菸室之設置，縱符合現行「室內吸菸室設置辦法」，亦無法有效杜絕二手菸煙霧飄散。「美國冷暖氣暨空調工程師學會」報告指出：「沒有任何空調與空氣清淨裝置可以百分百過濾二手菸及三手菸的危害**」！**國內本土實測資料顯示，約10人正在使用的購物中心吸菸室，其PM2.5是空污紫爆的12.5倍；約3人使用的5星級飯店吸菸室，其PM2.5約是空污紫爆的4倍；縱使是無人使用的5星級飯店吸菸室，其PM2.5約是空污紫爆的3倍。二手菸及三手菸霧有害物質長期累積，損害消費者及工作人員健康甚鉅。而旅館、商場、餐飲店及其他供公眾消費之室內場所皆為多數民眾進出最為頻繁之場合，為促進無菸環境之實現，確保任何室內公共場所、室內工作場所免除二手菸煙霧之危害，針對此類場所理應全面禁止吸菸，不容例外。爰刪除本條第一項第三款但書、第十一款但書、第十二款「三人以上共用之」及第三項關於設置室內吸菸室之規定。三、據國內本土實測未禁菸夜店，其室內PM2.5濃度近800微克，是環保署公布空污紫爆的12倍，等同是對著機車排氣管吸氣，對8成以上不吸菸的消費者與工作人員造成極大危害。且「吸菸招攬客人的時代已經過去了」，世界衛生組織資料顯示，挪威、蘇格蘭、英國、加拿大、美國於實行禁菸措施後，相關行業的生意並沒有影響。紐約市政府報告指出，夜店酒吧全面禁菸後一年，營業稅還比禁菸前一年多增收8.7%，更重要的是保護所有工作人員免於二手及三手菸危害，還能避免年輕人在夜店染上菸癮及誤觸其它毒品。爰刪除原第十一款但書下午九時以後開始營業且十八歲以上始能進入之酒吧、視聽歌唱場所文字，並將其歸類於第十款其他供公眾休閒娛樂之室內場所。四、此外，雪茄是「菸品」，吸一根雪茄等於一包紙菸的尼古丁含量，另產生7000種化學物，有93種致癌物，目前雪茄館絕大多數採販賣雪茄、調酒、餐飲等複合式經營，屬其他供公眾消費之室內場所，若未禁菸，將危害消費民眾及工作者的健康，爰無另行訂定之必要，故刪除之。 |
| 第十七條 下列場所，除吸菸區外，不得吸菸；未設吸菸區者，全面禁止吸菸：一、大專校院、圖書館、博物館、美術館及其他文化或社會教育機構所在之室外場所。二、室外體育場、游泳池或其他供公眾休閒娛樂之室外場所。三、老人福利機構所在之室外場所。四、其他經各級主管機關公告指定之場所及交通工具。前項所定場所，應於所有入口處及其他適當地點，設置明顯禁菸標示或除吸菸區外不得吸菸意旨之標示；且除吸菸區外，不得供應與吸菸有關之器物。第一項吸菸區之設置，應符合下列規定：一、吸菸區應有明顯之標示。 二、吸菸區之面積不得大於該場所室外面積二分之一，且不得設於人員往來必經之處。 | **支持政府提案。** |  |
| 第十八條　第十六條第一項及前條第一項以外之場所，經所有人、負責人或管理人指定之場所，不得吸菸。 孕婦或未滿三歲兒童在場之室內場所，不得吸菸。 | **支持政府提案。** |  |
| 第十九條 於第十六條或第十七條禁止吸菸場所吸菸或未滿二十歲之人進入吸菸區，該場所負責人或從業人員應予勸阻；在場之其他人亦得予勸阻。 | **支持政府提案。** |  |
| 第二十條 直轄市、縣(市)主管機關對第十六條及第十七條禁止吸菸場所與吸菸區之設置及管理事項，應定期派員檢查；場所負責人或從業人員不得規避、妨礙或拒絕。 | **支持政府提案。** |  |
| 第五章　菸害防制教育及宣導 | **支持政府提案。** |  |
| 第二十一條　各機關學校應積極辦理菸害防制教育及宣導。 | **支持政府提案。** |  |
| 第二十二條　主管機關得補助或獎勵醫療機構、心理衛生輔導機構及公益團體提供戒菸服務。 前項服務之補助或獎勵辦法，由主管機關定之。 | **支持政府提案。** |  |
| 第二十三條 電視節目、視聽歌唱、戲劇表演、職業運動表演或其他表演，不得特別強調吸菸之形象。 | **支持政府提案。** |  |
