

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 7 月 19 日北市衛食藥字第 1123022700 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，○○（下稱○○）網站帳號「○○」刊登如附表所示○○（○○）、○○等 14 件食品（下合稱系爭食品）之廣告（下合稱系爭廣告），內容涉及誇張、易生誤解，並查得該帳號之實際使用人係訴願人，乃函請訴願人陳述意見，經訴願人以書面陳述意見在案。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，以民國（下同）112 年 7 月 19 日北市衛食藥字第 1123022700 號裁處書（下稱原處分），處訴願人新臺幣（下同）17 萬元罰鍰。原處分於 112 年 7 月 20 日送達，訴願人不服，於 112 年 8 月 4 日向本府提起訴願，10 月 5 日補充訴願資料，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	過失（含有認識過失或無認識過失）：B=1 註：		故意（含直接故意或間接故意）：B=2		

(B)	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，並能注意，而不注意者。 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。 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。 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。	
違害程度加權	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
(C)	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。	
其他作為罰鍰裁量之參考加權事實	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。	
(D)		
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（下稱84年12月30日函釋）

：「……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（下稱95年4月13日函釋）

：「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（102年7月23日改制為衛生福利部食品藥物管理署，下稱前食藥局）101年5月30日FDA器字第1010034507號函釋

（下稱 101 年 5 月 30 日函釋）：「……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：訴願人僅在○○單一社群平臺內發文，並非在多個不同社群平臺，且在單一帳號內發文，在收到原處分機關通知後亦立即刪文。按比例原則，並不對等，請撤銷原處分。

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、訴願人 112 年 5 月 11 日自承該帳號為其使用之書面等影本附卷可稽，原處分自屬有據。

四、至訴願人主張其僅在○○單一社群平臺內發文，並非在多個不同社群平臺，且在單一帳號內發文，在收到原處分機關通知後亦立即刪文云云。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，及經由該網站聯結之網站、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；次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、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護膚、除痘、豐胸、瘦身、美白、婦科保養、排毒、抗老等功能，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。訴願人既為販售系爭食品及刊登系爭廣告之行為人，對於食品安全衛生管理法等相關法令即應主動瞭解遵循，並對其販售之食品所刊登之廣告文詞應盡其注意義務。復查訴願人雖在○○社群平臺內以單一帳號刊登之系爭廣告，除產品有不同品項外，廣告宣傳方式及內容均不同，係不同之廣告。又縱訴願人於收到原處分機關通知後已立即刪除系爭廣告，亦屬事後改善行為，不影響本件違規行為之成立。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（D=1，每增加 1 件增加加權倍數 0.25，共 14 件廣告，D=1+0.25x13=4.25），處訴願人 17 萬元罰鍰（AxBxCxD=4 萬元 x 1x1x4.25=17 萬元），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	○○	112 年 5	xxxxxx	自從喝了○○後 皮膚變亮了.....本來便秘超嚴重的 現在都很順.....孕期痘痘.....膚色不均.....黑頭粉刺.....痘疤粉刺.....皮膚亮了.....痘痘消了

