訴 願 人:○○股份有限公司

代 表 人:000

原 處 分 機 關:臺北市政府新聞處

訴願人因違反菸酒管理法事件,不服原處分機關 96 年 5 月 25 日北市新一字第 09630609300 號裁處書,提起訴願,本府依法決定如下:

主 文

訴願駁回。

事實

緣訴願人於96年2月3日出版發行之「○○報」第○○版商情資訊刊載「○○粉紅香檳 優質稱王 16,000 元限千瓶」等為酒類廣告或促銷之報導,經原處分機關查認該則廣告未明顯標示「飲酒過量,有害健康」或其他之警語,違反菸酒管理法第37條規定,爰依同法第55條第2項規定,以96年5月25日北市新一字第09630609300號裁處書,處訴願人新臺幣(以下同)10萬元罰鍰,並命違規廣告應立即停止刊載。該裁處書於96年5月29日送達,訴願人不服,於96年6月20日經由原處分機關向本府提起訴願,並據原處分機關檢卷答辯到府。

理由

一、按菸酒管理法第 37 條規定:「酒之廣告或促銷,應明顯標示『飲酒過量,有害健康』或其他警語,.....」第 55 條第 2 項規定:「電視、廣播、報紙、雜誌、圖書等事業違反第 37 條規定播放或刊載酒廣告者,由新聞主管機關處新臺幣 10 萬元以上 50 萬元以下罰鍰,並通知限期改正;屆期未改正者,得按次連續處罰。」

同法施行細則第 14 條規定:「依本法第 37 條規定為酒之廣告或促銷而標示健康警語時,應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,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,應以聲音清晰揭示健康警語。前項標示健康警語所用顏色,應與廣告或促銷版面之底色互為對比。」

二、本件訴願理由略以:

系爭文章係屬新聞報導,而非酒類廣告,原處分對此認定事實有誤,

原處分實屬違法,因訴願人所為之報導,係訴願人之記者〇〇參加「 〇〇粉紅香檳 1996 年份聚會」,於會中得知時尚教父〇〇〇為該聚 會所發表的新品掌鏡,訴願人認為此聚會訊息極具新聞價值,特向讀 者報導該盛事,該篇報導位處新聞版面,訴願人亦未收取主辦單位廣 告委刊費用,故本件確實並非酒類廣告。

系爭文章中雖附帶提及市價、限量等資訊,僅是突顯該產品珍稀而具 有時尚新聞性而已,並非為其促銷,否則訴願人自應揭露購買地點及 聯絡方式等資訊。況文中亦明言採預約訂購,足見於報導刊出時該產 品尚未實際於市面銷售,一般消費者實無因該文而購買該香檳之可能 性,當不符合廣告之特性。故並未牴觸菸酒管理法之立法目的。

- 三、卷查本件原處分機關查認訴願人於96年2月3日出版發行之「○○報」 第○○版商情資訊刊載「○○粉紅香檳 優質稱王 16,000 元限千瓶」 等為酒類廣告或促銷之報導,未明顯標示「飲酒過量,有害健康」或 其他之警語,此有系爭廣告影本附卷可稽。是原處分機關依法處分, 自屬有據。
- 四、次按菸酒管理法第 37 條規定,旨在避免刺激過量或不當消費酒類,以 維護國民健康,爰予適當限制酒類廣告或促銷內容。詳言之,若有透 過大眾傳播工具對酒類等商品加以報導宣傳,激起大眾之購買慾望者 ,即屬上開法令所欲規範之範圍。至於是否有廣告主給付刊登費用, 與其是否為酒類廣告,並無絕對關聯性。復觀諸系爭報導內容及圖片 編排,包括酒類圖片、名稱及銷售金額等足以識別該商品之資訊,是 其以報導方式為酒類商品廣告或促銷之事實,應可認定。訴願人執此 為辯,尚難採憑。而本件既屬菸酒管理法所稱之廣告已如前述,則訴 願人於刊載之際,即應遵守菸酒管理法及同法施行細則之規定;又誠 如訴願人所主張,刊載之目的係為服務讀者,則更應注意其所刊載促 銷之內容對讀者之身心影響,訴願人未盡注意之義務,即屬有過失, 應受處罰。是以訴願人所辯,尚難遽對其為有利之認定。從而,原處 分機關依前揭規定,處訴願人法定最低額 10 萬元罰鍰,並命違規廣告 應立即停止刊載,並無不合,原處分應予維持。
- 五、另訴願人請求暫緩執行乙節,業經本府訴願審議委員會以96年7月5日 北市訴(酉)字第09630676810號函請原處分機關卓處逕復在案,併 予敘明。

六、綜上論結,本件訴願為無理由,爰依訴願法第79條第1項之規定,決

訴願審議委員會主任委員 張明珠

副主任委員 王曼萍

委員 陳 敏

委員 陳淑芳

委員 陳石獅

委員 陳媛英

委員 紀聰吉

委員 戴東麗

委員 蘇嘉瑞

委員 李元德

中華民國 95 年 8 月 9 日

市長 郝龍斌

訴願審議委員會主任委員 張明珠 決行

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,並抄副本送本府。

(臺北高等行政法院地址:臺北市大安區和平東路3段1巷1號)