

訴 願 人 ○○股份有限公司

代 表 人 ○○○

訴 願 代 理 人 ○○○律師

訴 願 代 理 人 ○○○律師

訴 願 代 理 人 ○○○律師

原 處 分 機 關 臺北市政府衛生局

訴願人因違反菸害防制法事件，不服原處分機關民國 102 年 2 月 4 日北市衛健字第 102310002 00 號裁處書，提起訴願，本府決定如下：

主文

原處分撤銷，由原處分機關於決定書送達之次日起 60 日內另為處分。

事實

原處分機關查認訴願人進口之「○○低殘留菸味 3 毫克」菸品（下稱系爭菸品），其包裝以明顯對比式文字（橘底白字：○○）標示此菸品係採用側推包裝設計，導引消費者推開菸盒後，即可清楚看見菸品內盒加註之「降低空氣中的菸味！」、「○○採用氮沁淬凍技術降低產生於空氣中的菸味並保有○○的口感」等文字，刻意強調「低殘留菸味」特性，企圖刺激消費者購買意願，原處分機關乃以民國（下同）101 年 7 月 2 日北市衛健字第 10135314600 號、101 年 9 月 12 日北市衛健字第 10137926300 號及 101 年 11 月 13 日北市衛健字第 10140318600 號

函請訴願人陳述意見，並經訴願人於 101 年 8 月 28 日、10 月 2 日及 12 月 26 日（收文日）向原處

分機關書面陳述意見後，原處分機關核認訴願人進口之系爭菸品，其內盒標示之「降低空氣中的菸味！」單個字體大小約為 0.5cm*0.5cm，明顯大於其他文字，使消費者依導引推開菸盒後，立即被吸引之效果顯著，且「○○採用氮沁淬凍技術降低產生於空氣中的菸味並保有○○的口感」字句，特別將「降低產生於空氣中的菸味」字體加粗，皆有刻意強調「低殘留菸味」特性之意，其整體表現足以激勵鼓動消費者購買品嚐之慾望；又系爭菸品經消費者購買，經購買者帶離銷售菸品場所後，透過消費者隨機使用之特性，將使擴散之場所無遠弗屆，達廣為招徠銷售之廣告目的，違反菸害防制法第 9 條第 1 款規定，乃依同法第 26 條第 1 項及

臺北市政府衛生局處理違反菸害防制法事件統一裁罰基準第 3 點第 4 項規定，以 102 年 2 月 4 日

北市衛健字第 10231000200 號裁處書，處訴願人新臺幣 500 萬元罰鍰。該裁處書於 102 年 2 月 6

日送達，訴願人不服，於 102 年 3 月 6 日經由原處分機關向本府提起訴願，5 月 6 日及 7 月 19 日補

充訴願理由，7 月 25 日補正訴願程式，並據原處分機關檢卷答辯。

理由

一、按菸害防制法第 2 條第 4 款規定：「本法用詞定義如下：……四、菸品廣告：指以任何形式之商業宣傳、促銷、建議或行動，其直接或間接之目的或效果在於對不特定之消費者推銷或促進菸品使用。」第 3 條規定：「本法所稱主管機關：在中央為行政院衛生署；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。」第 6 條第 1 項規定：「菸品、品牌名稱及菸品容器加註之文字及標示，不得使用淡菸、低焦油或其他可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微之文字及標示。但本法修正前之菸品名稱不適用之。」第 9 條第 1 款規定：「促銷菸品或為菸品廣告，不得以下列方式為之：一、以廣播、電視、電影片、錄影物、電子訊號、電腦網路、報紙、雜誌、看板、海報、單張、通知、通告、說明書、樣品、招貼、展示或其他文字、圖畫、物品或電磁紀錄物為宣傳。」第 24 條第 1 項規定：「製造或輸入違反第六條第一項、第二項或第七條第一項規定之菸品者，處新臺幣一百萬元以上五百萬元以下罰鍰，並令限期回收；屆期未回收者，按次連續處罰，違規之菸品沒入並銷毀之。」第 26 條第 1 項規定：「製造或輸入業者，違反第九條各款規定者，處新臺幣五百萬元以上二千五百萬元以下罰鍰，並按次連續處罰。」

臺北市政府 94 年 2 月 24 日府衛企字第 09404404400 號公告：「……公告事項：修正後本府 90 年 8 月 23 日府秘二字第 9010798100 號公告略以：『……六、本府將下列業務委任

本府衛生局，以該局名義執行之：……（五）菸害防制法中有關本府權限事項……°。』」

臺北市政府衛生局處理違反菸害防制法事件統一裁罰基準第 3 點規定：「本局處理違反菸害防制法事件統一裁罰基準如下表：……」（節錄）

單位：新臺幣

項次	4
違反事實	以本法第 9 條各款方式促銷菸品或為菸品廣告者。

法條依據	第 9 條、第 26 條	
法定罰鍰額度或其他處罰	一、製造或輸入業者：五百萬元以上二千五百萬元以下罰鍰，並按次連續處罰。	
統一裁罰基準	1. 第一次處罰鍰五百萬元至一千五百萬元……。	