| 第六章　罰則 | 第六章　罰則 | 章名未修正。 |
| 第二十四條 違反第十五條第二款類菸品、第三款指定菸品之展示、廣告者，處罰如下：一、製造或輸入業者，處新臺幣一千萬元以上五千萬元以下罰鍰。二、廣告業或傳播媒體業，製作廣告或接受傳播或刊載，處新臺幣四十萬元以上二百萬元以下罰緩；廣告主，處新臺幣五十萬元以上二百五十萬元以下罰鍰。三、前二款以外之人為展示或廣告，處新臺幣二十萬元以上一百萬元以下罰鍰。違反第十五條第二款或第三款規定，為類菸品或指定菸品之製造、輸入者，處新臺幣一百萬元以上五百萬元以下罰鍰；販賣者，處新臺幣二十萬元以上一百萬元以下罰鍰。違反第十五條第一款規定，為近似菸品或菸品容器形狀物品之製造、輸入，處新臺幣五萬元以上二十五萬元以下罰鍰。違反第十五條第一款規定，為近似菸品或菸品容器形狀物品之販賣、展示或廣告者，處新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰。 有前三項違反情事者，除罰鍰外，應限期令其改善或回收、銷毀；屆期未改善或回收、銷毀者，按次處罰。有第一項違反情事者，除罰鍰外，應限期令其改善；屆期未改善者，按次處罰。 | **建議修訂。**第二十四條 製造或輸入業者違反第五條規定，處新臺幣一千萬元以上五千萬元以下罰鍰。廣告業或傳播媒體業者，違反第五條規定，為新型菸品製作廣告或接受傳播或刊載，處新台幣二十萬元以上一百萬元以下罰緩。前兩項以外之人違反第五條規定，處新臺幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰。 有前三項違反情事者，應限期令其改善；屆期未改善者，按次處罰。 | 一、本條新增。二、跨國菸草公司為了積極開拓新菸品成癮市場，早在2011年即已投入併購生產「電子煙」，2015年起推出「加熱式菸品」，又砸下10.28億美金(約323.8億新台幣)成立「無菸世界基金會(Foundation for a Smoke-free World)」，推廣「如果你不吸菸那就不要開始吸菸；如果你吸菸那就趕快戒菸；如果你戒不掉菸那就改吸新型菸品」。跨國菸草公司，收購全球的電子煙公司及工廠，用過去百年行銷菸品的手法，積極研發推出加入各種調味香料的電子煙吸引青少年使用，並鼓吹對電子煙、加熱菸等新型菸品要採取「課稅、嚴管、禁止青少年使用」，促請各國政府讓步開放新型菸品，以倍數擴充其成癮市場。三、爰依菸品違規廣告促銷之罰則處罰。 |
| 第二十九條　販賣菸品或販賣菸品之場所，有下列情形之一者，處新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰；並限期令其改善，屆期未改善者，按次處罰：一、違反第六條規定，以不得使用之方式販賣菸品。二、違反第十一條第一項規定，未於明顯處標示警示圖文。 三、違反依第十一條第三項所定辦法，有關標示及展示之規定。 | **支持政府提案。** |  |
| 第二十六條 製造或輸入菸品有下列情形之一者，處新臺幣一百萬元以上五百萬元以下罰鍰，並限期令其回收；屆期未回收者，按次處罰，違規之菸品沒入並銷毀之：一、違反第七條第一項或第二項文字及標示規定。二、違反依第七條第三項所定辦法有關標示規定。三、違反第八條第一項禁止使用添加物規定。四、違反依第八條第三項所定辦法有關尼古丁、焦油含量標示方式規定。 販賣菸品有前項各款情形之一者，處新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰。 | **支持政府提案。** |  |
