

臺北市政府 96.10.17. 府訴字第 09670284400 號訴願決定書

訴 願 人：○○股份有限公司○○分公司

代 表 人：○○○

訴 願 代 理 人：○○○

原 處 分 機 關：臺北市政府新聞處（自 96 年 9 月 11 日起改制為臺北
市政府觀光傳播局）

訴願人因違反菸酒管理法事件，不服原處分機關 96 年 7 月 3 日北市新一
字第 09630845600 號裁處書，提起訴願，本府依法決定如下：

主 文

原處分撤銷，由原處分機關於決定書送達之次日起 90 日內另為處分。

事 實

緣原處分機關查認訴願人於 96 年○○月○○日出版發行之第○○期「
○○」生活專刊「啤酒○○來一手 美味小菜讓你吃」廣告中刊登「啤酒
六瓶 + 滷味 399 元 ○○六瓶+滷味 399 元 啤酒或○○來一手 240 元」等促
銷酒類之文字，未依規定標示「飲酒過量，有害健康」或其他警語，違反
菸酒管理法第 37 條規定，乃依同法第 55 條第 2 項規定，以 96 年 7 月 3 日北
市新一字第 09630845600 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。上開裁處書於 96 年 7 月 4 日送達，訴
願人不服，於 96 年 8 月 2 日向本府聲明訴願，8 月 3 日補具訴願書，8 月 17 日
補正訴願程序，並據原處分機關檢卷答辯到府。

理 由

一、按菸酒管理法第 1 條規定：「本法所稱主管機關：在中央為財政部；
在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。」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，並不得有下列情形：一、違背公共秩序或善良風俗。二、鼓勵或
提倡飲酒。三、妨害青少年、孕婦身心健康。四、虛偽、誇張、捏造
事實或易生誤解之內容。五、其他經中央主管機關公告禁止之情事。
」第 55 條規定：「違反第 37 條規定而為酒之廣告或促銷者，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。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；屆期末改正者，得按次連續處罰。」

同法施行細則第 13 條第 1 項規定：「本法第 37 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、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 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。」

菸酒查緝及檢舉案件處理作業要點第 2 點規定：「本要點所稱本法，係指菸酒管理法。」第 45 點之(9) 規定：「違反本法之行政罰案件，其裁罰參考基準如下。但違法情節重大或較輕者，仍得酌情加重或減輕其罰：……（九）依本法第 55 條規定裁罰之案件，第 1 次查獲者，處以新臺幣 10 萬元之罰鍰；第 2 次查獲者，處以新臺幣 20 萬元罰鍰，第 3 次以後查獲者，處以新臺幣 50 萬元之罰鍰。但廣告警語已明顯標示惟其標示與本法施行細則第 14 條規定不一致者，第 1 次查獲時，限期改正；第 2 次以後查獲者，即依前述裁罰金額處理。」

財政部國庫署 92 年 6 月 18 日臺庫五字第 0920351057 號函釋：「本署 92 年 6 月 11 日酒類廣告或促銷相關問題會議決議事項：一、酒販賣業者於銷售酒品之營業處所內為展示酒品、招貼海報或以文字、圖畫標示或說明其銷售之酒品者，如無擴及其他場所或樓層，且以進入室內者為對像，非屬廣告或促銷，不須標示健康警語。至酒業者於營業處所之騎樓、外牆或室外等地所為之上項行為，因係針對不特定人為對像，自屬『菸酒管理法』第 37 條規定所稱酒之廣告或促銷，應標示健康警語，該警語面積、顏色標準應依同法施行細則第 12 條規定辦理；至於營業場所室外所為僅有酒商名稱、代表酒商之標誌或代表酒商系列酒品之品牌標誌之相關說明物品，因未針對特定酒品作介紹，尚非屬『菸酒管理法』第 37 條規定所稱酒之廣告或促銷，得免標示健康警語。二、酒類之夾報宣傳單、DM、單張、說明簡介等，因其載有廣告或促銷酒品種類，且該宣傳對像為不特定人士，故應屬『菸酒管理法』第 37 條規定所稱酒之廣告或促銷，應標示健康警語，該

