

訴 願 人 ○○有限公司

代 表 人 ○○○○

訴 願 代 理 人 ○○○

原 處 分 機 關 臺北市政府衛生局

訴願人因違反食品衛生管理法事件，不服原處分機關民國 102 年 11 月 7 日北市衛食藥字第 1023

9004000 號裁處書，提起訴願，本府決定如下：

主文

訴願駁回。

事實

訴願人於網路（網址 xxxxx）刊登「○○」食品廣告（下稱系爭食品廣告），其內容載有：「……認識牛樟芝……食用牛樟芝的生理反應……2. 食慾增加，但能控制體重……5. 出現『暝眩反應』，即『好轉反應』……人的體質呈現酸性時血液較混濁，會導致身體各器官產生各種病變，因此保持身體鹼性體質就很重要。從『酸性體質』變成『鹼性體質』時，體內的有毒物質排出體外，此時會顯現出各種症狀及反應，此症狀和反應會依照個人體質的不同而有所改變，有的很輕微；有的很重，每個人都不同。此反應就叫做『暝眩反應』……暝眩反應在漢藥醫療或食物療法中所呈現出的一種暫時現象，常常被視為藥物所產生的副作用，但這不是副作用，而是好轉的開始。在中醫學上稱為『暝眩症狀』，凡呈現此症狀時疾病就會治癒……由於不同病症者食用牛樟（芝）後會出現不同的暝眩反應，對暝眩反應不瞭解的人，在食用牛樟芝後會出現不同的『徵狀』（即暝眩反應），以為這是（牛）樟芝帶來的副作用，是不好的反應，因而停止食用，以致前功盡棄……健康資訊……12 分 48 秒 台灣一人死於癌症……衛生署公布的 99 年國人十大死因，癌症已連續 29 年蟬聯十大死因榜首，死亡人數破歷年新高，且每 12 分 48 秒，就有 1 人死於癌症，死亡人數 4 萬 1046 人，再創新高。平均不

到 13 分鐘就有 1 人罹癌死亡，口腔癌的發生、死亡年齡，更較其他癌症早 10 到 20 年……」等

詞句，並佐以其他產品比較圖表，整體傳達訊息易誤導消費者系爭食品具有上述功效，涉及誇張、易生誤解，案經民眾向原處分機關檢舉，並經原處分機關於民國（下同）102 年 10 月 23 日訪談訴願人之受託人○○○並製作調查紀錄表後，審認系爭食品廣告違反食品衛生管理

法第 28 條第 1 項規定，爰依同法第 45 條第 1 項規定，以 102 年 11 月 7 日北市衛食藥字第 1023900

4000 號裁處書，處訴願人新臺幣（下同）4 萬元罰鍰。該裁處書於 102 年 11 月 8 日送達，訴願

人不服，於 102 年 11 月 25 日向本府提起訴願，同年 11 月 26 日補正訴願程式，並據原處分機關

檢卷答辯。

理由

一、按食品衛生管理法第 2 條規定：「本法所稱主管機關：在中央為衛生福利主管機關；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。」第 28 條第 1 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 45 條第 1 項規定：「違反第二十八條第一項……處新臺幣四萬元以上二十萬元以下罰鍰……。」

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）95 年 4 月 13 日衛署

食字第 0950014814 號函釋：「……廣告行為之構成，係可使不特定多數人知悉其宣傳內容，進而達到招徠商業利益之效果。故網站中如有販售特定產品，則網站內所有網頁，及經由該網站連結之網站、網頁、網址等內容，均屬於廣告範疇……。」

食品標示宣傳或廣告詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定基準：「……三、涉及誇張、易生誤解或醫療效能之認定基準如下：……（二）、使用下列詞句者，應認定為未涉及醫療效能，但涉及誇張或易生誤解：1. 涉及生理功能者：……排毒素……3. 涉及改變身體外觀：……減肥。塑身……纖體（瘦身）……。」