| 第二十七條　違反第九條第一項申報規定，或違反依第九條第三項所定辦法有關申報期限、內容或程序之規定者，處新臺幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰，並限期令其改善；屆期未改善者，按次處罰。 規避、妨礙或拒絕中央主管機關依第九條第二項所為之取樣檢查（驗）或要求提供原始檢驗紀錄或其他相關資料者，處新臺幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰。 | **支持政府提案。** |  |
| 第二十五條　製造或輸入菸品業者，違反第十條各款促銷或廣告規定，處新臺幣五百萬元以上二千五百萬元以下罰鍰。廣告業或傳播媒體業者，違反第十條各款規定，製作菸品廣告或接受傳播或刊載，處新臺幣二十萬元以上一百萬元以下罰鍰。前二項以外之人，違反第十條各款規定，處新臺幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰。 違反前三項情事者，除罰鍰外，應限期令其改善；屆期未改善者，按次處罰。 | **建議修訂。**第二十八條　製造或輸入菸品業者違反第十條各款促銷或廣告規定，處新臺幣一千萬元以上五千萬元以下罰鍰。廣告業或傳播媒體業者，違反第十條各款規定，製作菸品廣告或接受傳播或刊載，處新臺幣二十萬元以上一百萬元以下罰鍰。前二項以外之人，違反第十條各款促銷或廣告規定，處新臺幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰。 有前三項違反情事者，應限期令其改善，屆期未改善者，按次處罰。 | 一、條次變更。二、在台灣菸草業營收總金額一年約新臺幣1,600億元。所以菸商之任何違法行為，都會因菸品大量銷售而嚴重危害，相對於此，現行菸害防制法僅規定罰鍰500萬元~2,500萬元。而要能成功裁罰一件菸商的違規案件都是相當的不容易，2009-2016年來因熱心民眾的參與及舉證，菸商違反菸害防制法才能成功裁罰26件，總金額約1.3億元，這對菸商毫無遏阻之效。為積極遏止菸商的違規廣告促銷，應將現行罰款至少加倍為1,000萬元~5,000萬元。三、另第一項、第三項配合行政罰法之規定，刪「連續」二字，以符法制用語。 |
| 第三十條　營業場所違反第十二條規定，免費供應菸品者，處新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰。 | **支持政府提案。**第二十九條　營業場所違反第十三條規定，免費供應菸品者，處新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰。 |  |
| 第三十一條 供應第十五條第一款之近似菸品或菸品容器形狀物品、第二款之類菸品或第三款之指定菸品者，處新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰。 使用第十五條第一款之近似菸品或菸品容器形狀物品、第二款之類菸品或第三款之指定菸品者，處新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰。 | **建議修訂。** | 1.草案對於使用第十五條第一款之近似菸品或菸品容器形狀物品將處以高額罰鍰，但如使用涼菸糖、雪茄蛋捲等仍將處以高額罰鍰，是否符合比例原則不無疑義。2.使用「類菸品」可處1萬元以上5萬元以下罰鍰，在公共場所使用或許可以執法，但在家中使用類菸品，主管機關如何執法? |