警語面積、顏色標準應依同法施行細則第 12 條規定辦理。至編輯成冊之酒類廣告促銷宣傳文件，如有登載酒品之品牌名稱者，應按頁標示警語，該警語面積、顏色標準應依同法施行細則第 12 條規定辦理。……五、酒商舉辦系列活動相關事宜：（一）活動現場：酒業者舉辦系列活動（如運動競賽、表演、記者會、聚餐等活動），原則可以酒商公司名稱或系列酒品名稱作為舉辦或贊助活動名稱，其現場佈置如有以酒商名稱、代表酒商之標誌或代表酒商系列酒品之品牌標誌之布條、海報、布旗、桌卡等，因未針對特定之產品為之，得免標示健康警語；至以酒品之品牌名稱標示展現者，則屬廣告促銷性質，應遵守『菸酒管理法』第 37 條及其施行細則第 12 條有關廣告內容及警語標示之規定。……（三）活動贈品或獎品：活動場所不得以酒類產品作為贈品或獎品。至非以酒類作為贈品或獎品時，如其印有酒商名稱、代表酒商之標誌或代表酒商系列酒品之品牌標誌，因其尚非為特定酒品廣告或促銷，不須標示健康警語；如印有酒品之品牌名稱，則屬『菸酒管理法』第 37 條規定所稱酒之廣告或促銷，應標示健康警語，該警語面積、顏色標準應依同法施行細則第 12 條規定辦理。……」

二、本件訴願理由略以：

本件係○○股份有限公司委託訴願人刊登廣告，系爭廣告內容為推銷頂級旅館及所提供之住宿餐飲服務，並非為特定酒類促銷，原處分機關認定訴願人違反菸酒管理法予以裁罰，認事用法顯然有誤。

本件系爭廣告依財政部國庫署 92 年 6 月 18 日臺庫五字第 0920351057 號函釋認為僅有酒商名稱、代表酒商之標誌或代表酒商系列酒品之品牌標誌之相關說明物品，因未針對特定酒品做介紹，尚非屬於酒管理辦法第 37 條規定所稱酒之廣告或促銷，得免標示健康警語。查「○○」係為酒品之泛稱，其系列酒品計有「○○檸檬口味」、「○○葡萄口味」、「○○金黃香檳口味」，臺北市政府 96 年 7 月 23 日府財菸字第 09604417400 號函亦為如此認定，本件系爭廣告應得免標示健康警語，故廣告委刊者既未受罰，原處分機關認定本件系爭廣告屬酒類廣告或促銷，即違反平等原則。

三、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。複查首揭財政部國庫署 92 年 6 月 18 日臺庫五字第 0920351057 號函釋意旨，酒之廣告或促銷，原則上應依菸酒管理法第 37 條及其施行細則第 12 條有關廣告內容及警語標示之規定；僅有下述 3 種情形得免標示健康警語，即（一）酒販賣業者於銷售酒品之營業處所內為展示酒品、招貼海報或以文字、圖畫標示或說明其銷售之酒品者，如無擴及其他場所或樓層，且以進入室內者為對像，非屬廣告或促銷，不須標示健康警語；（二）酒販賣業者營業場所室外所為僅有酒商名稱、代表酒商之標誌或代表酒商系列酒品之品牌標誌之相關說明物品，因未針對特定酒品作介紹，尚非屬於酒管理法第 37 條規定所稱酒之廣告或促銷，得免標示健康警語；（三）酒業者舉辦系列活動，其現場佈置如有以酒商名稱、代表酒商之標誌或代表酒商系列酒品之品牌標誌之布條、海報、布旗、桌卡等，因未針對特定之產品為之，得免標示健康警語。是如非上述 3 種情形所為酒之廣告或促銷，均應標示健康警語，至為顯然。

四、經查訴願人於 96 年○○月○○日出版發行之第○○期「○○」生活專刊「啤酒○○來一手 美味小菜讓你吃」廣告中刊登「啤酒六瓶+滷味 399 元 ○○六瓶+滷味 399 元 啤酒或○○來一手 240 元」等促銷酒類之文字，未依規定標示「飲酒過量，有害健康」或其他警語，此有系爭廣告影本附卷可稽。職是，原處分機關據以處分，尚非無據。

