

臺北高等行政法院判決

110年度訴字第270號

110年12月23日辯論終結

原告 英商臺灣英美物流股份有限公司

代表人 Takaya Kai (Lars Kai)

訴訟代理人 盧柏岑律師

被告 花蓮縣政府

代表人 徐榛蔚

訴訟代理人 杜家駒律師

上列當事人間菸害防制法事件，原告不服衛生福利部民國110年1月28日衛部法字第1093100063號訴願決定（原處分：花蓮縣政府109年4月28日府衛健字第1090073727號行政處分），提起行政訴訟，本院判決如下：

主 文

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

一、程序部分：

原告代表人本為鄭佳菁，嗣變更為Bassem Zouheir Bekdache，復又變更為Takaya Kai (Lars Kai)，茲經Bassem Zouheir Bekdache、Takaya Kai (Lars Kai)先後具狀聲明承受訴訟（見本院卷第199頁至第201頁、第345頁至第347頁），核無不合，先予敘明。

二、爭訟概要：

被告所屬衛生局於民國109年1月15日，在花蓮縣轄內統一超商稽查發現，原告販售之「KOOL HOKKAIDO MINT 北海道薄荷小雪茄5號」菸品（下稱系爭菸品），包裝印有「KOOL」文字、企鵝圖像、企鵝與薄荷葉圖形，經被告認定系爭菸品容器標示違反菸害防制法第6條第1項「菸品、品牌及菸品容

器加註之文字或及標示，不得使用淡菸、低焦油或其他可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微之文字及標示」，及第9條第1款「促銷菸品或為菸品廣告，不得以廣播、電視、電影片、錄影物、電子訊號、電腦網路、報紙、雜誌、看板、海報、單張、通知、通告、說明書、樣品、招貼、展示或其他文字、圖畫、物品或電磁紀錄物為宣傳方式為之」，乃依菸害防制法第24條、第26條第1項，及行政罰法第24條等規定，於109年4月28日以府衛健字第1090073727號處分，處原告罰鍰新臺幣（下同）500萬元，並定期命於3個月內回收違規菸品（下稱原處分）。惟原告不服原處分，提起訴願，經衛生福利部於110年1月28日以衛部法字第1093100063號訴願決定，訴願駁回；但原告猶不服訴願決定，故向本院提起行政訴訟。

三、原告主張：

(一)系爭菸品為「英商臺灣英美物流股份有限公司臺灣分公司」所輸入，其領有財政部核發之菸酒進口業許可執照，系爭菸品包裝上亦記載該分公司為進口商，且菸害防制法第24條、第26條處罰之對象為「菸品製造、輸入業者」；然原告本身並無營業及財產，甚無菸酒進口業許可執照，本件實應以分公司為處罰對象，始為適法。況實務見解均肯認分公司於行政程序上有當事人能力，得為行政罰之處罰對象，此由菸害防制法第6條第1項及第9條第1款明定以「菸品輸入業者」為裁罰對象自明；故本件進口系爭菸品之行為主體為分公司，不因公司法廢除外國公司認許制度而有不同，被告不得以無營業之外國公司即原告為裁罰對象。

(二)再系爭菸品包裝並無菸害防制法第6條第1項「可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微」之標示，蓋系爭菸品包裝所印之「KOOL」文字及薄荷葉圖形，「COOL」字義為涼爽、冷靜、冷淡，而薄荷為品牌名稱之一部分，亦為原料之一，僅表示系爭菸品風味，並無任何藥草意涵，被告逕將之與「濃度較低」、薄荷藥草效果或危害輕微相連結，實屬無據。復系爭

菸品商品名稱為「KOOL HOKKAIDO MINT北海道薄荷小雪茄5號」，「KOOL」為商品品牌，於91年3月16日即已註冊「KOOL」、「KOOL及企鵝」為商標，乃為菸害防制法96年修正公布前即已存在之菸品名稱，即有菸害防制法第6條第1項但書之適用，而不得以系爭菸品有「使人誤認無害健康或危害輕微」之虞相繩。