臺北市政府衛生局處理違反各項醫療衛生法規案件統一裁罰基準第 2 點規定：「違反……食品衛生管理法……之統一裁罰基準如以下各種裁罰基準表：……（八）處理違反食品衛生管理法統一裁罰基準表……。」

（八）違反食品衛生管理法統一裁罰基準表（節錄）

項次	13
違反事實	對於食品、食品添加物或食品用洗潔劑所為之標示、宣傳或廣告，有不實、誇張或易生誤解之情形。

| 法規依據 | 第 19 條第 1 項及第 32 條（修正後為第 28 條第 1 項及第 45 條）

| 法定罰鍰額度或 | 新臺幣 4 萬元以上 20 萬元以下罰鍰……

| 其他處罰 |

| 統一裁罰基準 | 一、裁罰標準

| (新臺幣：元) | 第 1 次處罰鍰新臺幣 4 萬元，每增加 1 件加罰 1 萬元整……。

| 裁罰對象 |違法行為人

臺北市政府 94 年 2 月 24 日府衛企字第 09404404400 號公告：「……公告事項：……六、

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……。」

二、本件訴願理由略以：系爭食品廣告從未刊登於產品相關頁面上，且該廣告僅係想提升消費者對於牛樟芝的認識，訴願人實不知道廣告訊息刊登於官網其他位置亦有誤導消費者之可能性與涉及違法。訴願人於接獲原處分機關通知系爭食品廣告有涉及誇張或易生誤解之情事後，立即將廣告下架，請再給予一次機會，撤銷原處分。

三、查訴願人於網路登載如事實欄所述之系爭食品廣告，經原處分機關審認其整體傳達之訊息涉及誇張、易生誤解，有該廣告網頁資料、原處分機關 102 年 10 月 2 日違規廣告監測查報表及 102 年 10 月 23 日訪談訴願人之受託人○○○之調查紀錄表等影本附卷可稽，是原處分自屬有據。

四、至訴願人主張系爭食品廣告從未刊登於產品相關頁面上，且該廣告僅係想提升消費者對於牛樟芝的認識，訴願人實不知道廣告訊息刊登於官網其他位置亦有誤導消費者之可能性與涉及違法云云。按前衛生署 95 年 4 月 13 日衛署食字第 0950014814 號函釋：「……

廣

告行為之構成，係可使不特定多數人知悉其宣傳內容，進而達到招徠商業利益之效果。故網站中如有販售特定產品，則網站內所有網頁，及經由該網站連結之網站、網頁、網址等內容，均屬於廣告範疇……。」查訴願人為食品販賣業者，於網路刊登如事實欄所述之文字，使消費者獲知系爭食品相關訊息，足資招徠消費者循線購買，自屬食品廣告。復查系爭食品廣告內容載有如事實欄所述之詞句，其整體內容所傳達消費者之訊息，易誤導消費者該食品具有食慾增加，但能控制體重、排毒素等功效，屬宣稱涉及生理功

能及涉及改變身體外觀，堪認有涉及誇張或易生誤解之情事，是訴願人之違規事實，洵堪認定。是訴願人自難以不知此種廣告方式已觸法為由而邀免其責。另訴願人主張其已將糾爭網頁移除，惟此乃屬事後改善行為，尚不影響本件違規事實之成立，訴願主張，不足採據。從而，原處分機關處訴願人法定最低額 4 萬元罰鍰，揆諸前揭規定及函釋意旨，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。

訴願審議委員會主任委員	丁	庭	宇
委員	蔡	立	文
委員	王	曼	萍
委員	劉	宗	德
委員	紀	聰	吉
委員	戴	東	麗
委員	柯	格	鐘
委員	葉	建	廷
委員	范	文	清
委員	王	韻	茹
委員	傅	玲	靜
委員	吳	秦	雯

中華民國 103 年 1 月 28 日
市長 郝龍斌
法務局局長 蔡立文決行

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）