

臺北市政府 105.07.29. 府訴一字第 10509106800 號訴願決定書

訴 願 人 ○○股份有限公司

代 表 人 ○○○

送達代收人 ○○○

原 處 分 機 關 臺北市政府財政局

訴願人因違反菸酒管理法事件，不服原處分機關民國 105 年 4 月 1 日北市財菸字第 10500268002

號裁處書，提起訴願，本府決定如下：

主 文

訴願駁回。

事 實

原處分機關接獲檢舉，訴願人經由「○○○」網站（網址：xxxxx，下稱系爭網站）刊載「……【預約鑑賞】○○威士忌 700ML/瓶……\$495……【預約鑑賞】○○伏特加 750ml/瓶……\$495……本商品僅提供預約賞酒服務，我們將會把您所選定的商品送至您指定的門市……」等載明各類酒品（下稱系爭酒品）名稱、每瓶單價及訂購程序之內容。原處分機關審認訴願人於系爭網站販賣系爭酒品，疑似違反菸酒管理法第 30 條第 1 項規定，乃以民國（下同）105 年 3 月 10 日北市財菸字第 10500268011 號函通知訴願人於文到 20 日內陳述

意見。訴願人於 105 年 3 月 29 日（收文日）以書面向原處分機關陳述意見略以，其提供預約服務，並未於網站上直接販售酒品，消費者須親至門市實品鑑賞，如有意購買，門市人員將進一步請消費者提示身分證件查驗年齡是否滿 18 歲等語。原處分機關查認系爭網站係一般民眾皆可瀏覽之開放式網站，訴願人經由系爭網站網頁載明酒品之賣價等資訊與預購及宅配到指定商店等訂購程序販賣系爭酒品，審認訴願人違反菸酒管理法第 30 條第 1 項規定，因係第 1 次查獲違規，爰依菸酒管理法第 55 條第 1 項、菸酒查緝及檢舉案件處理作業要點第 45 點第 1 項第 1

3 款第 1 目規定，以 105 年 4 月 1 日北市財菸字第 10500268002 號裁處書，處訴願人新臺幣（下同

）1 萬元罰鍰，並限於收到裁處書之日起立即停止網站販賣酒品行為。該裁處書於 105 年 4 月 6 日送達，訴願人不服，於 105 年 5 月 2 日向本府提起訴願，並據原處分機關檢卷答辯。

理 由

一、按菸酒管理法第 2 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 30 條第 1 項規定：「酒之販賣或轉讓，不得以自動販賣機、郵購、電子購物或其他無法辨識購買者或受讓者年齡等方式為之。」第 55 條第 1 項及第 3 項規定：「有下列各款情形之一者，處新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰：……三、酒之販賣或轉讓違反第三十條第一項規定……。」「違反第一項第三款或第五款規定者，並按次處罰。」

菸酒查緝及檢舉案件處理作業要點第 45 點第 1 項規定：「違反本法之行政罰案件，其裁罰參考基準如下：……（十三）依本法第五十五條第一項規定裁罰之案件：1. 第一次查獲者，處新臺幣一萬元罰鍰。2. 第二次查獲者，處新臺幣三萬元罰鍰。3. 第三次以後查獲者，處新臺幣五萬元罰鍰。」

財政部 100 年 10 月 3 日臺財庫字第 10003518140 號令釋：「酒之販賣，如係將型錄置於

實

體店面之電子機臺，該電子機臺及其後端服務平臺之網路皆屬封閉系統，消費者於店內瀏覽操作後，於店內付款取貨時均有店員可辨識購買者年齡，始能完成購買，此種購物方式尚非屬於酒管理法第 31 條（現行第 30 條）第 1 項所稱之電子購物。」

財政部國庫署 96 年 4 月 4 日臺庫五字第 09600144660 號函釋：「……說明：……二

按菸酒管理法第 31 條（現行第 30 條）規定：『酒之販賣，不得以……郵購、電子購物或……等方式為之』，故建置以郵購、網路方式供民眾（預）訂購者，即不符上開規定。」