(三)另系爭菸品包裝所印「KOOL」、「企鵝圖像」及「企鵝與薄荷葉圖形」分別為品牌名稱、商標及包裝設計，並非菸害防制法第9條第1款所稱之菸品廣告；有關菸品包裝上之標示，解釋上仍須具備「明顯誘引之描述性文字或形容詞」、「搭配菸品包裝為重複使用性之材質（金屬、塑膠）」，始足構成，故「KOOL」、「KOOL及企鵝」為系爭菸品依法註冊之商標、品牌名稱，乃菸品包裝之必要文字，自不得以「商品名稱標示面積過大」相責，尚不得認屬違法。縱品牌名稱與商標之標示為非必要標示事項，而可能落入菸品廣告之範疇，惟依改制前衛生署98年11月5日署授國字第0980701091號公告及過去案例，系爭菸品上「KOOL」、「KOOL及企鵝」之標示並無積極促進商品之效果，僅有與其他品牌區別之作用，與菸害防制法限制之菸品廣告有別；原處分亦載明「企鵝與吸菸無關」，薄荷葉圖形則為配合品牌名稱及原料之包裝設計，關於風味之中性事實陳述，自無促銷、宣傳之廣告功能。

(四)是原告並非系爭菸品之輸入業者，亦無構成菸害防制法第6條第1項、第9條第1款之違規事實，被告所為之原處分顯有違誤等語。併為聲明：訴願決定及原處分均撤銷。

四、被告則以：

(一)系爭菸品容器上固載明進口商為分公司，惟分公司既為原告之分支機構，屬原告法人格之一部，無獨立行為能力，其違規行為之實體法律效果即應歸於原告。至原告所舉實務案例，僅係處理分公司之訴訟上當事人能力，乃法院為便利訴訟案件進行而創設，非即指分公司有行政程序之當事人能力

而得為行政法上不利處分之對象，原處分以原告為裁罰對象並無違誤。

(二)又原處分理由已載明系爭菸品包裝之「KOOL」文字、企鵝圖像、企鵝與薄荷葉之圖形非屬菸品包裝必要之圖形與文字，為菸害防制法第9條第1款規定所禁止，且「KOOL」文字與薄荷葉圖形可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微，同時違反菸害防制法第6條第1項規定；由原處分說明全文整體觀察，足認已符明確性原則，並無處分理由不備之情事。且關於菸品包裝不得使用可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微之文字或標示，其判準「可能致人誤認」係以一般社會通念為準；則系爭菸品容器上「KOOL」文字與薄荷葉圖形與系爭菸品無關，系爭菸品內亦無薄荷葉，然該圖形於菸品外盒正中以大幅圖示表現，已顯著吸引消費者目光並凸顯強調性質，易使消費者接收薄荷之草本資訊並產生連結薄荷功效之印象，而「KOOL」為「COOL」發音相同字形近似，有涼爽清爽之意，亦容易使人產生系爭菸品濃度較低、對健康較無危害印象之虞，該當菸害防制法第6條第1項「菸品不得使用可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微之文字」之禁止內容。

(三)另菸害防制法第9條第1款之規範目的，在於禁止利用廣播、電視等傳播媒體或其他圖文等足以使廣告大量散布之方式，達成宣傳菸品之目的；是法律雖未禁止菸品包裝設計，但如於菸品包裝上印有非屬菸品包裝必要之文字（即除品牌、價格及其他依法應記載事項以外之其他文字），足以產生刺激消費者購買之意願，或使購買者帶離銷售菸品場所、隨其四處擴散，而達到宣傳之效果，直接或間接對不特定消費者推銷或促進菸品使用，即有違菸害防制法第9條第1款規定。系爭菸品包裝印有「KOOL」文字、企鵝圖像及企鵝與薄荷葉造型之圖形，均非屬菸品包裝之必要圖形與文字，縱「KOOL」文字為商品品牌，菸酒管理法亦未要求以大面積標示，企鵝圖像亦非必要標示內容，堪認系爭菸品包裝已達菸害防制法第2條第4款所稱菸品廣告之構成要件，而為同法第9條第1款

規定所禁止。至原告雖稱「K00L」為註冊商標，但系爭菸品於108年12月23日始辦理菸品資料申報，晚於菸害防制法96年7月1日修正，自非屬第6條第1項但書之範疇；況菸害防制法乃為菸品商品標示之特別法，應優先於商品標示法適用，故菸品包裝使用商標搭配其他圖畫，如已超過單純提供消費者識別之程度，仍屬菸害防制法第9條第1款禁止之菸品廣告圖文宣傳。

