

訴 願 人 ○○股份有限公司

代 表 人 ○○○

原 處 分 機 關 臺北市政府財政局

訴願人因違反菸酒管理法事件，不服原處分機關民國 108 年 10 月 15 日北市財菸字第 108300674

62 號裁處書，提起訴願，本府決定如下：

主 文

訴願駁回。

事 實

財政部國庫署接獲檢舉，訴願人於○○○（○○）專頁「○○」（網址：xxxxx，下稱系爭○○專頁）刊登「○○_ 熱烈預購中」酒品廣告（下稱系爭廣告），廣告內容未依規定標示「禁止酒駕」、「飲酒過量，有害健康」或其他警語，貼文並述及「……一年一度的『○○』……預購『○○』，三瓶一組，包含○○……支持添加本土雜糧的正港台灣味，適合各種程度的飲君子。#網路下單並至感恩會現場嗨完領取……」，涉違反菸酒管理法規定。該署乃移由新竹縣政府辦理，遞移由原處分機關查處。原處分機關審認訴願人涉違反菸酒管理法第 37 條及同法施行細則第 11 條第 2 項規定，乃以 108 年 9 月 3 日北市財菸字第 1080144116 號函通

知訴願人陳述意見。經訴願人以書面陳述意見後，原處分機關仍審認訴願人違規事實明確，且係第 2 次查獲違規（第 1 次經原處分機關以 108 年 6 月 20 日北市財菸字第 10830044232 號裁處

書裁處在案），爰依菸酒管理法第 51 條第 1 項及菸酒查緝及檢舉案件處理作業要點（下稱作業要點）第 45 點第 1 項第 10 款第 2 目規定，以 108 年 10 月 15 日北市財菸字第 10830067462 號裁處

書，處訴願人新臺幣（下同）20 萬元罰鍰，並命訴願人於收受裁處書之翌日起 30 日內改正網頁酒品廣告。該裁處書於 108 年 10 月 21 日送達，訴願人不服，於 108 年 11 月 15 日經由原處分機

關向本府提起訴願，12 月 30 日補充訴願理由，並據原處分機關檢卷答辯。

理 由

一、本件訴願書載明：「……臺北市政府財政局 108 年 10 月 15 日北市財菸字第 10830067461 號

……。」惟查原處分機關 108 年 10 月 15 日北市財菸字第 10830067461 號函係檢送同日期

北

市財菸字第 10830067462 號裁處書等予訴願人之函文，揆其真意，應係對該裁處書不服，合先敘明。

二、按菸酒管理法第 2 條規定：「本法所稱主管機關：……在直轄市為直轄市政府……。」

第 37 條規定：「酒之廣告或促銷，應明顯標示『禁止酒駕』，並應標示『飲酒過量，有害健康』或其他警語，且不得有下列情形：……。」第 51 條第 1 項規定：「違反第三十七條規定而為酒之廣告或促銷者，處新臺幣三萬元以上五十萬元以下罰鍰，並通知限期改正；屆期未改正者，按次處罰。」

菸酒管理法施行細則第 10 條第 1 項規定：「本法第三十七條所稱廣告，指利用電視、廣播、影片、幻燈片、報紙、雜誌、傳單、海報、招牌、牌坊、電腦網路、電話傳真、電子視訊、電子語音或其他方法，可使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播。」第 11 條規定：「依本法第三十七條規定之其他警語，應依酒類標示管理辦法規定辦理。依本法第三十七條規定為酒之廣告或促銷而標示警語時，應至少以版面百分之十連續獨立之面積刊登，且字體面積不得小於警語背景面積二分之一，除第九條附圖外，不得標示與該警語無關之文字或圖像。為電視或其他影像廣告或促銷者，並應全程疊印。僅為有聲廣告或促銷者，應以聲音清晰揭示警語。前項標示警語所用顏色，應與廣告或促銷版面之底色互為對比。」

菸酒查緝及檢舉案件處理作業要點第 45 點第 1 項第 10 款第 2 目、第 3 項規定：「違反本

法

之行政罰案件，其裁罰參考基準如下：……（十）依本法第五十一條第一項規定裁罰之案件：……2. 第二次查獲者，處新臺幣二十萬元罰鍰。」「……第一項第十款……規定案件，所定按查獲次數處罰之規定，自首次查獲之日起算，至次年當日之前一日止。」

臺北市政府 104 年 9 月 23 日府財菸字第 10430380701 號公告：「主旨：公告『菸酒管理

法

』有關本府權限事項，委任本府財政局執行，並自 104 年 11 月 1 日起生效。……公告事項：『菸酒管理法』有關本府權限事項，委任本府財政局執行，並以該局名義行之。」

