

訴 願 人 ○○股份有限公司

代 表 人 ○○○

原 處 分 機 關 臺北市政府衛生局

訴願人因違反食品安全衛生管理法事件，不服原處分機關民國 109 年 5 月 12 日北市衛食藥字第 1093029813 號裁處書，提起訴願，本府決定如下：

主文

訴願駁回。

事實

訴願人於○○○網站成立之「○○」及公司網站刊登如附表所示「○○」、「○○」等食品（下合稱系爭食品）之廣告（下合稱系爭廣告），整體訊息涉及誇張、易生誤解；民眾經由本府單一陳情系統及臺南市政府資訊中心線上即時服務系統提出檢舉，因訴願人公司登記在本市，臺南市政府乃以民國（下同）109 年 3 月 20 日南市衛食藥字第 1090035170A 號函移由原處分機關處理。經原處分機關於 109 年 3 月 24 日訪談訴願人之受任人○○○（下稱○君）並製作調查紀錄表後，審認訴願人違反食品安全衛生管理法第 28 條第 1 項規定，爰依同法第 45 條第 1 項及食品安全衛生管理法第四十五條規定廣告處理原則第 2 點及其附表一等規定，以 109 年 5 月 12 日北市衛食藥字第 1093029813 號裁處書（下稱原處分），處訴願人新臺幣（下同）6 萬元罰鍰。原處分於 109 年 5 月 14 日送達，訴願人不服，於 109 年 6 月 2 日向本府提起訴願，並據原處分機關檢卷答辯。

理由

- 一、按食品安全衛生管理法第 2 條規定：「本法所稱主管機關：……在直轄市為直轄市政府 ……。」第 3 條第 1 款、第 7 款規定：「本法用詞，定義如下：一、食品：指供人飲食或咀嚼之產品及其原料。……七、食品業者：指從事食品或食品添加物之製造、加工、調配、包裝、運送、貯存、販賣、輸入、輸出 ……之業者。……」第 28 條第 1 項、第 4 項規定：「食品、食品添加物、食品用洗潔劑及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，其標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形。」「第一項不實、誇張或易生誤解與第二項醫療效能之認定基準、宣傳或廣告之內容、方式及其他應遵行事項之準則，由中央主管機關定之。」第 45 條第 1 項規定：「違反第二十八條第一項……者，處新臺幣四萬元以上四百萬元以下罰鍰……。」
- 食品安全衛生管理法第四十五條規定廣告處理原則第 1 點規定：「衛生福利部為統一處

理依食品安全衛生管理法第四十五條（以下稱本條）規定裁處之廣告案件，建立執行之公平性，有效遏止違規廣告影響民眾健康安全及消費權益，特訂定本處理原則。」第 2 點規定：「本條廣告規定所列罰鍰額度之審酌：違反食品安全衛生管理法第二十八條第一項、第三項規定如附表一……。」

附表一 違反食品安全衛生管理法第二十八條第一項、第三項規定罰鍰額度之審酌（節錄）

違反法條	裁罰法條	違反事實	罰鍰之裁罰內容	審酌原則	備註
本法第 28 條第 1 項、第 3 項	本法第 45 條第 1 項	一、食品、食品添加物、食品用洗潔劑及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，其廣告有不實、誇張或易生誤解之情形。 	處新臺幣 4 萬元以上 400 萬元以下罰鍰	一、依違規次數，按次裁處基本罰鍰(A)如下： (一) 1 次:新臺幣 4 萬元。 二、有下列加權事實者，應按基本罰鍰(A)裁處，再乘以加權倍數作為最終罰鍰額度。	違規次數: 違規次數之計算以裁處書送達後發生之違規行為，始列計次數。另自主管機關查獲違規事實當日起逾 1 年後始查獲他件違反相同條款裁罰案件，應重新起算違規次數。
加權事實	加權倍數				
違規行為故意性加權(B) 註	過失(含有認識過失或無認識過失): B=1		故意(含直接故意或間接故意): B=2		
	註： 1.本裁處罰鍰基準所稱無認識過失，係指行為人雖非故意，但按其情節應注意，並能注意，而不注意者。 2.本裁處罰鍰基準所稱有認識過失，係指行為人對於構成違規之事實，雖預見其能發生而確信其不發生者。 3.本裁處罰鍰基準所稱直接故意，係指行為人對於構成違規之事實，明知並有意使其發生者。 4.本裁處罰鍰基準所稱間接故意，係指行為人對於構成違規之事實，預見其發生而其發生並不違背其本意者。				
違害程度加權 (C)	廣告整體表現註易引起民眾錯誤認知: C=1		廣告整體表現註明顯引起民眾錯誤認知: C=2		
	註： 前揭加權倍數中所稱整體表現，包括文字、圖畫、記號、影像及聲音等內容，綜合				