(四)則原告為本件行政處罰主體，且系爭菸品已該當菸害防制法第6條第1項、第9條第1款之處罰要件，被告予以裁處原告，核無違誤等語，資為抗辯。併為聲明：原告之訴駁回。

五、本院之判斷：

(一)原告為本件行政處罰主體：

1.按本法所稱行為人，係指實施違反行政法上義務行為之自然人、法人、設有代表人或管理人之非法人團體、中央或地方機關或其他組織，行政罰法第3條定有明文。而本法所稱外國公司，謂以營利為目的，依照外國法律組織登記之公司；外國公司，於法令限制內，與中華民國公司有同一之權利能力；外國公司非經辦理分公司登記，不得以外國公司名義在中華民國境內經營業務，復為公司法第4條、第371條第1項所明定。再前開公司法條文107年8月1日修法理由謂：在國際化之趨勢下，國內外交流頻繁，依外國法設立之外國公司既於其本國取得法人格，我國對此一既存事實宜予尊重；且為強化國內外公司之交流可能性，配合實際貿易需要及國際立法潮流趨勢，爰廢除外國公司認許制度，刪除原條文（第4條）後段規定，關於外國公司之定義，採取與企業併購法第4條第8款及證券交易法第4條第2項相同之定義。按民法總則施行法第12條第1項規定「經認許之外國法人，於法令限制內，與同種類之我國法人有同一之權利能力。」本法廢除認許制度後，外國公司於我國究有如何之權利能力，宜予明定，爰參照上開規定，增訂（第4條）第2項；另配合廢除外國公司認許

01 制度，爰刪除原（第371條）第1項，原第2項修正移列第1
02 項，依原第377條規定，外國公司準用第19條規定，為利
03 適用，將原準用第19條第1項之情形納入本項規範，另配
04 合廢除外國公司認許制度，刪除「認許」之文字，並酌作
05 文字修正。

06 2.則107年8月1日修正之公司法，係為配合全球招商政策，
07 建構我國成為具有吸引全球投資之國際環境並與國際接
08 軌，依外國法設立之外國公司既於其本國取得法人格，我
09 國對此一既存事實宜予尊重，爰廢除外國公司認許制度，
10 並新增第4條第2項，明定「外國公司，於法令限制內，與
11 中華民國公司有同一之權利能力」；故基於外國分公司屬
12 本公司之一部，原不另具有獨立之法人格，就公司法107
13 年8月1日修正後，外國公司與我國公司有同一之權利能
14 力，有關外國分公司實施違反行政法上義務行為，當應回
15 歸行政罰法第3條規定，概由本公司擔負起歸責責任，為
16 行政處罰主體，方符合公司法修法意旨暨行政罰法體例，
17 不因外國分公司有依公司法第371條第1項規定，在國內辦
18 理分公司登記而有異。查被告以系爭菸品之進口商為英商
19 臺灣英美物流股份有限公司臺灣分公司，而該分公司屬原
20 告整體法人格之一部，此有原告外國公司暨分公司登記資
21 料可佐（見原處分卷第4頁至第5頁，本院卷第31頁至第35
22 頁），爰就系爭菸品之容器標示及廣告違規事實，以原處
23 分裁處原告，核與首揭說明有關公司法107年8月1日修正
24 後，外國公司在我國具有權利能力，應負起違反行政法上
25 義務之責意旨相符。

26 3.是被告以原告為本件行政裁罰主體，予以裁處，核無違
27 誤；自不因原告分公司是否已在我國辦理分公司登記，抑
28 或為實際進口併領得菸酒進口業許可執照，而予變更歸責
29 主體地位，尚難謂原告不需擔負行政處罰責任，故原告此
30 節主張，要屬無據。

