

臺北高等行政法院判決

110年度訴字第980號

111年2月10日辯論終結

原告 華威國際傢俱有限公司

代表人 徐宥程（董事）

被告 公平交易委員會

代表人 李鎡（主任委員）

訴訟代理人 楊嘉雯

莊靖怡

上列當事人間公平交易法事件，原告不服公平交易委員會中華民國110年7月7日公處字第110051號處分書，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、程序事項：

按「訴狀送達後，原告不得將原訴變更或追加他訴。但經被告同意或行政法院認為適當者，不在此限。」「被告於訴之變更或追加無異議，而為本案之言詞辯論者，視為同意變更或追加。」行政訴訟法第111條第1項、第2項分別定有明文。查原告於民國110年8月25日起訴時聲明：(一)、撤銷原處分主文第三項罰鍰新臺幣（下同）50萬元處分。(二)、訴訟費用由被告負擔。（本院卷第13頁），嗣於111年2月10日言詞辯論程序時為訴之變更，聲明：(一)、原處分第三項關於處原告50萬元罰鍰部分，超過20萬元部分應予撤銷。(二)、訴訟費

01 用由被告負擔。（本院卷第197-198頁）。被告就原告上開
02 變更無異議，而為本案之言詞辯論（本院卷第198-206
03 頁），視為同意變更。

04 二、事實概要：

05 被告認定原告在108年1月至110年3月間，於華威家居臉書、
06 公司網站及銷售現場宣稱「ROBUSTA 諾貝斯塔名床瑞士經典
07 品牌」、108年1月7日至109年7月17日於華威家居臉書發文
08 圖片載「ROBUSTA諾貝斯塔名床……MADE IN SWISS」等，與
09 事實不符，涉有廣告不實違反公平交易法（下稱公平法）第
10 21條規定。被告因而作成110年7月7日公處字第110051號處
11 分書（下稱原處分），被處分人為原告及訴外人育藹聖傢俱
12 開發有限公司（下稱育藹聖公司），處分書主文為：「一、
13 被處分人銷售ROBUSTA諾貝斯塔系列床墊於廣告宣稱『ROBUS
14 TA諾貝斯塔名床瑞士經典品牌』、『MADDE IN SWISS』等
15 語，就足以影響交易決定之商品品質、製造地為虛偽不實及
16 引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條第1項規定。二、
17 被處分人自本處分書送達之次日起，應立即停止前項違法行
18 為。三、處原告新臺幣50萬元罰鍰。處育藹聖傢俱開發有限
19 公司新臺幣20萬元罰鍰。」。原告不服原處分主文第3項裁
20 處原告罰鍰部分，遂提起本件行政訴訟。

21 三、本件原告主張：

22 (一)、原告認為比較原告與育藹聖公司所受罰鍰金額，被告並未依
23 公平法施行細則第36條規定，在量處罰鍰時，審酌一切情狀
24 而為合義務之裁量，有裁量濫用、裁量怠惰之違法，並違反
25 行政罰法第18條第1項規定、司法院釋字第641號之責罰相當
26 性原則。

27 1、違法行為危害交易秩序之持續期間：

28 在裁量罰鍰金額時，僅稱原告違法行為危害交易秩序之持續
29 期間達2年，而綜觀被告詢問育藹聖公司負責人之陳述紀
30 錄，卻全然未見被告考量育藹聖公司是何時製作好這些違法
31 之廣告素材、在未提供原告之前的期間有多長、在未提供原

01 告之前是否有提供給其他業者，被告顯然未對實施廣告行為
02 之整體行為綜合判斷。經網路查詢，育藹聖公司早在95年就
03 有申請註冊「robusta」，則其將案關違法廣告素材製作好
04 以達招徠或提高潛在交易機會之可能性即已存在，這些事實
05 被告全未審酌。