		月 4 日		粉刺少了.....黑色素沈澱.....長痘痘，現在好很快.....沒有痘疤.....斑稍微淡化.....直接白一階.....膚色不均 蠟黃.....斑明顯.....
2	○○	112 年 5 月 4 日	xxxxxx	胸的 cup.....好大.....原本 E 不知道為什麼最近變 F.....吃豐胸.....瘦身.....○○大奶神器.....大奶不再是夢想.....○○大ㄋㄟㄋㄟ.....皮膚變好.....吃 1 個禮拜就有感.....亮眼.....美肌美白.....眼力修復救星.....泌尿道順暢.....抗氧化.....從胸部肌膚到私密處一次呵護.....
3	○○	112 年 5 月 4 日	xxxxxx	妊娠紋救星.....○○.....兩週燙傷反饋.....2 個禮拜時間.....疤痕明顯淡化到已經完全看不太到了.....膠原蛋白修復肌膚.....一週皮膚亮起來黑眼圈改善.....能夠幫助身體等各內部循環的調整.....3 天臉頰泛紅痘改善.....美白.....淡化疤痕.....好皮膚.....改善腸道機能.....改善過敏反應.....
4	○○	112 年 5 月 4 日	xxxxxx	豐胸+美白+美肌+緊穴+香穴+排毒+抗老.....吃別的豐胸產品都沒效，結果○○超有效.....大奶神器.....○○.....直接吃加強 3 顆大ㄋㄟㄋㄟ.....有效的也沒副作用.....○○.....讓你內衣換不完.....痘疤.....囊腫真的是喝○○消的.....
5	○○	112 年 5 月 4 日	xxxxxx	瘦身、大奶.....效果也是無敵好.....建議至少 3 盒加強吃.....乳腺疏通是 3-6 個月.....要持之以恆持續吃不要中斷.....睡不好、失眠.....可以吃○○跟吃○○.....還能保養私密處.....皮膚.....豐胸+美白+美肌+緊穴+香穴+排毒+抗老.....大奶○○.....要變瘦巴巴吃○○.....增加免疫力、保養皮膚.....
6	○○	112 年 5 月 4 日	xxxxxx	大了後要保養 不會縮.....穿內衣有差.....吃○○配○○.....效果超好.....我都吃 1 顆保養.....瘦了 11 公斤.....奶一點都沒小.....每天 1 顆.....豐胸+美白+美肌+緊穴+香穴+排毒+抗老...完全沒有副作用.....調整經期不順.....○○豐胸神器.....
7	○○	112 年 5 月 4 日	xxxxxx	大ㄋㄟㄋㄟ吃○○.....不用動刀胸部就會變大.....豐胸產品.....吃○○大到自己想要的程度.....胸型變圓潤美.....形狀變好.....9 盒可以大 1 個 cup.....
8	○○	112 年 5 月 4 日	xxxxxx	徹底改善我的過敏性鼻炎.....皮膚變亮.....豐胸跟縮陰.....膠原蛋白是胸部的重要組成部分.....保證胸部豐滿、挺拔.....同時向妳的胸部補充足量的膠原蛋白.....修復傷口很強.....保養婦科.....○○22 大功效.....抗老抗氧化.....維持彈力水嫩明亮美肌.....抗 UV 抵擋紫外線.....美白、抑制黑色素生成.....消除水腫.....抗發炎.....預防多種慢性病.....增強免疫力.....心血管保護.....促進人體膠原蛋白生成.....保護關節軟骨.....促進傷口癒合.....抑制腸道發炎.....改善腸道機能.....降低膽固醇三酸甘油脂.....抗血栓調節血壓.....調節免疫系統.....
9	○○	112 年 5 月 4 日	xxxxxx	變白皮膚變好.....○○22 大功效.....抗老抗氧化.....養顏提亮美肌.....維持彈力水嫩明亮美肌.....抗 UV 抵擋紫外線.....美白、抑制黑色素生成.....消除水腫.....抗發炎.....預防多種慢性病.....增強免疫力.....心血管保護.....促進人體膠原蛋白生成.....保護關節軟骨.....促進傷口癒合.....抑制腸道發炎.....改善腸道機能.....降低膽固醇三酸甘油脂.....減低過敏反應.....抗血栓調節血壓.....調節免疫系統.....豐胸.....妹妹緊實效果加倍強.....○○是縮陰膠囊.....陰道緊實/改善搔癢發炎反應.....保護心血管

				抗衰老/抗 UV/抗紫外線.....
10	○○	112 年 5 月 4 日	XXXXX	私密處保養.....最強縮陰產品.....抗老化.....促進膠原蛋白增生.....合成膠原蛋白及玻尿酸.....補水保濕/增加彈性.....預防泌尿道感染.....抗發炎、改善過敏體質.....男生可以增加性功能、勃起功能.....
11	○○	112 年 5 月 4 日	XXXXX	私密處保養.....讓你緊回少女.....改善私密處發炎反應、異味都會改善.....男生吃可以保養攝護腺.....整體功力大提升.....緊/彈/潤/香 少女般緊緻.....
12	○○	112 年 5 月 4 日	XXXXX	○○.....改善發炎.....婦科保養.....縮陰.....可以改善.....發炎 搔癢.....更緊緻契合的夜晚.....私密處保養產品.....口服比外用更有效的縮陰產品.....讓你緊、濕、潤、彈變得更敏感.....○○吃瘦身.....○○吃縮陰.....○○吃大ㄋㄟㄋㄟ.....
13	○○	112 年 5 月 4 日	XXXXX	○○是縮陰膠囊.....陰道緊實/改善搔癢發炎反應.....對皮膚細胞有很好的支撐作用.....婦科保養.....全面健康修復.....高抗氧化能力.....美白抗 UV.....抑制黑色素生成.....消水腫.....幫助腸胃蠕動.....增加免疫力.....抗老/抗發炎.....增強免疫力.....保護心血管.....支撐肌膚保持彈性.....強化免疫系統.....抗紫外線.....婦科健康修護.....延緩肌膚衰老.....防止自由基的傷害.....○○.....超級豐胸/婦科保健/美肌保養.....○○.....超級縮陰/增加敏感好感度/濕潤度提升/改善搔癢發炎/婦科全方位保養.....
14	○○	112 年 5 月 4 日	XXXXX	婦科保健.....大奶飲.....針對豐胸+婦科保健+美肌美顏.....A 到 C.....長大兩個罩杯.....美肌婦科保健成分.....胸型堅挺好看.....防止產後下垂鬆弛.....改善血液循環.....體態雕塑（雌激素不夠容易身材走樣）.....改善末梢冰冷.....肌膚緊緻透亮.....婦科保健暖宮.....可以穩定情緒，預防產後憂鬱症.....○○.....超級豐胸/婦科保健/美肌保養.....○○.....超級縮陰/增加敏感好感度/濕潤度提升/改善搔癢發炎/婦科全方位保養.....○○.....美白加強.....改善腸道機能/抗氧化抗老化.....

訴願審議委員會主任委員 連 堂 凱

委員 張 慕 貞

委員 王 曼 萍

委員 范 秀 羽

委員 邱 駿 彥

委員 郭 介 恒

委員 宮 文 祥

中華民國 112 年 12 月 25 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：臺北市士林區福國路 10 1 號）

