

2.7 藥品行銷倫理

重大主題

GRI 417-3

HC-BP-270a.2, 510a.2

藥品行銷倫理政策規範醫藥從業人員與醫療機構及醫護專業人員之間的互動行為，確保維護病患福祉。



重大主題

藥品行銷倫理



衝擊評估

全球各國皆規範醫藥從業人員對於藥品行銷需要符合一定的行為準則，以患者福利為優先。例如世界衛生組織（WHO）以及各國醫藥行業組織規範，包括中華民國開發性製藥研究協會（International Research-Based Pharmaceutical Manufacturers Association, IRPMA），美國藥物研究和生產聯合會（Pharmaceutical Research and Manufacturers of America, PhRMA）以及美國處方藥物計畫國家委員會（National Council for Prescription Drug Programs, NCPDP）等機構已制定相關管理辦法。



權責單位

臺灣總部與各子公司行銷部門及醫療事務團隊，並由永續發展中心：藥物近用小組、產品安全與倫理小組彙整其成果與作為。



管理政策與承諾

此政策主要規範藥華醫藥人員進行藥品行銷的行為，對於與醫療服務專業人員會產生互動的所有內部員工，每年宣導藥品行銷倫理政策，並對於所有活動、行銷文宣、日常營運上皆進行流程審核。以符合下列七項原則為基準：

1. 以病患的醫療與福祉為第一優先
2. 達到法規單位對品質、安全性及療效的高標準要求
3. 與相關單位或人士互動時，行為符合倫理、妥切適當並表現專業。不得提供或供應任何會直接或間接造成不當影響的物資與勞務
4. 負責提供正確、平衡且具科學效度的產品資料
5. 產品行銷活動符合倫理、正確和平衡。不可有誤導之虞。產品行銷資料必須包含正確的產品風險與利益評估及適當使用方法
6. 尊重病患的隱私及個人資料
7. 贊助 / 支持的臨床試驗或科學研究，均以追求新知為目的，提升病患利益、促進醫療科技進步；維護由產業贊助之人體臨床試驗的透明性



指標與目標

零違反事項



確保行動有效之作法

相關小組定期透過內部檢視，以確保有效執行

• 2023 年執行成效

藥華醫藥各國公司於 2023 年皆遵循藥品行銷倫理，沒有違反任何行銷傳播相關事件。

