

訴 願 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 112 年 3 月 21 日北市衛食藥字第 1123018429 號裁處書，提起訴願，本府決定如下：

主文

訴願駁回。

事實

原處分機關接獲民眾陳情反映，○○（下稱○○）網站帳號「○○」刊登如附表所示○○、○○（下合稱系爭食品）4 件食品廣告（下合稱系爭廣告），系爭廣告涉及誇張、易生誤解，並查得該帳號之實際使用人係訴願人，乃以民國（下同）112 年 2 月 24 日北市衛食藥字第 1123019812 號函（下稱 112 年 2 月 24 日函）請訴願人陳述意見，經訴願人以 112 年 3 月 13 日書面陳述意見在案。原處分機關仍審認訴願人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 項及食品安全衛生管理法第四十五條規定廣告處理原則第 2 點及其附表一等規定，以 112 年 3 月 21 日北市衛食藥字第 1123018429 號裁處書（下稱原處分），處訴願人新臺幣（下同）7 萬元罰鍰。

原處分於 112 年 3 月 23 日送達，訴願人不服，於 112 年 3 月 30 日經由原處分機關向本府提起訴願，4 月 28 日補正訴願程式，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 3 條第 1 款規定：「本法用詞，定義如下：一、食品：指供人飲食或咀嚼之產品及其原料。」第 28 條第 1 項、第 4 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。」「第一項不實、誇張或易生誤解與第二項醫療效能之認定基準、宣傳或廣告之內容、方式及其他應遵行事項之準則，由中央主管機關定之。」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……。」

食品及相關產品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解或醫療效能認定

準則（下稱認定準則）第 1 條規定：「本準則依食品安全衛生管理法（以下簡稱本法）第二十八條第四項規定訂定之。」第 3 條規定：「本法第二十八條第一項或第二項所定標示、宣傳或廣告涉及不實、誇張、易生誤解，或醫療效能之認定，應就其傳達予消費者之品名、文字敘述、圖案、符號、影像、聲音或其他訊息，依整體表現，綜合判斷之。」第 4 條第 1 項規定：「本法第二十八條第一項食品及相關產品之標示、宣傳或廣告，表述內容有下列情形之一者，認定為涉及不實、誇張或易生誤解：一、與事實不符。二、無證據，或證據不足以佐證。三、涉及維持或改變人體器官、組織、生理或外觀之功能。四、引用機關公文書字號或類似意義詞句。但依法令規定應標示之核准公文書字號，不在此限。」

食品安全衛生管理法第四十五條規定廣告處理原則第 1 點規定：「衛生福利部為統一處理依食品安全衛生管理法第四十五條（以下稱本條）規定裁處之廣告案件，建立執行之公平性，有效遏止違規廣告影響民眾健康安全及消費權益，特訂定本處理原則。」第 2 點規定：「本條廣告規定所列罰鍰額度之審酌：違反食品安全衛生管理法第二十八條第一項、第三項規定如附表一……。」

附表一 違反食品安全衛生管理法第二十八條第一項、第三項規定罰鍰額度之審酌（節錄）

違反法條	裁罰法條	違反事實	罰鍰之裁罰內容	審酌原則	備註
本法第 28 條第 1 項、第 3 項	本法第 45 條第 1 項	一、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，其廣告有不實、誇張或易生誤解之情形。 .....	處新臺幣 4 萬元以上 400 萬元以下罰鍰。	一、依違規次數，按次裁處基本罰鍰(A)如下： (一)1 次:新臺幣 4 萬元。 ..... 二、有下列加權事實者，應按基本罰鍰(A)裁處，再乘以加權倍數作為最終罰鍰額度。	違規次數: 違規次數之計算以裁處書送達後發生之違規行為，始列計次數。另自主管機關查獲違規事實當日起逾 1 年後始查獲他件違反相同條款裁罰案件，應重新起算違規次數。
加權事實	加權倍數				
違規行為故意性加權(B)	過失(含有認識過失或無認識過失): B=1 註: 1.本裁處罰鍰基準所稱無認識過失，係指行為人雖非故意，但按其情節應注意，並能				