| 第三十四條 未滿二十歲之人違反第十三條第一項規定吸菸，直轄市、縣(市)政府應通知令其接受戒菸教育；未滿二十歲且未結婚者，並應令其父母或監護人使其到場。前項未滿二十歲之人無正當理由未依前項通知接受戒菸教育，處新臺幣二千元以上一萬元以下罰鍰，並按次處罰；行為人未滿二十歲且未結婚者，處罰其父母或監護人。 第一項戒菸教育之實施方式、內容、時數、執行單位及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。 | **支持政府提案。**第三十條 未滿二十歲之人違反第十三條第一項規定吸菸，直轄市、縣(市)政府應通知令其接受戒菸教育；未滿二十歲且未結婚者，並應令其父母或監護人使其到場。前項未滿二十歲之人無正當理由未依前項通知接受戒菸教育，處新臺幣二千元以上一萬元以下罰鍰，並按次處罰；未滿二十歲且未結婚者，處罰其父母或監護人。 第一項戒菸教育之實施方式、內容、時數、執行單位及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。 |  |
| 第二十八條 違反第十四條規定者，處新臺幣一萬元以上二十五萬元以下罰鍰。 | **支持政府提案。**第三十一條 違反第十四條規定者，處新臺幣一萬元以上二十五萬元以下罰鍰。 |  |
|  |  |  |
| 第三十一條 供應第十五條第一款之近似菸品或菸品容器形狀物品、第二款之類菸品或第三款之指定菸品者，處新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰。 使用第十五條第一款之近似菸品或菸品容器形狀物品、第二款之類菸品或第三款之指定菸品者，處新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰。 | **建議修訂。**第三十二條 製造、輸入第十五條物品者，處新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰，並令其限期回收；屆期未回收者，按次處罰。 販賣業者違反第十五條規定者，處新臺幣一千元以上三千元以下罰鍰。 | 1.政府預告版第15條與本會建議第15條條文不同，故罰則條文不同。2.條次變更，酌修文字。 |
| 第三十二條 違反第十六條第二項、第十七條第二項或第三項之場所，處場所負責人新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰，並限期令其改善；屆期未改善者，按次處罰。 於第十六條第一項所定場所或第十七條第一項不得吸菸之場所吸菸者，處新臺幣二千元以上一萬元以下罰鍰。 | **支持政府提案。**第三十三條 違反第十六條第二項、第十七條第二項或第三項之場所，處場所負責人新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰，並限期令其改善；屆期未改善者，按次處罰。 於第十六條第一項所定場所或第十七條第一項不得吸菸之場所吸菸者，處新臺幣二千元以上一萬元以下罰鍰。 |  |
| 第三十三條 場所負責人或從業人員規避、妨礙或拒絕直轄市、縣(市)政府依第二十條規定所為之檢查，處新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰。 | **支持政府提案。** |  |
| 第三十五條 違反本法規定，經依第二十四條至前條規定處分者，得併公布被處分之場所及其違法情形。 | **支持政府提案。**第三十四條 違反本法規定，經依第二十四條至前條規定處分者，得併公布被處分之場所及其違法情形。 |  |
| 第三十六條 本法所定罰則，除第二十七條規定由中央主管機關處罰外，由直轄市、縣(市)政府處罰之。 | **支持政府提案。**第三十五條 本法所定罰則，除第二十七條規定由中央主管機關處罰外，由直轄市、縣(市)政府處罰之。。 |  |
| 第七章　附則 | 第七章　附則 |  |