06 2、因違法行為所得利益：

07 審酌原告與育藹聖公司之應收帳款對帳單可知，原告銷售大
08 宗為「克尼茨」而非「庫爾」，而以「克尼茨」型號6*6.2
09 為例，育藹聖公司銷售給原告售價為10,800元（甲卷第138
10 頁），原告銷售給消費者價格約為30,000元，此從原告商品
11 訂購單可知，「克尼茨」的毛利遠低於「庫爾」，而且「克
12 尼茨」為原告銷售大宗，故單就毛利而言，被告顯已高估原
13 告。就商品在百貨公司、大賣場銷售時，百貨公司、大賣場
14 都會抽取售價之25%佣金或上架費，以「克尼茨」來說即約
15 7,500元/床，此可從原告109年度結算申報書中之租金支出
16 高達540餘萬可證，影響所及乃所得利益之衡量，而此等原
17 告會發生但育藹聖公司不會發生之產業鍊上下游差異，也未
18 見被告有審酌。

19 3、事業之規模：

20 本案中，「鍾愛一生床業有限公司」已有開立發票予原告之
21 事實、「鍾愛一生床業有限公司」亦為育藹聖公司之負責人
22 及總經理所經營，均是被告已知之事實，果如是，則育藹聖
23 公司與「鍾愛一生床業有限公司」實質上是同一事業體應足
24 堪認定。惟在事業規模的比較上，被告僅單純比較原告與育
25 藹聖公司的營收資料，並未將「鍾愛一生床業有限公司」的
26 營收合併於育藹聖公司的營收資料中，其理由是「鍾愛一生
27 床業有限公司」並非被處分人，所以無審酌其營業資料之必
28 要。但開立發票就表示營收及事業規模，被告上開作法顯已
29 違反本款規定。又經網路查詢，光是「鍾愛一生床業有限公
30 司」在全省就有22家門市，足見其事業規模遠大於原告。

31 4、經營狀況及其市場地位：

就經營狀況及其市場地位而言，未見被告有何審酌比較原告與育藹聖公司兩者間之差異。育藹聖公司才是最具關鍵性、主導性的大盤商，原告只是育藹聖公司眾多零售商中之一而已。被告未依本款審酌下做成之裁罰金額，產生大盤商輕罰、零售商重罰的極度不公平現象。

5、綜上，被告漏未審酌公平法施行細則第36條第3、4、5款規定之事項，有裁量濫用、裁量怠惰之事實至為明確，違反行政罰法第18條第1項、大法官釋字第641號責罰相當性原則。

(二)、並聲明：1、原處分第三項關於處原告50萬元罰鍰部分，超過20萬元部分應予撤銷。2、訴訟費用由被告負擔。

四、被告則以：

(一)、原告於108年1月至110年3月間於華威家居臉書、公司網站及銷售現場宣稱「ROBUSTA諾貝斯塔名床瑞士經典品牌」、108年1月7日至109年7月17日於華威家居臉書發文圖片載「ROBUSTA諾貝斯塔名床MADE IN SWISS」等，核屬對足以影響交易決定之商品品質、製造地為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平法第21條第1項規定。

公平法第21條所稱「虛偽不實」係指表示或表徵與事實不符，其差異難為一般或相關大眾所接受，而有引起錯誤之認知或決定之虞者；所稱「引人錯誤」係指表示或表徵不論是否與事實相符，而有引起一般或相關大眾錯誤之認知或決定之虞者。事業倘於商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，就商品之品質及製造地等為虛偽不實或引人錯誤之表示者，即應認違反公平交易法第21條第1項規定。原告為銷售ROBUSTA諾貝斯塔系列床墊，於其自行經營之華威家居臉書、公司網站及銷售現場刊載或使用系爭廣告，系爭廣告中所載「ROBUSTA 諾貝斯塔名床 瑞士經典品牌」及「MADE IN SWISS」，雖係由原處分另一被處分人育藹聖傢俱開發有限公司提供原告系爭廣告素材，但系爭廣告確係原告自行審核、刊登，且據系爭廣告整體予人印象，原告為消費者所認知之交易對象，其亦因銷售該系列床墊直接獲有銷售利潤，