	<p>注意，而不注意者。</p> <p>2.本裁處罰鍰基準所稱有認識過失，係指行為人對於構成違規之事實，雖預見其能發生而確信其不發生者。</p> <p>3.本裁處罰鍰基準所稱直接故意，係指行為人對於構成違規之事實，明知並有意使其發生者。</p> <p>4.本裁處罰鍰基準所稱間接故意，係指行為人對於構成違規之事實，預見其發生而其發生並不違背其本意者。</p>		
違害程度加權 (C)	<table border="1"> <tr> <td>廣告整體表現易引起民眾錯誤認知： C=1</td><td>廣告整體表現明顯引起民眾錯誤認知： C=2</td></tr> </table> <p>註：前揭加權倍數中所稱整體表現，包括文字、圖畫、記號、影像及聲音等內容，綜合判斷之。</p>	廣告整體表現易引起民眾錯誤認知： C=1	廣告整體表現明顯引起民眾錯誤認知： C=2
廣告整體表現易引起民眾錯誤認知： C=1	廣告整體表現明顯引起民眾錯誤認知： C=2		
其他作為罰鍰裁量之參考加權事實 (D)	違規案件依前揭原則裁罰有顯失衡平之情事者，得斟酌個案情形，敘明理由，依行政罰法規定予以加權，其加權倍數得大於 1 或小於 1。其有加權者，應明確且詳細記載加權之基礎事實及加權之理由。		
最終罰鍰額度計算方式	$A \times B \times C \times D$ 元		
備註	裁處罰鍰，經加權計算超過該處罰條款規定之法定罰鍰最高額時，除有行政罰法第 18 條第 2 項之情事者外，以其法定罰鍰最高額定之；裁處之罰鍰，除依行政罰法得減輕或免除者外，不得低於法定罰鍰之最低額。		

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）

84 年 12 月 30 日衛署食字第 84076719 號函釋：「……食品廣告如為推介特定食品，同時以就該產品所含成分，宣稱可達特定之生理功能或效果，則易使民眾誤認僅食用該品即可達到改善生理機能效果，已明顯誤導民眾正確均衡飲食之觀念，則違反食品衛生管理法（按：現為食品安全衛生管理法）規定。」

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，及經由該網站聯結之網站、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。」

前衛生署食品藥物管理局（下稱前食藥局，已改制為衛生福利部食品藥物管理署）101 年 5 月 30 日 FDA 器字第 1010034507 號函釋：「……所提『公司介紹、創辦團隊、企業理念、成立宗旨、品牌標誌（logo）

、商品保證原則、退換貨原則、運送方式及付款方式』等內容，……於虛擬網路社群行銷，如 Facebook、Blog、Plur 等分享心情文章、一則笑話等，若提及特定產品及效能，可使不特定多數人知悉其宣傳之內容，仍應依廣告規定辦理。」

臺北市政府 108 年 9 月 17 日府衛食藥字第 1083076536 號公告：「主旨：公告修正本府主管衛生業務委任事項，並自即日起生效。……公告事項：本府前於 94 年 2 月 24 日府衛企字第 09404404400 號公告略以：『… …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……』，惟法規名稱已修正，爰修正為……『食品安全衛生管理法』中有關本府權限事項，委任本府衛生局，以該局名義執行之。」

二、本件訴願理由略以：訴願人收到原處分機關 112 年 2 月 24 日函後，立即下架○○廣告，因係初犯並深知○○賣場禁止刊登宣稱療效廣告，故過往皆於○○分享自己使用產品心得，並於 3 月 13 日回復陳述書以表悔意，但原處分機關 112 年 2 月 24 日函未提及○○廣告被檢舉，以致訴願人資訊不對稱而未能在陳述書詳盡表明今後不會再刊登不實廣告。訴願人已知悔改，且這段期間未售出產品，未獲得銷售金額，請減少罰鍰。