31 (二)系爭菸品違反菸害防制法第6條第1項前段規定：

- 01 1.按菸品容器，指向消費者販賣菸品所使用之所有包裝盒、
02 罐或其他容器等；菸品、品牌名稱及菸品容器加註之文字
03 及標示，不得使用淡菸、低焦油或其他可能致人誤認吸菸
04 無害健康或危害輕微之文字及標示，但本法修正前之菸品
05 名稱不適用之，菸害防制法第2條第3款、第6條第1項定有
06 明文。又菸害防制法明確表示菸品有害國民健康，但基於
07 防堵不如管制之思維底下，雖允許菸商販售菸品，然對於
08 菸品之販賣方式則加以諸多限制，例如為提醒民眾菸品之
09 危害及保護國家未來主人身體之康健，除要求在菸品本身
10 之包裝要加註「吸菸有害健康」等警語外，並要求不得使用
11 令民眾誤認菸品對健康危害輕微之標示、以及不得以任何
12 方式可以令未成年人容易取得菸品之販售模式等是。雖
13 菸害防制法第6條第1項前段僅係就不得使用淡菸、低焦油
14 或其他可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微之文字及標
15 示為規範，並非除此之外，其他為推銷或促進菸品使用，
16 而具有宣傳效果包裝文字設計皆得為之，不因文字係品牌
17 名或包裝介紹而有區別；且在解釋其規範意旨「可能致人
18 誤認吸菸無害健康或危害輕微」，應以一般社會通念為判
19 準，換言之，有誤認之虞者，即足以當之。
- 20 2.查被告所屬衛生局於109年1月15日，在花蓮縣轄內統一超
21 商稽查發現，原告販售之「KOOL HOKKAIDO MINT 北海道
22 薄荷小雪茄5號」菸品，包裝印有「KOOL」文字與薄荷葉
23 圖形，可能致人誤認吸菸無害或危害輕微乙節，有系爭菸
24 品價購照片、進口報單等為證（見原處分卷第1頁至第3
25 頁，訴願卷第17頁至第19頁，本院卷第241頁至第243
26 頁），足以信實。觀之系爭菸品及其品牌名稱、容器包
27 裝，「KOOL」文字與「COOL」發音與字型類似，有涼爽、
28 清爽之意思，而薄荷葉圖形使人連結為中藥草，具疏散風
29 熱，清利頭目，利咽，透疹，疏肝解鬱之功效；則依一般
30 社會通念，「KOOL」文字與薄荷葉圖形，易使人產生系爭
31 菸品濃度較低，具有薄荷藥草效果，而對健康較無危害等

01 印象之虞，核屬有誤認之虞，自有構成菸害防制法第6條
02 第1項之違反。雖原告表示「KOOOL」、薄荷為其商品品
03 牌，薄荷亦為原料之一，且於91年3月16日已註冊「KOO
04 L」、「KOOOL及企鵝」為商標，僅以薄荷表示系爭菸品風
05 味，並無任何藥草意涵，有菸害防制法第6條第1項但書之
06 適用；惟「KOOOL」有使人誤認為「COOL」一節，如前所
07 述，且系爭菸品並無薄荷藥草成分，充其量僅為風味添
08 加，原告將之使用於容器包裝，當易使人產生誤認，復菸
09 害防制法第6條第1項所指菸品及其品牌名稱、容器包裝，
10 並無設限，凡具有宣傳效果包裝文字設計皆得為之，故註
11 冊商標有使人誤認之虞時，亦該當該項處罰要件，原告無
12 由以此卸免責任。至原告固表示跨國關係公司美商英美煙
13 草（品牌）公司所主張90年5月14日為「KOOOL」文字商標
14 之優先權日（見本院卷第325頁），早在菸害防制法第6條
15 第1項但書96年7月11日修正施行之前；但原告直迨108年1
16 2月23日方向衛生福利部申報系爭菸品（見本院卷第265頁
17 至第267頁），顯不於屬修法前之菸品名稱，而無該項但
18 書之適用。

19 3.是原告就系爭菸品包裝上「KOOOL」文字與薄荷葉圖形，易
20 使人產生系爭菸品濃度較低，具有薄荷藥草效果，而對健
21 康較無危害等印象之虞，核屬有誤認之虞，違反菸害防制
22 法第6條第1項之違規事實，洵堪認定。

23 (三)系爭菸品違反菸害防制法第9條第1款規定：

24 1.按菸品廣告，指以任何形式之商業宣傳、促銷、建議或行
25 動，其直接或間接之目的或效果在於對不特定之消費者推
26 銷或促進菸品使用；促銷菸品或為菸品廣告，不得以廣
27 播、電視、電影片、錄影物、電子訊號、電腦網路、報
28 紙、雜誌、看板、海報、單張、通知、通告、說明書、樣
29 品、招貼、展示或其他文字、圖畫、物品或電磁紀錄物為
30 宣傳為之，復為菸害防制法第2條第4款、第9條第1款所明
31 定。勾稽菸害防制法第9條採列舉方式嚴格限制菸品之廣