	判斷之。
其他作為罰鍰裁量之參考加權事實(D)	違規案件依前揭原則裁罰有顯失衡平之情事者，得斟酌個案情形，敘明理由，依行政罰法規定予以加權，其加權倍數得大於 1 或小於 1。其有加權者，應明確且詳細記載加權之基礎事實及加權之理由。
最終罰鍰額度計算方式	$A \times B \times C \times D$ 元
備註	裁處罰鍰，經加權計算超過該處罰條款規定之法定罰鍰最高額時，除有行政罰法第 18 條第 2 項之情事者外，以其法定罰鍰最高額定之；裁處之罰鍰，除依行政罰法得減輕或免除者外，不得低於法定罰鍰之最低額。

食品及相關產品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解或醫療效能認定準則第 1 條規定：

「本準則依食品安全衛生管理法（以下簡稱本法）第二十八條第四項規定訂定之。」第 3 條規定：「本法第二十八條第一項或第二項所定標示、宣傳或廣告涉及不實、誇張、易生誤解，或醫療效能之認定，應就其傳達予消費者之品名、文字敘述、圖案、符號、影像、聲音或其他訊息，依整體表現，綜合判斷之。」第 4 條第 1 項規定：「本法第二十八條第一項食品及相關產品之標示、宣傳或廣告，表述內容有下列情形之一者，認為涉及不實、誇張或易生誤解：一、與事實不符。二、無證據，或證據不足以佐證。三、涉及維持或改變人體器官、組織、生理或外觀之功能。四、引用機關公文書字號或類似意義詞句。但依法令規定應標示之核准公文書字號，不在此限。」

前行政院衛生署（102 年 7 月 23 日改制為衛生福利部，下稱前衛生署）84 年 12 月 30 日衛署

食字第 84076719 號函釋：「……食品廣告如為推介特定食品，同時以就該產品所含成分，宣稱可達特定之生理功能或效果，則易使民眾誤認僅食用該品即可達到改善生理機能效果，已明顯誤導民眾正確均衡飲食之觀念，則違反食品衛生管理法（按：現為食品安全衛生管理法）規定。」

98 年 10 月 27 日衛署食字第 0980031595 號函釋：「食品廣告是否涉及不實、誇張或易生誤

解情節之認定，係視個案傳達消費者訊息之整體表現，包括文字、敘述、產品品名、圖像、圖案及符號等，作綜合研判。……」

臺北市政府 108 年 9 月 17 日府衛食藥字第 1083076536 號公告：「主旨：公告修正本府主管

衛生業務委任事項，並自即日起生效。……公告事項：本府前於 94 年 2 月 24 日府衛企字第 09404404400 號公告略以：『……本府將下列業務委任本府衛生局，以該局名義執行之：……（七）食品衛生管理法中有關本府權限事項……』，惟法規名稱已修

正，爰修正為……『食品安全衛生管理法』中有關本府權限事項，委任本府衛生局，以該局名義執行之。」

二、本件訴願理由略以：訴願人收到原處分機關公文後，已將涉嫌違規的頁面關閉，並未持續刊登違規食品廣告；其他臉書貼文被申訴時，都是訴願人尚未收到原處分機關通知之前，且公司網站僅製作、轉發 1 個研究文獻的頁面；臉書貼文有發布時間的不同，是因為粉絲團小編進行語意上的微調，全文內容大致上並無不同。

三、查訴願人於○○○網站成立之「○○」及公司網站刊登如附表所載詞句內容之系爭廣告，經原處分機關審認其整體訊息涉及誇張、易生誤解，有系爭廣告網頁列印畫面及原處分機關 109 年 3 月 24 日訪談訴願人之受任人○君之調查紀錄表等影本附卷可稽，原處分自屬有據。

四、至訴願人主張其收到原處分機關公文後，已將涉嫌違規的頁面關閉，並未持續刊登違規食品廣告；其他臉書貼文被申訴時，都是訴願人尚未收到原處分機關通知之前；公司網站僅製作、轉發 1 個研究文獻的頁面；臉書貼文有發布時間的不同，是因為粉絲團小編進行語意上的微調，全文內容大致上並無不同云云。經查：

（一）按食品安全衛生管理法第 28 條第 1 項規定，對於食品所為之標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形；違反者，依同法第 45 條第 1 項規定，處 4 萬元以上

40

0 萬元以下罰鍰；且衛生福利部亦訂有前揭食品及相關產品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解或醫療效能認定準則以資遵循，明定涉及維持或改變人體器官、組織、生理或外觀功能等之廣告內容，應認定涉及不實、誇張或易生誤解；復依前衛生署 84 年 12 月 30 日衛署食字第 84076719 號函釋意旨，食品廣告如為推介特定食品，同時以就該產品所含成分，宣稱可達特定之生理功能或效果，則易使民眾誤認僅食用該食品即可達到改善生理機能效果，已明顯誤導民眾正確均衡飲食之觀念；又依該署 98 年 10 月 27 日衛署食字第 0980031595 號函釋意旨，食品廣告是否涉及不實、誇張或易生誤解情節之認定，係視個案傳達消費者訊息之整體表現，包括文字、敘述、產品品名、圖像、圖案及符號等，作綜合研判。