102 年 2 月 19 日臺庫酒字第 10203615980 號函釋：「……說明：……二、按菸酒管理法……第 31 條（現行第 30 條）第 1 項規定，酒之販賣，不得以……電子購物……等方式為之。業者於網路上設置預約賞酒機制，若實際上有藉預約賞酒方式販售酒品，或其網頁內容包含酒品賣價及數量資訊，而有實質上販賣效果者，涉民法買賣要約行為，則屬本法第 31 條（現行第 30 條）第 1 項之電子購物，為法所不許……。」

臺北市政府 104 年 9 月 23 日府財菸字第 10430380701 號公告：「主旨：公告『菸酒管理

法

』有關本府權限事項，委任本府財政局執行，並自 104 年 11 月 1 日起生效。……公告事項：『菸酒管理法』有關本府權限事項，委任本府財政局執行，並以該局名義行之。

」

二、本件訴願理由略以：

- （一）訴願人於系爭網站提供酒品鑑賞預約服務，並未於網站上直接販售酒品，消費者於賞酒預約後，需親至門市為實品鑑賞，如有購買之意願者必須臨櫃繳費，而其年齡有疑義時，尚須進一步提示身分證件供門市人員查驗年齡是否已滿 18 歲，參酌臺北高等行

政法院 99 年度訴字第 2476 號判決意旨，訴願人提供之酒品鑑賞服務並無違反菸酒管理法第 30 條第 1 項規定。

- (二) 菸酒管理法第 30 條第 1 項規定之立法目的，旨在避免將酒品販賣予法律所禁止之年齡層，以維國民身體健康，是以販賣業者於酒品出售前足以辨識購買者之年齡者，已符合立法意旨，非屬事項規定「電子購物」之範圍。至於網頁內容是否包含酒品賣價及數量資訊？是否為一般民眾皆可瀏覽之開放式網站？是否構成民法買賣要約行為？均與菸酒管理法第 30 條第 1 項之立法目的無涉，財政部國庫署 102 年 2 月 19 日台庫酒字第 1

0203615980 號函釋已有未洽，原處分機關據以作成行政處分，違反不當聯結禁止原則，請撤銷原處分。

- 三、查本件訴願人經由系爭網站販賣系爭酒品，並載明系爭酒品之名稱、每瓶單價及訂購程序等內容，有上開網頁畫面影本附卷可稽。原處分機關以訴願人於網路販賣系爭酒品，無法辨識購買者年齡，違反菸酒管理法第 30 條第 1 項規定，乃裁處訴願人，自屬有據。
- 四、至訴願人主張其並非直接販售酒品，消費者於賞酒預約後，需親至門市為實品鑑賞，如有購買之意願者必須臨櫃繳費，而其年齡有疑義時，尚須進一步提示身分證件供門市人員查驗年齡是否已滿 18 歲云云。按酒之販賣或轉讓，不得以自動販賣機、郵購、電子購物或其他無法辨識購買者或受讓者年齡等方式為之，違者，處 1 萬元以上 5 萬元以下罰鍰；以網路方式供民眾（預）訂購者，若實際上有藉預約賞酒方式販售酒品，或其網頁內容包含酒品賣價及數量資訊，而有實質上販賣效果者，不符菸酒管理法第 30 條不得以電子購物方式販賣酒品之規定；觀諸菸酒管理法第 30 條第 1 項、第 55 條第 1 項規定及財政部

國庫署 96 年 4 月 4 日臺庫五字第 09600144660 號、102 年 2 月 19 日臺庫酒字第 10203615980 號

函釋意旨自明。查本件訴願人經由系爭網站網頁內容載明系爭酒品之賣價等資訊與預購及宅配到指定商店等訂購程序販賣系爭酒品，且系爭網站經原處分機關查認係一般民眾皆可瀏覽之開放式網站，依前揭財政部國庫署函釋意旨，已違反菸酒管理法第 30 條第 1 項不得以電子購物方式販賣酒品之規定。又臺北高等行政法院 99 年度訴字第 2476 號判決所涉係於實體店面內封閉系統之電子機台操作購物，且於店內付款取貨時有店員可辨識購買者年齡之情形（參酌財政部 100 年 10 月 3 日臺財庫字第 10003518140 號令釋意旨，