告、促銷，以盡可能杜絕菸商或其下游販售者廣告其商品之可能，至同法第10條第1項雖允許業者於販賣菸品之場所進行菸品展示，惟其方式僅「以使消費者獲知菸品品牌及價格之必要者為限」，其立法意旨謂：為因應菸品販賣實際需要，允許提供使消費者獲知品牌與價格範圍內之資訊及展示菸品，而非例外允許業者於場所內進行廣告促銷。由此可知，該條項規定之主要用意在於告知消費者菸品之資訊，以供其選擇，此為法律所容忍之最底線；倘菸商於販賣菸品之場所為菸品或菸品容器之展示，逾越使消費者獲知菸品品牌及價格之必要範圍，另產生廣告促銷之效果者，即為法所不許。是菸害防制法第9條第1款之規範目的，在於禁止利用廣播電視等傳播媒體或其他圖文等足以使廣告大量散布之方式，達成宣傳菸品目的之行為；因本法雖未禁止菸品包裝之設計，但若於菸品包裝上印有非屬菸品包裝必要之廣告文字（即除品牌、價格及其他依法應記載之事項外之其他文字），在展示架上擺置與菸品資訊無關之宣傳品，足以刺激一般消費者購買之意願而達成促銷菸品或宣傳菸品之效果者，均屬菸品廣告，即違反菸害防制法第9條第1款之規範意旨。

2. 查原告販售之系爭菸品，包裝印有「KOOL」文字、企鵝圖像，及企鵝與薄荷葉之圖形，非屬菸品包裝必要圖形文字，有廣告效果一事，核有上述事證足憑；且「KOOL」文字與「COOL」發音與字型類似，有涼爽、清爽之意思，而薄荷葉圖形使人連結為中藥草，具疏散風熱，清利頭目，利咽，透疹，疏肝解鬱之功效，企鵝圖樣相較其他品項，在同一展示區極容易吸引消費者注意及詢問，進而增加該項菸品詢問度及販賣，系爭菸品於商店展示時，此占包裝顯著位置標示（已逾1/2以上），具有吸引不特定消費者目光而有廣為散布之宣傳性，屬菸品廣告之性質，當可認定。則系爭菸品之包裝，因非屬必要圖形文字之「KOOL」文字、企鵝圖像，及企鵝與薄荷葉之圖形，占包裝正面顯

01 著位置，所為菸品或菸品容器之展示，顯逾消費者獲知菸
02 品品牌及價格之必要範圍，非僅單純之商品言論表達，另
03 產生廣告促銷之效果，核已構成菸害防制法第9條第1款之
04 違反，至為灼然。雖原告表示系爭菸品之「KOOL」、「KO
05 OL及企鵝」為註冊之商標、品牌名稱，乃菸品包裝之必要
06 文字，且無積極促進商品之效果，僅有與其他品牌區別之
07 作用，企鵝更與吸菸無關，薄荷葉圖形亦屬關於風味之中
08 性事實陳述，自無促銷、宣傳之廣告功能；然系爭菸品外
09 盒正中以大幅圖示標示「KOOL」搭配企鵝圖案，顯著吸引
10 消費者目光，不論是否為註冊商標或品牌名稱，均有積極
11 促進商品之廣告效果，顯非單純之包裝圖案設計，原告無
12 由以此謂前開文字及圖樣不具廣告效果。

13 3.是系爭菸品包裝之「KOOL」文字、企鵝圖像，及企鵝與薄
14 荷葉之圖形，逾越使消費者獲知菸品品牌及價格之必要範
15 圍，與菸品資訊無關，原告將之在展示架上擺置，有積極
16 促進商品之廣告效果，非僅單純之商品言論表達，屬菸品
17 廣告，當已違反菸害防制法第9條第1款之規定，自無疑
18 義。

19 (四)被告從一重處罰，並無違誤：

20 1.按製造或輸入違反第6條第1項、第2項或第7條第1項規定
21 之菸品者，處100萬元以上500萬元以下罰鍰，並令限期回
22 收；屆期未回收者，按次連續處罰，違規之菸品沒入並銷
23 毀之；製造或輸入業者，違反第9條各款規定者，處500萬
24 元以上2,500萬元以下罰鍰，並按次連續處罰，菸害防制
25 法第24條第1項、第26條第1項定有明文。另一行為違反數
26 個行政法上義務規定而應處罰鍰者，依法定罰鍰額最高之
27 規定裁處，但裁處之額度，不得低於各該規定之罰鍰最低
28 額；前項違反行政法上義務行為，除應處罰鍰外，另有沒
29 入或其他種類行政罰之處罰者，得依該規定併為裁處，但
30 其處罰種類相同，如從一重處罰已足以達成行政目的者，