三、本件訴願及補充理由略以：訴願人分別於 108 年 5 月及 8 月收到原處分機關通知，因粉絲頁內容警語問題提出修正。第 1 次狀況為訴願人官方產出內容及官方網站比例之問題，第 2 次則為訴願人合作單位生產之內容，訴願人僅作為○○協助宣傳之管道。因兩次內容產出之單位不同，訴願人不能接受完全承攬罰則，依行政罰法第 18 條規定，請重新評估，減低罰則。

四、查訴願人於系爭○○專頁刊登系爭酒品廣告，未依規定標示「禁止酒駕」、「飲酒過量

，有害健康」或其他警語，違反菸酒管理法第 37 條及同法施行細則第 11 條第 2 項規定，有 108 年 8 月 13 日、9 月 2 日下載之系爭廣告截圖列印畫面等影本附卷可稽，原處分自屬有據。

五、至訴願人主張系爭廣告係合作單位生產之內容，訴願人僅作為○○協助宣傳之管道云云。按酒之廣告或促銷，應明顯標示「禁止酒駕」，並應標示「飲酒過量，有害健康」或其他警語；所稱廣告，指利用電視、廣播、影片、電腦網路或其他方法等，可使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播；為電視或其他影像廣告或促銷者，標示警語並應全程疊印；為菸酒管理法第 37 條、同法施行細則第 10 條第 1 項及第 11 條所明定。查本件訴願人

於系爭○○專頁刊登標題為「○○_ 熱烈預購中」影片，影片內容並出現酒品外觀容器，該影片刊載可使不特定多數人知悉其酒品宣傳內容，業生廣告效果。次查該則影片下方貼文述及「……一年一度的『○○』……預購『○○』，三瓶一組，包含○○……支持添加本土雜糧的正港台灣味，適合各種程度的飲君子。#網路下單並至感恩會現場嗨完領取……」，內容除登載酒品名稱及介紹外，並有訂購方式及取貨地點等購買資訊。是訴願人刊載前開影片及貼文內容，係就酒品進行宣傳，進而達到招徠消費者購買之目的，核屬酒品廣告及促銷行為，自應依規定標示相關警語；惟訴願人未為標示，其有違反菸酒管理法第 37 條規定之情事，洵堪認定。另訴願人雖主張廣告內容為合作單位產出，惟菸酒管理法第 37 條規定之立法意旨，在於避免刺激過量或不當消費酒類，以維護國民健康，故適當限制酒類廣告或促銷內容。是如有透過電視、廣播、影片、電腦網路或其他方法等，對酒類商品進行廣告或促銷，即屬上開法令所欲規範之範圍，而不以廣告內容係由廣告刊登者自行製作為必要。訴願人於系爭○○專頁刊登酒品廣告，自應善盡注意義務，確認廣告內容符合法規範之要求，始得刊登，尚不得以廣告內容係由合作業者產出而主張免責。訴願主張，不足採據。末查，本件原處分機關業依行政罰法第 18 條第 1 項規定，審酌訴願人營業項目包含販售酒品，應較一般人更為知悉酒品廣告應標示警語之規定，且訴願人前因違反菸酒管理法第 37 條規定，業經原處分機關裁處在案，訴願人仍再次違規等節，依菸酒管理法第 51 條第 1 項及作業要點第 45 點第 1 項第 10 款第

2 目

規定，裁處訴願人 20 萬元罰鍰，並命訴願人於收受裁處書之翌日起 30 日內改正網頁酒品廣告，並無不合，原處分應予維持。

六、綜上論結，本件訴願為無理由，依訴願法第 79 條第 1 項，決定如主文。

訴願審議委員會主任委員 袁 秀 慧

委員 張 慕 貞

委員 范 文 清
委員 王 韻 茹
委員 吳 秦 雯
委員 王 曼 萍
委員 陳 愛 娥
委員 盛 子 龍
委員 劉 昌 坪
委員 洪 偉 勝
委員 范 秀 羽

中華民國 109 年 3 月 19 日

如只對本決定罰鍰部分不服者，得於本決定書送達之次日起 2 個月內，向臺灣臺北地方法院行政訴訟庭提起行政訴訟。（臺灣臺北地方法院行政訴訟庭地址：新北市新店區中興路 1 段 248 號）如對本決定不服者，得於本決定書送達之次日起 2 個月內，向臺北高等行政法院提起行政訴訟。（臺北高等行政法院地址：臺北市士林區福國路 101 號）