

訴 願 人 ○○有限公司台灣分公司

代 表 人 ○○○

原 處 分 機 關 臺北市政府衛生局

訴願人因違反食品安全衛生管理法事件，不服原處分機關民國 106 年 8 月 1 日北市衛食藥字第 1

0636980400 號裁處書，提起訴願，本府決定如下：

主文

訴願駁回。

事實

訴願人於其官網（網址：xxxxx）〔民國（下同）106 年 7 月 4 日下載網頁〕刊登「○○」食品廣告（下稱系爭廣告），內容載稱：「……奶昔的甜味來源主要有兩種：……○○：… …○○……有 100 萬人得到糖尿病而無感，顯示出“糖”中毒已經是全民健康危機！……根據《○○期刊》的學術研究報告指出，吃進高 GI 食物的人，罹患第二型糖尿病的風險，會比吃進低 GI 食物的人高出 45%……。」等詞句，整體訊息涉及誇張、易生誤解。案經民眾檢舉後，原處分機關查得刊登系爭廣告者為訴願人，乃以 106 年 7 月 7 日北市衛食藥字第 10637354501 號函通知訴願人陳述意見，經訴願人以 106 年 7 月 17 日書面陳述意見。原處分機關仍審認系爭廣告違反食品安全衛生管理法第 28 條第 1 項規定，爰依同法第 45 條第 1 項規定，以

106 年 8 月 1 日北市衛食藥字第 10636980400 號裁處書，處訴願人新臺幣（下同）4 萬元罰鍰。

該裁處書於 106 年 8 月 7 日送達，訴願人不服，於 106 年 9 月 5 日向本府提起訴願，並據原處分機

關檢卷答辯。

理由

一、按食品安全衛生管理法第 2 條規定：「本法所稱主管機關：……在直轄市為直轄市政 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……者，處新臺幣四萬 元以上四百萬元以下罰鍰……。」

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第 3 點規定：「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.....。」
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，則該網站內所有網頁，以及可連結之網站、網頁、網址等內容，均屬於廣告範疇，若有涉及違反食品衛生相關法令之規定者，即屬違法。」

95年11月28日衛署食字第0950051664號函釋：「.....廣告係以負面狀況陳述可能發生

的危機，再介紹產品特性，易使消費者誤解該產品具有相關預防或改善效果，廣告整體表現已超出保健功效許可範圍.....。」98年10月27日衛署食字第0980031595號函釋：

「食品廣告是否涉及不實、誇張或易生誤解情節之認定，係視個案傳達消費者訊息之整體表現，包括文字、敘述、產品品名、圖像、圖案及符號等，作綜合研判。另，產品宣傳內容如能達到對大眾宣傳之效果，即構成廣告行為.....只要內容涉及違規，即屬違規廣告行為。」

衛生福利部食品藥物管理署（下稱衛福部食藥署）102年10月25日FDA企字第1024012573

號函釋：「.....『GI』係指『Glycemic Index（升糖指數）』，故案內廣告宣稱『低GI』恐有使民眾誤認旨揭產品具『調節血糖』功能之嫌.....。」

臺北市政府94年2月24日府衛企字第09404404400號公告：「主旨：公告修正.....有關

本府主管衛生業務委任事項，自即日起生效。.....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（按：已修正為食品安全衛生管理法）中有關本府權限事項.....。」

臺北市政府衛生局處理違反食品安全衛生管理法事件統一裁罰基準第3點規定：「本局處理違反食品安全衛生管理法事件統一裁罰基準如下表：（節錄）」

罰鍰單位：新臺幣

項次	31
違反事實	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，有不實、誇張或易生誤解之情形。
法條依據	第 28 條第 1 項
	第 45 條
	第 46 條第 2 項
法定罰鍰額度或 其他處罰	處 4 萬元以上 400 萬元以下罰鍰……。 其他處罰
統一裁罰基準	一、裁罰基準 (一) 第 1 次處罰鍰 4 萬元至 10 萬元整，每增加 1 件加罰 1 萬元… …。