二、本件訴願及補充理由略以：

- (一) 訴願人於系爭菸品外包裝以橘底白字標示系爭菸品採用側推式包裝設計，屬於菸品使用方式之必要說明，且內盒標示「降低空氣中的菸味！」及「○○採用氦沁淬煉技術降低產生於空氣中的菸味並保有○○的口感」之描述性文字，僅係說明系爭菸品之產品特徵。
- (二) 前行政院衛生署（註：102 年 7 月 23 日改制為衛生福利部）98 年 11 月 5 日預告訂定之「禁止促銷菸品或為菸品廣告之方式」，公告事項三、（一）之 1 雖將「於菸品容器或其外包裝上，加註嚴選、優質、聞名、精緻、限量、珍藏或特別等任何描述性文字」，列入菸害防制法第 9 條第 9 款「其他經中央主管機關公告禁止」之廣告型態之一，惟嗣於 99 年 10 月 4 日正式公告生效之「禁止促銷菸品或為菸品廣告之方式」卻將上開規定予以刪除，足證菸品容器上之描述性文字並非同法第 9 條禁止之菸品廣告，訴願人於系爭菸品內盒標示產品特徵之描述性文字，並無違反該條之規範。
- (三) 系爭菸品內盒之文字標示，僅購買系爭菸品之「特定」消費者可得知悉，不具對「不特定」消費者推銷或宣傳系爭菸品之效果，且系爭菸品具有內外包裝之區隔，並無原處分機關所稱會因購買者將其帶離銷售場所而達到招徠銷售之廣告目的。
- (四) 原處分機關執法標準係以全面性地禁止菸品輸入業者於菸品內外包裝上加註任何非品牌及價格之資訊，違反憲法第 23 條之比例原則，嚴重侵害訴願人之言論自由、營業自由權及財產權。
- (五) 訴願人僅就系爭菸品之銷售行為負責，不應承擔消費者個人使用行為所可能產生之結果，並無故意或過失；原處分機關對於訴願人於調查階段之說明視若無睹，違反行政程序法第 9 條及第 36 條之客觀與調查義務。
- (六) 原處分機關之裁罰理由僅憑主觀臆測，未提出任何客觀證據證明有多少消費者因系爭菸品文字產生購買意願，且不符論理及經驗法則，違反行政程序法第 43 條規定。

三、查本件訴願人進口之系爭菸品，菸品包裝以明顯對比式文字標示此菸品係採用側推包裝設計，導引消費者推開菸盒後，即可清楚看見菸品內盒加註之「降低空氣中的菸味！」、「○○採用氮沁淬凍技術降低產生於空氣中的菸味並保有○○的口感」等文字，刻意強調「低殘留菸味」特性，企圖刺激消費者購買意願，此並有系爭菸品採證照片等影本附卷可稽。

四、惟按所謂菸品廣告係指以任何形式之商業宣傳、促銷、建議或行動，其直接或間接之目的或效果在於對不特定之消費者推銷或促進菸品使用，菸害防制法第2條第4款定有明文。而查系爭菸品僅於其內盒標示「降低空氣中的菸味！」及「○○採用氮沁淬凍技術降低產生於空氣中的菸味並保有○○的口感」字句，並非於系爭菸品外包裝標示上述文字，則是否屬於對不特定之消費者推銷或促進菸品使用之菸品廣告？抑或僅屬向消費者揭露產品資訊之文字？又系爭菸品上所載之如事實欄文字，若非屬於菸品包裝之必要文字，是否即可認屬於菸品廣告？亦非無疑。另系爭菸品之品名為「○○低殘留菸味 3 毫克」標示於系爭菸品外盒側面，為不特定人得共見共聞，且經訴願代理人於102年7月29日至本府訴願審議委員會進行言詞辯論時，表明「○○」係「○○」之英文縮寫，則是否已該當菸害防制法菸品廣告之構成要件，並該當菸害防制法第9條第1款規定所禁止之方式？抑或該當菸害防制法第6條第1項規定：「菸品、品牌名稱及菸品容器加註之文字及標示，不得使用淡菸、低焦油或其他可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微之文字及標示。」而應依同法第24條第1項規定予以裁處？均尚有未明，容有再予查明之必要。從而，為求原處分之正確適法，應將原處分撤銷，由原處分機關於決定書送達之次日起60日內另為處分。

五、綜上論結，本件訴願為有理由，依訴願法第81條，決定如主文。

訴願審議委員會主任委員 丁 庭 宇（公出）

委員 王 曼 萍（代理）

委員 劉 宗 德

委員 紀 聰 吉

委員 柯 格 鐘

委員 葉 建 廷

委員 王 韻 茹

委員 吳 秦 雯

中華民國 102 年 8 月 1 日市長 郝龍斌

法務局局長 蔡立文決行