三、查訴願人以其帳號「○○」於○○網站刊登如附表所述詞句內容之系爭廣告，經原處分機關審認系爭廣告涉及誇張、易生誤解，有系爭廣告網頁列印畫面資料、新加坡商○○有限公司台灣分公司 112 年 1 月 12 日函所附會員帳號資料等影本附卷可稽，原處分自屬有據。

四、至訴願人主張其收到原處分機關 112 年 2 月 24 日函後立即下架○○廣告，並於 3 月 13 日回復陳述書以表悔意，但該函未提及○○廣告被檢舉，以致其未能在陳述書詳盡表明今後不會再刊登不實廣告；其係初犯且未售出產品云云。經查：

(一) 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；違反者，依同法第 45 條第 1 項規定，處 4 萬元以上 400 萬元以下罰鍰；且衛生福利部亦訂有前揭認定準則以資遵循，明定涉及維持或改變人體器官、組織、生理或外觀功能等情形之食品廣告內容，應認定為涉及不實、誇張或易生誤解；食品廣告如為推介特定食品，同時以就該產品所含成分，宣稱可達特定之生理功能或效果，則易使民眾誤認僅食

用該食品即可達到改善生理機能效果，已明顯誤導民眾正確均衡飲食之觀念；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；於虛擬網路社群行銷，如 Facebook、Blog、Plur 等分享心情文章、一則笑話等，若提及特定產品及效能，可使不特定多數人知悉其宣傳之內容，仍應依廣告規定辦理；有上開前衛生署 84 年 12 月 30 日、95 年 4 月 13 日及前食藥局 101 年 5 月 30 日等函釋意旨可稽。

- (二) 查食品非藥品，食品主要是提供身體所需熱量及營養素，維持生理正常運作，其廣告或標示不得誇大、宣稱療效；又查系爭廣告刊登系爭食品之品名、廠商名稱、產品照片、產品功效、「任何問題歡迎私訊我」、「回饋買三送一 平均一盒 1185 超划算」、「大家最愛的○○抽獎活動來了！價值\$1680 的○○免費送、運費我負擔 快到底下留言、標記三位朋友 我將抽出三盒○○送你們」、留言等，藉由傳遞訊息以招徠消費者循線購買，且載有如附表所述之詞句，其整體傳達之訊息，易誤導消費者系爭食品具有其所述美白、消除自由基、降低黑色素生成、保護心血管、抗老化、減少皺紋、抗氧化、豐胸、降低乳腺癌風險、增加抵抗力、抗糖化等功能，核屬認定準則第 4 條第 1 項第 3 款所定涉及維持或改變人體器官、組織、生理或外觀之功能範圍，堪認系爭廣告已涉及誇張、易生誤解之情事，依法自應受罰。另查原處分機關 112 年 2 月 24 日函，係原處分機關作成原處分前，依行政程序法第 102 條及第 104 條等規定，通知訴願人因於網路刊登系爭廣告，涉違反食品安全衛生管理法等規定，請其於 112 年 3 月 13 日前陳述意見；並已隨函檢附違規廣告明細表載明產品名稱、下載日期、刊登網址、違規廣告內容等，已給予訴願人陳述意見之機會。且刊登網址上已有○○網站之名稱，訴願人主張通知陳述意見函未載明○○廣告，應有誤會。又訴願人雖主張其事後已將系爭廣告下架，亦僅屬事後改善行為，尚不影響本件違規事實之認定。訴願主張，不足採據。從而，原處分機關審認訴願人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 項及食品安全衛生管理法第四十五條規定廣告處理原則第 2 點及其附表一等規定，審酌訴願人違規情節包括：違規次數（1 次，A=4 萬元）、違規行為過失（B=1）、違害程度（C=1）、其他作為罰鍰裁量之參考加權事實（第 1 次處罰鍰 4 萬元，行為內刊播次數為 1 次 D=1，

每增加 1 次增加加權倍數 0.25，共 4 件廣告， $D=1+0.25\times 3=1.75$ ），處訴願人 7 萬元罰鍰（ $A\times B\times C\times D=40,000\times 1\times 1\times 1.75=70,000$ ），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。