二、本件訴願理由略以：訴願人於系爭廣告陳述「○○」，係訴願人回覆消費者有關於產品成分中糖的資訊，其係基於善盡產品成分資訊公開透明及消費者保護責任所為之客觀事實闡述，根本非系爭食品之廣告訴求重點；而另篇文章「GI 顧得好，健康沒煩惱」，則為專業營養師依據學術研究成果所為之衛教宣導，旨在幫助一般消費大眾認識所謂 GI（升糖指數）。該兩者之撰寫目的、意圖與系爭食品根本無涉，將兩者刻意連結而稱違反食品廣告規定，實有誤解，請主管機關更正處分。

三、查訴願人於網站「○○」食品 Q&A 中刊登此特定產品之○○，強調與市售高果糖玉米糖漿 GI 高達 89-105 是完全不同成分，又於同網頁「○○○」文章中刊登如事實欄所述負面狀況可能發生危機之系爭廣告，經原處分機關審認其整體訊息涉及誇張、易生誤解，有系爭廣告網頁（下載日期：106 年 7 月 4 日）、原處分機關 106 年 7 月 4 日違規廣告監測查報

表及訴願人 106 年 7 月 17 日陳述意見書等影本附卷可稽，是原處分自屬有據。

四、至訴願人主張於系爭廣告陳述「○○」，係訴願人回覆消費者有關於產品成分中糖的資訊；而另篇文章「GI 顧得好，健康沒煩惱」，則為專業營養師依據學術研究成果所為之衛教宣導，旨在幫助一般消費大眾認識所謂 GI（升糖指數）；該兩者之撰寫目的、意圖與系爭食品無涉，將兩者刻意連結而稱違反食品廣告規定，實有誤解云云。按食品安全衛生管理法第 28 條第 1 項規定，對於食品所為之標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形；且衛生福利部亦訂有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以資遵循，明定涉及生理功能及五官臟器等，應認定涉及誇張或易

生誤解，屬不得宣稱之詞句敘述；又依前衛生署 95 年 4 月 13 日衛署食字第 0950014814 號

函釋意旨，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，則該網站內所有網頁，以及可連結之網站、網頁、網址等內容，均屬於廣告範疇，若有涉及違反食品衛生相關法令之規定者，即屬違法。另 98 年 10 月 27 日衛署食字第 0980031595 號函釋意旨，產品宣傳內容如能達到對

大

眾宣傳之效果，即構成廣告行為，只要內容涉及違規，即屬違規廣告行為。再按衛福部食藥署 102 年 10 月 25 日 FDA 企字第 1024012573 號函釋示，GI 係指 Glycemic Index（升糖指

數），廣告宣稱「低 GI」恐有使民眾誤認產品具「調節血糖」功能之嫌。未按前衛生署 95 年 11 月 28 日衛署食字第 0950051664 號函釋示，廣告若以負面狀況陳述可能發生的危機

，再介紹產品特性，易使消費者誤解該產品具有相關預防或改善效果，廣告整體表現已超出保健功效許可範圍。訴願人於其官網刊登之系爭廣告，宣稱「○○」此特定產品之○○，又強調市售高果糖玉米糖漿 GI 高達 89~105 是完全不同成分，及吃進高 GI 食物的人，罹患第二型糖尿病的風險，會比吃進低 GI 食物的人高出 45% 等詞句，以負面狀況陳述可能發生之危機，其整體傳達訊息易誤導消費者系爭食品具有調節血糖之相關預防或改善效果，系爭廣告有誇張、易生誤解之情形；再查系爭廣告既刊有食品品名、產品說明及訂購方式等相關資訊，使消費者得循線購買系爭食品，是訴願人自難以系爭廣告係屬專業營養師依據學術研究成果所為之衛教宣導而非系爭食品廣告等由而邀免其責。訴願主張，不足採據。從而，原處分機關依前揭規定及裁罰基準，處訴願人法定最低額 4 萬元罰鍰，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 袁秀慧
委員 張慕貞
委員 柯格鐘
委員 范文清
委員 吳秦雯
委員 王曼萍
委員 陳愛娥
委員 劉昌坪

市長 柯文哲
法務局局長 袁秀慧請假
副局長 林淑華代行

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）