非

屬於菸酒管理法第 30 條第 1 項所稱電子購物），與本件情形不同，尚難比附援引。訴願主張，不足採據。從而，原處分機關審認訴願人違反菸酒管理法第 30 條第 1 項規定，因係第 1 次查獲違規，爰依菸酒管理法第 55 條第 1 項、菸酒查緝及檢舉案件處理作業要點第 4

5 點第 1 項第 13 款第 1 目規定，處訴願人法定最低額 1 萬元罰鍰，並限於收到裁處書之日

起立即停止網站販賣酒品行為，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 楊 芳 玲
委員 張 慕 貞
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

不同意見書

一、本件訴願決定，多數委員在於酒管理法第 30 條第 1 項規定之架構下，受限於財政部國庫署 96 年 4 月 4 日臺庫五字第 09600144660 號及 102 年 2 月 19 日臺庫酒字第 10203615980 號函釋

意旨，認定以建置網路方式供民眾（預）訂購，或於網路上設置預約賞酒機制，若實際上有藉預約賞酒方式販售酒品，或其網頁內容包含酒品賣價及數量資訊，而有實質上販賣效果者，即屬於酒管理法第 30 條第 1 項之電子購物，該當違規行為。然而，菸酒管理法第 30 條第 1 項之規範意旨，主要乃在避免「無法辨識購買者或受讓者年齡等方式」而為酒之販賣或轉讓，故而，只要販賣方式足以辨識購買者或受讓者年齡，即不應受限於法條所例示之「自動販賣機、郵購、電子購物」手段，而將所有新興、發展中之各種電子購物情況不進行區分而一律認定為「無法辨識購買者或受讓者年齡」並加以裁罰，否則即有擴張解釋逾越法律授權範圍之嫌疑，並過份限制人民之營業自由與表意自由。由於臺北市政府係屬地方行政機關，對於中央法規之適用僅得依據中央主管機關之函釋進行認定。因此本人對於多數意見亦表理解，故前曾有類似案件，亦尊重財政部國庫署之函釋。但本件之事實狀況，實與函釋中所認定之「實質上販賣效果」不盡相同，故撰寫不同意見書，主張本案應撤銷原處分。

二、本件訴願人於網站網頁內容確實刊載酒品之賣價、預購及宅配到指定商店等訂購資訊，而進行酒品之販售，但此一網頁資訊，僅為要約，縱然買受人有意購買，仍須到指定門市提示身分證件，經過鑑賞後，方該當於當事人就標的物與價金互相同意，買賣契約成

立。對於買賣契約尚未成立前，只是以電子網頁提供資料的方式吸引潛在消費者之注意，在性質上僅可認定為成立要約引誘之廣告，認定該當「實質上販賣效果」，根本就是對於預備行為之處罰！法條本身既僅明文對於酒之販賣或轉讓進行裁罰，非對販賣或轉讓之前行為（譬如廣告行為）進行規範，財政部國庫署前述函釋實有擴張解釋逾越法律授權範圍之嫌疑，因而違反法律保留原則。縱因受限於地方主管機關之權限，只得尊重中央主管機關之函釋效力，然在本具體個案之適用上，事實上與財政部國庫署前述函釋所涉之具體個案情況不同，故本席認為當可排除前述二函釋之適用，認定訴願人之行為並無違反菸酒管理法第 30 條第 1 項之規定，自無須裁罰訴願人。

委員 吳 秦 雯

中華民國 105 年 7 月 29 日

市長 柯文哲

法務局局長 楊芳玲 決行

如只對本決定罰鍰部分不服者，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）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。（臺北高等行政法院地址：臺北市士林區文林路 725 號）