不得重複裁處，復為行政罰法第24條第1項、第2項所明定。

2. 查原告就系爭菸品同時構成菸害防制法第6條第1項前段「菸品、品牌及菸品容器加註之文字或及標示，不得使用淡菸、低焦油或其他可能致人誤認吸菸無害健康或危害輕微之文字及標示」，及第9條第1款「促銷菸品或為菸品廣告，不得以廣播、電視、電影片、錄影物、電子訊號、電腦網路、報紙、雜誌、看板、海報、單張、通知、通告、說明書、樣品、招貼、展示或其他文字、圖畫、物品或電磁紀錄物為宣傳方式為之」違規事實，業經本院認定明確；然原告係以一行為違反數個行政法上義務，依行政罰法第24條第1項規定，依法定罰鍰額最高之菸害防制法第6條第1項規定裁處，而處予最低罰鍰額500萬元，核無違誤，復菸害防制法第24條第1項另有限期回收之其他種類行政處罰，被告依行政罰法第24條第2項前段規定，併定期命於3個月內回收違規菸品，亦無不合。另被告已在原處分敘明原告所為分別構成菸害防制法第6條第1項前段、第9條第1款之違規事實，又已分別記載所憑事證及理由，並無違反行政處分之明確性原則，所為裁處當屬適法。
3. 是原告就系爭菸品確有菸害防制法第6條第1項前段、第9條第1款之違規事實存在，被告依行政罰法第24條規定，處原告罰鍰500萬元，並定期命於3個月內回收違規菸品，所為之裁處並無違誤。

六、綜上所述，原告為本件行政處罰主體，且系爭菸品確有構成菸害防制法第6條第1項前段、第9條第1款之處罰要件，被告從一重處罰，亦無違誤；則被告依菸害防制法第24條、第26條第1項，及行政罰法第24條等規定，以原處分裁罰原告罰鍰500萬元，並定期命於3個月內回收違規菸品，洵屬適法，訴願決定遞予維持，亦無不合。從而，原告訴請撤銷原處分及訴願決定，為無理由，應予駁回。

七、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊、防禦方法及舉證，經本院審酌後，認對於判決結果不生影響，爰不一一論述，併此敘明。

八、依行政訴訟法第98條第1項前段，判決如主文。

中 華 民 國 111 年 1 月 20 日

臺北高等行政法院第二庭

審判長法 官 蕭忠仁

法 官 羅月君

法 官 黃翊哲

一、上為正本係照原本作成。

二、如不服本判決，應於送達後20日內，向本院提出上訴狀並表明上訴理由，如於本判決宣示後送達前提起上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書（須按他造人數附繕本）。

三、上訴時應委任律師為訴訟代理人，並提出委任書。（行政訴訟法第241條之1第1項前段）

四、但符合下列情形者，得例外不委任律師為訴訟代理人。（同條第1項但書、第2項）

得不委任律師為訴訟代理人之情形	所 需 要 件
(一)符合右列情形之一者，得不委任律師為訴訟代理人	1. 上訴人或其法定代理人具備律師資格或為教育部審定合格之大學或獨立學院公法學教授、副教授者。 2. 稅務行政事件，上訴人或其法定代理人具備會計師資格者。 3. 專利行政事件，上訴人或其法定代理人具備專利師資格或依法得為專利代理人者。
(二)非律師具有右列情形之一，經最高行政法院認為適當	1. 上訴人之配偶、三親等內之血親、二親等內之姻親具備律師資格者。 2. 稅務行政事件，具備會計師資格者。

01

者，亦得為上訴審
訴訟代理人

3. 專利行政事件，具備專利師資格或依法得為專利代理人者。

4. 上訴人為公法人、中央或地方機關、公法上之非法人團體時，其所屬專任人員辦理法制、法務、訴願業務或與訴訟事件相關業務者。

是否符合(一)、(二)之情形，而得為強制律師代理之例外，上訴人應於提起上訴或委任時釋明之，並提出(二)所示關係之釋明文書影本及委任書。

02

中 華 民 國 111 年 1 月 20 日

03

書記官 李芸宜