。

附表：

編號	產品名稱	下載日期	刊登網址	違規廣告內容
1	○○	111 年 12 月 29 日	xxxxxx	.....喝出無暇白皙透亮好氣色.....加強防護力.....幫助彈性因子生成.....吸收率達 133%.....想自帶光芒促進亮妍淨皙，容光煥發的你.....額頭的小痘痘都不見了.....降低黑色素生成 提升美白效果 增加肌膚彈性 減少皺紋及紋理 保護心血管及氧化.....針對皮膚：美白：降低黑色素生成，強化美白 美肌：肌膚彈性增加 健康：消除自由基、保護心血管、抗發炎 抗老化：減少皺紋及紋理、抗氧化 彈潤：膠原蛋白密度增加.....美白美肌 X 氣色紅潤.....抗氧奇效 X 抗老絕佳.....膠原生成 X 亮澤潤肌.....皮膚健康 X 護心血管.....改善膚質、膚色、痘痘 比打針吃藥來的安全有效 .....選擇○○是最對的選擇 不論是對皮膚還是對膚色.....白到發光又健康.....痘痘消六、七成 還有變白.....無須消化！即可進入細胞吸收.....相當於細胞的 1/9.....可大幅提高吸收率至 133%.....
2	○○	111 年 12 月 29 日	xxxxxx	.....醫美診所強烈推薦.....七天有感亮晶晶.....超激光透明感.....30 歲前大變身 牛奶肌&大捏捏.....○○對皮膚的好處 強度美白 提升膠原蛋白 緊緻肌膚 改善過敏膚質 抗老 .....用喝的就可以美白.....膚色暗沈、痘疤、黑肉底都能喝.....想要亮白肌必買○○.....黃皮、黑皮、想要更白必 BUY.....亮白同時提升肌膚防護力.....像這個是喝的美白的.....
3	○○	111 年 12 月 29 日	xxxxxx	.....豐胸.....給我看○○.....服用.....希望成為娜美.....超級豐胸 美白 婦科保健 調理內分泌 降低乳腺癌風險.....本來就不小 還能再長大！？ 上次買了兩盒，女友很有感 因為原本有 E，但不健康瘦身瘦到上胸 現在摸起來應該有 F 了 .....實測直接有效果.....至從遇到○○我原本平胸吃到現在有 E 而且還很挺.....吃○○近一年的成果.....半年至一年就晉升 E 罩杯.....比隆乳划算多了.....吃○○感覺私密處變緊了？會.....食用○○後女性雌激素恢復到較佳的水平，因此會有這樣的效果.....對豐胸很有幫助喲.....建議達到想要罩杯後，持續吃兩顆保養美胸及婦科保健.....月經乖乖來.....保養婦科.....○○有平衡荷爾蒙功效，可以穩定原本的經期不定、改善經痛.....結合八種豐胸美胸營養成分超級

				豐胸外還有調理內分泌、平衡荷爾蒙、美肌功效.....
4	○○	112 年 1 月 5 日	xxxxx	.....美白抗老化，增加抵抗力.....真心覺得皮膚有變細緻 你們看到額頭上的是剩下的痘疤 喝○○真有效.....很像擦薄 薄一層蜜粉的這種感覺.....除了膚色有些許提亮潤澤 腰頰 、鼻翼肌膚細緻程度 UP.....服用.....皮膚真的好透亮 毛孔 幾乎沒了.....痘疤也淡了.....抗氧化、抗糖化的效果..... 連指節最容易暗沉的部分 和手背膚色都逼近一致了.....人 體立可白.....你的背來還有痘嗎.....真的沒了 現在就剩疤 .....吃完兩盒○○ 背上粉刺都不見了.....

訴願審議委員會主任委員 連 堂 凱 (公出)

委員 張 慕 貞 (代行)

委員 王 曼 萍

委員 陳 愛 娥

委員 盛 子 龍

委員 洪 偉 勝

委員 范 秀 羽

委員 邱 駿 彦

委員 郭 介 恒

中華民國 112 年 6 月 12 日

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）