| 第三十七條 依第四條規定徵收之菸品健康福利捐，分配用於中央與地方菸害防制及衛生保健之部分，由中央主管機關設置基金，辦理菸害防制及衛生保健相關業務。 | **支持政府提案。**第三十六條 依第四條規定徵收之菸品健康福利捐，分配用於中央與地方菸害防制及衛生保健之部分，由中央主管機關設置基金，辦理菸害防制及衛生保健相關業務。  |  |
| 第三十八條 本法除第七條第二項、第八條第一項自公布後一年施行外，自公布日施行。 | **建議修訂。**第三十七條 本法除第七條第二項、第八條第一項自公布後六個月施行外，自公布日施行。 | 一、條次變更。二、鑒於本法修正關於菸品容器印製方式及內容、加味菸品規範等，對業者及民眾宣導及建立相關配套措施需具充分時間，所以建議明定本法相關修正條文自公布6個月後開始施行。 |

**附件：**

**已連署之「台灣拒菸聯盟」109個團體：**

中華民國醫師公會全國聯合會、台灣護理學會、台灣癌友單車運動協會、無喉者復聲協會、財團法人台灣癌症基金會、台灣醫界菸害防制聯盟、財團法人中華民國消費者文教基金會、財團法人「張老師」基金會、台北市醫師公會、社團法人新竹市醫師公會、社團法人高雄市醫師公會、台東縣醫師公會、苗栗縣醫師公會、社團法人雲林縣醫師公會、花蓮縣醫師公會、社團法人宜蘭縣藥師公會、社團法人南投縣藥師公會、社團法人屏東縣藥師公會、連江縣藥師公會、中華民國藥學生聯合會、宜蘭縣牙醫師公會、臺灣職業衛生護理暨教育學會、大臺南護理師護士公會、中華民國護理師護士公會全國聯合會、新北市護理師護士公會、高雄市護理師護士公會、南投縣護理師護士公會、屏東縣護理師護士公會、基隆市護理師護士公會、雲林縣護理師護士公會、台北市護理師護士公會、桃園市護理師護士公會、台南市護理師護士公會、社團法人臺中市護理師護士公會、彰化縣護理師護士公會、台東縣護理師護士公會、花蓮縣護理師護士公會、台灣胸腔暨重症加護醫學會、台灣職業健康護理學會、社團法人台灣醫事檢驗學會、臺灣兒科醫學會、台灣復健醫學會、台灣家庭醫學醫學會、台灣精神醫學會、台大醫院藥劑部、社團法人臺灣物理治療學會、社團法人台灣長期照護專業協會、台灣臨床藥學會、台灣母胎醫學會、台灣青少年醫學暨保健學會、中華民國醫務社會工作協會、財團法人癌症希望基金會、中華民國心臟基金會、台灣流行病學學會、臺灣公共衛生學會、中華民國頭頸愛關懷協會、社團法人中華民國糖尿病病友全國協會、臺灣聽力語言學會、台灣氣喘學會、台灣癌友友善協會、社團法人中華民國僵直性脊椎炎關懷協會、台灣腦中風病友協會、安寧照顧基金會、中華民國乳癌病友協會、社團法人台灣高血壓學會、台灣乾癬協會、臺灣憂鬱症防治會、財團法人羅慧夫顱顏基金會、財團法人防癌教育基金會、台灣事故傷害預防與安全促進學會、社團法人台北市聽障者聲暉協會、全民健康基金會、台灣慢性阻塞性肺病學會、財團法人佛教蓮花基金會、財團法人台北市基督教勵友中心、傳神居家照顧協會、財團法人陽光社會福利基金會、世界和平婦女會、臺灣兒童發展早期療育協會、財團法人中華民國發展遲緩兒童基金會、財團法人天主教會嘉義教區附設嘉義縣私立敏道家園、財團法人中華民國兒童福利聯盟文教基金會、第一社會福利基金會、社團法人臺灣公共衛生促進協會、碧波關懷地球人文協會、台灣愛笑瑜珈協會、台灣健康促進學校協會、台灣防癌協會、台灣高齡化政策暨產業發展協會、臺灣病友聯盟、財團法人臺安基金會、高雄榮民總醫院戒菸治療管理中心、社團法人中華民國解癮戒毒協會、社團法人中華民國會計師公會全國聯合會、花蓮縣醫師公會、中華民國律師公會全國聯合會、中華民國中醫師公會全國聯合會、國立中央大學生醫理工學院、輔仁大學醫學院、義守大學醫學院、高雄醫學大學護理學院、臺北醫學大學公共衛生學院、輔英科技大學護理學院、弘光科技大學護理學院、開南大學健康照護管理學院、長庚學校財團法人長庚科技大學護理學院、高雄醫學大學公衛系、成功大學公共衛生研究所、高雄醫學大學口腔衛生系、財團法人董氏基金會