

訴 願 人：○○股份有限公司

代 表 人：○○○

訴 願 代 理 人：○○○

原 處 分 機 關：臺北市政府衛生局

訴願人因違反食品衛生管理法事件，不服原處分機關 95 年 4 月 4 日北市衛藥食字第 095322 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「○○購物網」網站（網址：xxxxx.....）上刊登「○○」食品廣告，其內容載有「.....最新消息.....茶多酚對人體的幫助 1. 減肥.....2. 抗氧化及清除自由基.....3. 降低血脂及血壓.....4. 抗癌及抗腫瘤.....5. 預防齲齒及口臭.....6. 改善便祕及便便氣味.....而且茶多酚還能吸附胃腸道中的毒素，並隨尿液及便便排出，達到體內環保的功效，進而清除腸內壞菌，減少便便的臭味.....」等詞句，涉及誇張或易使消費者誤解。案經民眾提出檢舉並經原處分機關於 95 年 3 月 23 日訪談受訴願人委託之○○○並當場製作調查紀錄表後，審認訴願人違反食品衛生管理法第 19 條第 1 項規定，爰依同法第 32 條第 1 項規定，以 95 年 4 月 4 日北市衛藥食字第 09532297800 號行政處分書，處訴願人新臺幣 3 萬元罰鍰，並命違規廣告應立即停止刊登。訴願人不服，於 95 年 4 月 27 日向本府提起訴願，5 月 10 日補正訴願程式，並據原處分機關檢卷答辯到府。

### 理 由

一、按食品衛生管理法第 9 條規定：「本法所稱主管機關：在中央為行政院衛生署；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。」第 19 條第 1 項規定：「對於食品、食品添加物或食品用洗潔劑所為之標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形。」第 32 條第 1 項規定：「違反第 19 條第 1 項規定者，處新臺幣 3 萬元以上 15 萬元以下

罰鍰；違反同條第 2 項規定者，處新臺幣 20 萬元以上 100 萬元以下罰鍰；1 年內再次違反

者，並得廢止其營業或工廠登記證照；對其違規廣告，並得按次連續處罰至其停止刊播為止。」

食品廣告標示詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定表：「.....二、詞句未涉及醫療效能但涉及誇張或易生誤解：（一）涉及生理功能者：例句：.....清除自由基。排毒素..... 涉及改變身體外觀者：例句：..... 減肥。塑身..... 防止老化.....」

臺北市政府 94 年 2 月 24 日府衛企字第 09404404400 號公告：「主旨：公告修正本府 90 年

8

月 23 日府秘二字第 9010798100 號公告有關本府主管衛生業務委任事項，自即日起生效。依據：一、行政程序法第 15 條。二、臺北市政府組織自治條例第 2 條第 2 項。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）食品衛生管理法中有關本府權限事項。.....」

## 二、本件訴願理由略以：

- (一) 系爭標題為「茶多酚對人體的幫助」之資訊，乃介紹存在於大部分茶葉中之元素「茶多酚」，且綜觀整篇內容，旨在說明「喝茶所攝取之營養成分，已經由醫學研究團隊證實對人體有益」，並未提及原處分機關所指稱之「○○」字樣，亦未針對任何特定食品或任何特定產品進行推介，非為「食品廣告」。
- (二) 原處分機關之行政處分書所指該篇文詞，整體訊息涉及誇張及易使消費者誤解；實則「茶多酚」一詞乃茶葉中多元酚類之集合名稱，此為消費大眾已普遍認知之基本常識，該篇文章內容有其出處及學理根據可供查證，並無誇張字句；「茶多酚」可輕易藉由喝茶而攝取，更應無從產生誤解。
- (三) 檢視原行政處分書所指涉之網頁，僅左下方暢銷商品處出現訴願人公司「○○」字樣；惟該暢銷商品區之 10 項產品乃為消費者購買行為之統計排行，原處分機關以此非必然之結果，強搭知識宣導之內容，實為不當之處分。
- (四) 依據食品廣告標示詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定表之總說明，究其根本仍為「針對食品之標示、宣傳或廣告」；將「食品衛生管理法」強加於用以教育宣導之文案，實已造成訴願人公司權利及利益之損害。

三、卷查本案訴願人於網路刊登如事實欄所述之廣告內容，經原處分機關依首揭食品廣告標示詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定表規定意旨，查認訴願人刊登之系爭廣告其整體所傳達消費者之訊息，核有涉及誇張或易使消費者誤解之情事，此並有系爭食品廣告網頁、原處分機關 95 年 3 月 23 日訪談受訴願人委託之○○○之調查紀錄表等影本附卷可稽；是本件違規事證明確，足堪認定。

四、至訴願人主張前揭資訊內容未針對任何特定食品或任何特定產品進行推介，非為「食品廣告」等節。按所謂「廣告」，參照消費者保護法施行細則第 23 條規定，係指利用電視、廣播、影片、幻燈片、報紙、雜誌、傳單、海報、招牌、牌坊、電腦、電話、傳真、

電子視訊、電子語音或其他方法，可使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播。故行為人主觀上有藉傳播媒體將商品或服務之宣傳內容散佈予不特定人知悉之意思，客觀上廣告者有將欲廣告之宣傳內容傳播於不特定多數人使其知悉之行為，即足當之。卷查本件訴願人於網路刊登如事實欄所述之內容，配合其左下方「○○」等產品，及所附廠商地址、24小時免付費服務電話，消費者自得透過該等資訊之連結，以獲知系爭食品之其他訊息。是以本件系爭資訊內容應可認定係訴願人為達宣傳系爭食品之功效，以招徠消費者購買為目的之食品廣告。又該廣告之內容整體易使消費者誤解該產品具有廣告內容所宣稱之效果，已如前述。是原處分機關以訴願人違反食品衛生管理法第19條第1項規定，並依同法第32條第1項規定處分，自屬有據。訴願人就此主張，尚難遽對其為有利之認定。另訴願人主張前揭文案內容有其出處及學理根據可供查證云云；查系爭食品如確有具體研究報告能證明其經加工後確實具備所宣稱之效果，自應循健康食品管理法之規定，提具相關研究報告報請行政院衛生署核准，始得宣稱該等加工食品具有該等功效；否則如特定之加工食品廣告以該食品之某項成分具備有益健康之效果，大肆宣傳或影射該項產品亦具有相同功效，而該項食品是否確實含有有益健康之成分及所含比例多少或有無經加工過程而破壞等情事，若未經政府機關或相關公正專業團體檢驗認證並經核准，即易產生誤導消費者而有誇張或易使消費者誤解之情形。是訴願人所辯，尚難採憑。從而，原處分機關依前揭規定，處訴願人法定最低額新臺幣3萬元罰鍰，並命違規廣告應立即停止刊登，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 林世華  
委員 陳石獅  
委員 陳立夫  
委員 陳媛英

中 華 民 國 95 年 9 月 7 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，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)