五、惟查訴願人主張本件系爭廣告並非為特定酒類廣告或促銷，並提出本府 96 年 7 月 23 日府財菸字第 09604417400 號函認定系爭廣告得免標示健康警語乙節，經查本府 96 年 7 月 23 日府財菸字第 09604417400 號函復系爭廣告委刊人○○股份有限公司略以：「主旨：有關貴公司委託○○股份有限公司○○分公司於發行之『○○』第○○期刊登『啤酒○○來一手 美味小菜讓你吃』之酒品促銷廣告，未標示警語，涉嫌違反菸酒管理法一案，復如說明.....說明：一、復貴公司 96 年 7 月 11 日函。二、查財政部國庫署 92 年 6 月 18 日臺庫五字第 0920351057 號函附該署 92 年 6 月 11 日酒類廣告或促銷相關問題會議決議事項一末段規定略以，於營業處所室外所為僅有酒商名稱、代表酒商之標誌或代表酒商系列酒品之品牌標誌之相關說明物品，因未針對特定酒品作介紹，尚非屬於酒管理法第 37 條規定所稱之酒之廣告或促銷，得免標示警語。三、經查『○○』係○○股份有限公司所生產酒品之泛稱，其系列酒品計有『○○（檸檬口味）』、『○○（葡萄口味）』、『○○（

金黃香檳口味)』等，是以『○○』既屬代表○○股份有限公司系列酒品之品牌標誌，尚非屬特定酒品品名，參照前開會議決議事項規定，本案得免標示健康警語。」然查系爭廣告係刊載於「○○」雜誌上，並非首揭財政部國庫署 92 年 6 月 18 日臺庫五字第 0920351057 號函釋意旨所指之酒販賣業者營業場所室外或酒業者舉辦系列活動中僅有酒商名稱、代表酒商之標誌或代表酒商系列酒品之品牌標誌之相關說明物品，而系爭廣告已明確刊載酒品之品牌名稱，而非該酒商系列酒品之品牌標誌，此有卷附財政部國庫署製菸 / 製酒業者產品標籤樣張查詢畫面影本所載之○○系列酒品之品牌標誌可稽，是該廣告內容似足以識別該商品之資訊，其內容依一般社會通念亦足以激起大眾前往消費之慾望，則本府 96 年 7 月 23 日府財菸字第 09604417400 號函僅以系爭廣告刊載「○○」為酒商系列酒品之品牌標誌，而認該廣告得免標示健康警語，與上開財政部國庫署函釋意旨是否相符，即有疑義。

六、再按菸酒管理法之主管機關，在中央為財政部，在直轄市為本府，原處分機關雖就系爭廣告是否違反菸酒管理法第 37 條規定之疑義，曾以 96 年 8 月 2 日北市新一字第 09630948400 號函詢財政部國庫署，經該署以 96 年 8 月 10 日臺庫五字第 09603077140 號函復略以：「主旨：承詢酒之廣告或促銷疑義乙案，……說明……二、『菸酒管理法』第 37 條所稱酒之廣告或促銷，……是以，究否屬酒之廣告或促銷，應就其內容整體觀察，視其有無為某特定酒品推廣促銷，並可使不特定多數人知悉其宣傳內容而定，合先敘明。三、至本署 92 年 6 月 18 日臺庫五字第 0920351057 號函有關酒類廣告或促銷相關問題會議決議事項所稱代表酒商系列酒品之品牌標誌，應以能代表相同產品種類之名稱或圖案為之；亦即在同一系列品牌標誌下擁有 2 種以上酒品。四、來函所詢，宜參酌上開說明本於職權認定之。」是在財政部國庫署對於系爭廣告是否應標示健康警語既未表示意見之情況下，本府之新聞主管機關為原處分機關，對於系爭廣告是否應標示健康警語乙事，本府與原處分機關之認定既有不一致之情形，逕自為與本府 96 年 7 月 23 日府財菸字第 09604417400 號函不同之認定，此與行政程序法第 9 條所示「應於當事人有利及不利之情形，一律注意」之原則有悖。從而，為求原處分之正確，應將原處分撤銷，由原處分機關於決定書送達之次日起 90 日內另為處分。

七、綜上論結，本件訴願為有理由，爰依訴願法第 81 條之規定，決定如主

文。

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 林明昕

委員 蘇嘉瑞

委員 李元德

中 華 民 國 96 年 10 月 17 日

市長 郝龍斌

訴願審議委員會主任委員 張明珠 決行