（二）依原處分機關 109 年 3 月 24 日訪談○君之調查紀錄表載以：「……問：案內產品廣告是否為貴公司刊登？責任歸屬？答：是本公司刊登。責任歸屬為本公司。問：案內產品屬性為何？答：一般食品。問：內容刊載略以……等詞句，違反食品安全衛生管理法之規定，請問貴公司有何說明？答：本公司不知道不能引用有療效的文章，收到貴局公文已立即將臉書……的『○○○○』圖文連結官網……全部刪除內容，為初犯，懇請從輕裁處。……」並經○君簽名確認在案。

（三）查食品非藥品，食品主要是提供身體所需熱量及營養素，維持生理正常運作，其廣告

或標示不得誇大、宣稱療效。訴願人既係食品相關業者，對於食品安全衛生管理法等相關法令即應主動瞭解遵循；又查系爭廣告刊有系爭食品之品名、產品介紹、功效、價格等，另附有購買連結，使消費者得循線購買系爭食品，並宣稱如附表所載詞句，其整體傳達之訊息，易誤導消費者系爭食品具有所述有增強免疫力、刺激細胞活化、對抗病毒等功能，核屬食品及相關產品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解或醫療效能認定準則第 4 條第 1 項第 3 款所定涉及維持或改變人體器官、組織、生理或外觀之功能範圍，堪認系爭廣告已涉及誇張、易生誤解之情事，依法自應受罰。縱訴願人於收到原處分機關之通知後，已立刻撤除系爭廣告之刊登，仍屬事後改善行為，不影響本件違規事實之成立。訴願主張，不足採據。本件原處分機關就訴願人於臉書網站及公司網站刊登廣告之行為，依食品安全衛生管理法第四十五條規定廣告處理原則第 2 點及其附表一規定，以廣告件數作為罰鍰加權因素而為本案裁處，對訴願人違規行為數認定及相應裁罰，已從寬對訴願人為有利之認定。從而，原處分機關審認訴願人係違反食品安全衛生管理法第 28 條第 1 項規定，依同法第 45 條第 1 項及食品安全衛生管理

法

第四十五條規定廣告處理原則第 2 點及其附表一等規定，審酌訴願人違規情節包括：違規次數（1 次，A=4 萬元）、違規行為過失（B=1）、違害程度（C=1）、其他作為罰鍰裁量之參考加權事實（共 3 則廣告，D=1.5），處訴願人 6 萬元罰鍰（ $A \times B \times C \times D = 40,000 \times 1 \times 1 \times 1.5 = 60,000$ ），並無不合，原處分應予維持。

五、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。

附表：

編號	產品名稱	刊登網址	違規廣告內容
1	24K 極濃燕窩	https://www.facebook.com/RUNIQUETW/photos/a.1641518565880954/3259561660743295/?__tn__=R&type=3	 增強 自身 免疫 力 燕窩 在肺 部有 特別 的修 護作 用

			因此許多被支氣管敏感困擾的人總會選擇燕窩..... 食用燕窩可以刺激B細胞的活化..... 刺激免疫系統下增加細胞活化..... 潤肺滋陰。治虛癆咳嗽.....
2	24K極濃白金潤燕盞	https://www.runique.com.tw/immunity/?utm_source=fb&utm_medium=fightvirus	國際醫學最新實證： 燕窩可增強免疫力、對

抗病
毒，
降低
肺炎
侵襲
.....
免疫
能力
強化
好，
才能
避免
各式
病毒
的侵
入。
.....
從食
療做
補強
，透
過像
燕窩
這樣
的防
疫食
物攝
取，
啟動
自體
的防
護盾
牌
.....
對抗
流感
病毒
機制
媲美
克流
感
.....
抑制

			 流 感 病 毒 血 液 凝 集 素 活 性 的 物 質 抑 制 流 感 病 毒 感 染 細 胞 ， 具 有 抗 流 感 病 毒 之 功 效 輕 鬆 面 對 這 次 的 疫 災
3	24K 極 濃 燕 窩	https://www.facebook.com/1577828455583299/posts/3315139571852170/	 將 自 身 的 免 疫 能 力 強 化 好 ， 才 能 避 免 各 式 病 毒 的 侵 入 從 食 療 做 補 強 ， 啟

			動自 體的 防護 盾牌 國際 醫學 最新 實證 ： 燕窩 可增 強免 疫力 、對 抗病 毒， 降低 肺炎 侵襲
24K	極 濃 燕 窩	https://www.facebook.com/1577828455583299/posts/327824955541172?sfns=mo	 將自 身的 免疫 能力 強化 好， 才能 避免 各式 病毒 的侵 入 從食 療做 補強 ，透 過像 燕窩 這樣 的防

燕窩富含獨特唾液酸，對抗流感病毒機制媲美克流感

富可增強免疫力、對抗病毒，降低肺炎侵襲

訴願審議委員會主任委員 袁 秀 慧（公假）
委員 張 慕 貞（代行）
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 8 月 20 日
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）