

## 中文摘要

藥品，是一種與人們的生命健康息息相關的特殊商品。一方面，藥品可以防病治病，起到促進健康的作用；另一方面，絕大多數藥品又有不同程度的毒副作用，如若使用不當，輕則無效或延誤病程，重則導致中毒或藥源性疾病等嚴重後果，甚至威脅到生命。

在藥品消費領域，存在著資訊不對稱的現象：對廣大患者來說，他們無法識別藥品的真偽，也沒有能力評價藥品的安全性，明顯處於一種資訊弱勢的地位。而藥品廣告，作為一種藥品資訊的傳播活動，一種藥品商戰的競爭策略，在提高制藥企業知名度，促進藥品銷售，向消費者傳遞藥品資訊等方面發揮著極其重要的作用。鑒於藥品的特殊性以及消費者對藥品知識的相對欠缺，政府職能部門應當通過完善立法、加強執法等手段對藥品廣告進行嚴格監管，使藥品廣告更科學化，使藥品市場更加規範化，從而使消費者的利益得到更大的保障。

本文從政府管制的基礎理論入手，總結了我國藥品廣告的現狀與存在的問題，然後對我國違法藥品廣告進行了分析，結合具體案例分析，找出我國藥品廣告監管體系的漏洞和盲點，再借鑒發達國家藥品廣告監管的方法與措施，對我國的藥品廣告監管體系進行剖析，並提出了一些改進策略，促進我國藥品廣告監管體系的完善和發展。

醫藥企業通過各種途徑所做的藥品廣告屬於市場行為，而對藥品廣告的監管則屬於政府行為。因此，藥品廣告監管的理論依據主要是政府管制論和政府與市場關係的理論。本文開篇首先談到政府管制概論，再談到政府與市場的關係，從而揭示完善藥品廣告管理是十分重要的。

其次，筆者在對我國藥品廣告的現狀分析基礎上，回顧了我國藥品廣告發展歷程，指出了現在藥品廣告存在的主要問題。諸如藥品廣告費用巨大，浪費嚴重，藥品廣告策劃水準參差不齊，廣告效益越來越差等問題，我國藥品廣告存在的最大的問題是違法藥品廣告氾濫現象極其嚴重。

再次，筆者就違法藥品廣告現象嚴重的問題，通過典型案例分析，概括出我國違法藥品廣告的特點，指出我國違法藥品廣告存在的原因。為了研究我國違法

藥品廣告的違法原因，筆者對國家藥品食品監督管理局公佈的 2004 年各省（區、市）藥品監督管理局查處的未經審批、偽造廣告批准文號等情況 5 次以上匯總表（共 6 期）進行了統計分析，總結出我國違法藥品廣告的主要違法原因，主要有三要素：

1. 禁止在大眾媒介發佈廣告；
2. 未經審批擅自發佈；
3. 擅自篡改廣告內容。

其中，禁止在大眾媒介發佈廣告占了整個我國違法藥品廣告違法原因的一半以上。

在此基礎上，筆者由違法藥品廣告談到藥品廣告的監管問題。在對我國藥品廣告監管體系的現狀進行研究後，概括出我國藥品廣告監管體系的主要存在的漏洞和盲點是：

1. 法律規定存在漏洞 責任不明確；
2. 監管體制不健全，行政效能低；
3. 處罰力度不夠。

最後，在分析研究美國、德國、英國和法國的藥品廣告監管體系後，通過借鑒這些發達國家的先進經驗，筆者認為，我國藥品廣告監管體系需要明確責任，責權統一的藥監部門，通過創新藥品廣告監管手段，提高行政效能，並通過嚴格的處罰措施，對違法者造成威懾。此外，更應加強宣傳教育，增強消費者的自我保護能力和依法維權意識，促進廣告經營者及廣告發佈者合法宣傳經營，從而使我國藥品廣告業更加規範科學地發展。

**關鍵字：**藥品廣告 違法藥品廣告 監管 藥品廣告監管體系