

訴 願 人：○○有限公司台灣分公司

代 表 人：○○○

訴 願 代 理 人：○○○

原 處 分 機 關：臺北市政府新聞處

訴願人因違反菸酒管理法事件，不服原處分機關 94 年 7 月 5 日北市新一字第 09430712400 號行政處分書，提起訴願，本府依法決定如下：

主 文

訴願駁回。

事 實

緣訴願人於 94 年 6 月 10 日出版發行之「○○」第○○版刊載「○○ 350ml×6 罐 原價 229 元 特價 157 元」廣告 1 則，經原處分機關查認該則廣告未明顯標示「飲酒過量，有害健康」或其他之警語，違反菸酒管理法第 37 條及同法施行細則第 14 條規定，爰依同法第 55 條第 2 項規定，以 94 年 7 月 5 日北市新一字第 09430712400 號行政處分書，處訴願人新臺幣（以下同）10 萬元罰鍰，並命違規廣告應立即改正。訴願人不服，於 94 年 7 月 22 日向本府提起訴願，8 月 29 日補充訴願理由，並據原處分機關檢卷答辯到府。

理 由

一、按菸酒管理法第 37 條規定：「酒之廣告或促銷，應明顯標示『飲酒過量，有害健康』或其他警語，……」第 55 條第 2 項規定：「電視、廣播、報紙、雜誌、圖書等事業違反第 37 條規定播放或刊載酒廣告者，由新聞主管機關處新臺幣 10 萬元以上 50 萬元以下罰鍰，並通知限期改正；屆期未改正者，得按次連續處罰。」

同法施行細則第 14 條規定：「依本法第 37 條規定為酒之廣告或促銷而標示健康警語時，應以版面百分之十連續獨立之面積刊登，且字體面積不得小於警語背景面積二分之一，為電視或其他影像廣告或促銷者，並應全程疊印。僅為有聲廣告或促銷者，應以聲音清晰揭示健康警語。前項標示健康警語所用顏色，應與廣告或促銷版面之底色互為對比。」

二、本件訴願及補充理由略以：

(一) 系爭商品資訊刊登之版面主題為「○○」，主要之目的係為提供○○讀者各大量販、居家賣場通路涼夏商品的優惠活動，其中所載之內容均為○○向各大量販、居家賣場通路訪查所得，並無委刊之情事存在。

(二) 查○○副刊，報導涵蓋之內容皆為與民眾日常生活食衣住行育樂有關之相關資訊。細

究系爭商品資訊刊登版面之內容，係就涼夏商品於各大量販、居家賣場通路優惠訊息之揭露。就版面整體以觀，確實足以認定系爭商品資訊並非廣告。退萬步言，如係廣告委刊關係，不致有由各大量販、居家賣場通路聯合刊登廣告之情況。

- (三) 有關系爭商品資訊是否具有促銷效能乙節，觀諸系爭商品資訊刊登版面之內容，係針對互為競爭對手之「○○」、「○○」、「○○」、「○○」、「○○」、「○○」等量販、居家賣場通路之優惠資訊同時一併揭露，根本無就特定商品為促銷之主觀、客觀構成要件該當。且訴願人公司既為○○，○○的內容包羅萬象，於副刊將消費資訊、產品新知、流行趨勢及旅遊情報等資訊予以報導，本屬於報紙內容之一部分，與是否具有促銷效能無涉。如果僅以具有促銷效能即對系爭商品資訊施以行政處分，無異扼殺新聞自由之精神以及貶損其服務讀者之效能。
- (四) 原處分機關認定廣告標準為「可使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播者均屬廣告之範疇。」惟按○○副刊之內容往往具有前揭「使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播」之特性，如按原處分機關認定標準來判定，○○副刊之內容豈不皆屬廣告之範疇。
- (五) 訴願人主觀上認為報紙內容可以粗淺地分為「報導」及「廣告」二種形式，且區別「報導」及「廣告」最簡單的方法是以「是否有委刊者」來判定。試問如果沒有廣告主給付廣告費，訴願人為何要幫特定廠商打廣告？而此判定方法竟為原處分機關所揚棄！而以概括性、結構鬆散的構成要件檢視時下內容包羅萬象、五花八門的報導，且遽為認定系爭報導屬於廣告或促銷，無異為故步自封且侵害新聞自由。

三、卷查本件原處分機關查認訴願人於94年6月10日出版發行之「○○」第○○版刊載「○○ 350ml×6罐 原價 229元 特價 157元」廣告1則；並經原處分機關查認該則廣告未明顯標示「飲酒過量，有害健康」或其他之警語，違反菸酒管理法第37條及同法施行細則第14條規定，爰依同法第55條第2項規定，以94年7月5日北市新一字第0943071

2400號行政處分書，處訴願人10萬元罰鍰，並命違規廣告應立即改正。此有系爭94年6月10日出版發行之「○○」第○○版影本附卷可稽。是原處分機關依法處分，自屬有據。

四、次按菸酒管理法第37條規定，旨在避免刺激過量或不當消費酒類，以維護國民健康，爰予適當限制酒類廣告或促銷內容。詳言之，若有透過大眾傳播工具對酒類等商品加以報導宣傳，激起大眾之購買慾望者，即屬上開法令所欲規範之範圍。至於是否有廣告主給付刊登費用，與其是否為酒類廣告，並無絕對關聯性。復觀諸系爭報導內容及圖片編排，除刊載商號名稱外，尚包括酒類圖片等足以識別該商品之資訊，及服務電話等其他資訊。是其以報導方式為酒類商品廣告或促銷之事實，應可認定。訴願人執此為辯，尚難採憑。而本件既屬於菸酒管理法所稱之廣告已如前述，則訴願人於刊載之際，即應遵守菸

酒管理法及同法施行細則之規定；又誠如訴願人所主張，報導之目的係為服務讀者，則更應注意其所報導內容對讀者之身心影響，訴願人未盡注意之義務，即屬有過失，應受處罰。是以訴願人所辯，尚難遽對其為有利之認定。從而，原處分機關依前揭規定，處訴願人法定最低額 10 萬元罰鍰，並命違規廣告應立即改正，並無不合，原處分應予維持。

五、綜上論結，本件訴願為無理由，爰依訴願法第 79 條第 1 項之規定，決定如主文。

訴願審議委員會主任委員 張明珠
副主任委員 王曼萍
委員 陳 敏
委員 曾巨威
委員 曾忠己
委員 陳淑芳
委員 林世華
委員 蕭偉松
委員 陳石獅
委員 湯德宗
委員 陳立夫
委員 陳媛英

中 華 民 國 95 年 1 月 6 日市長 馬英九

訴願審議委員會主任委員 張明珠 決行

如對本決定不服者，得於收受本決定書之次日起 2 個月內，向臺北高等行政法院提起行政訴訟，並抄副本送本府。

(臺北高等行政法院地址：臺北市大安區和平東路 3 段 1 巷 1 號)