01 故原告居於廣告主地位至為顯然。系爭廣告中所宣稱「ROBU
02 STA 諾貝斯塔名床 瑞士經典品牌」乙節，予消費者之印象
03 為ROBUSTA 諾貝斯塔系列床墊為瑞士品牌，與瑞士有關；然
04 查該系列床墊無論商品、製程或材料均與瑞士或瑞士「robu
05 sta」品牌並無關係，系爭廣告宣稱顯與事實未符。又系爭
06 廣告中所宣稱「MADE IN SWISS」乙節，予消費者之印象為R
07 OBUSTA 諾貝斯塔系列床墊為瑞士製造；惟依原告受調查時
08 陳述，「瑞士經典品牌」係原告參考育藹聖公司提供業務手
09 冊相關內容所發想，且原告明知育藹聖公司提供之床墊為台
10 灣製，卻仍於臉書發文圖片載「MADE IN SWISS」。案關商
11 品非瑞士品牌，製造地亦非瑞士，卻於系爭廣告宣稱「ROBU
12 STA 諾貝斯塔名床 瑞士經典品牌」或記載「MADE IN SWIS
13 S」，因系爭廣告所描述「瑞士經典品牌」或所提及商品製
14 造地，為影響消費者交易決定之因素，該廣告表現與實際之
15 差異，顯有引起交易相對人錯誤認知或決定之虞。

16 (二)、有關原告主張育藹聖公司提供其他商家銷售床墊亦稱Robust
17 a瑞士名床乙節，原告所舉之其他廣告，與本案原處分論處
18 原告違反公平法第21條第1項規定尚無任何關聯，尚難執為
19 本案之論據；且個案上，廣告是否涉及不實而違反公平法之
20 規定，尚需被告依法踐行調查程序，並依調查所獲相關事證
21 資料整體綜合研判後，方得為違法與否之認定，並非如原告
22 所陳，僅單憑廣告內容，即據以指稱涉有違法，且縱使原告
23 所舉之其他廣告涉有不法，亦屬另案查處之事，尚難依此脫
24 免原告違法之責任。

25 (三)、公平法第21條並不以故意為必要的條件，因原告有表示是直
26 接使用育藹聖公司提供的資料，但其一開始時即知育藹聖公
27 司所提供的床墊商品是臺灣製造，但仍於108年1月開始使用
28 時間長達2年以上，卻都未為確認或更正的動作，縱無故
29 意，亦難推其有過失之責。

30 (四)、被告依法裁量裁罰應審酌情狀，處以原告50萬元罰鍰，並無
31 逾越裁量權限或裁量濫用之情事，應屬適當。

01 按公平法第42條前段規定：「主管機關對於違反第21條、第
02 23條至第25條規定之事業，得限期令停止、改正其行為或採
03 取必要更正措施，並得處新臺幣5萬元以上2,500萬元以下罰
04 鍰；」次按公平交易法施行細則第36條規定：「依本法量處
05 罰鍰時，應審酌一切情狀，並注意下列事項：一、違法行為
06 之動機、目的及預期之不當利益。二、違法行為對交易秩序
07 之危害程度。三、違法行為危害交易秩序之持續期間。四、
08 因違法行為所得利益。五、事業之規模、經營狀況及其市場
09 地位。六、以往違法類型、次數、間隔時間及所受處罰。
10 七、違法後懊悔實據及配合調查等態度。」為被告裁罰及裁
11 量罰鍰額度之依據。參據最高行政法院100年度判字第1229
12 號判決見解：「廣告是商業活動中十分有效之交易媒介，事
13 業利用廣告將商品或服務之資訊提供給消費者，吸引其購
14 買，達到招徠或提高潛在交易機會之目的，故法律規範事業
15 應克盡確保廣告內容真實性之義務……」雖育藹聖公司提供
16 原告系爭廣告素材，但系爭廣告確係原告自行審核、刊登，
17 並利用廣告將商品資訊提供給消費者，吸引其購買，達到招
18 徠或提高潛在交易機會之目的，且系爭廣告整體予人印象，
19 及消費者所認知之交易對象為原告，是原告既為提供商品從
20 事交易之廣告主，自應克盡確保廣告內容真實性之義務，而
21 不得以育藹聖公司曾提供相關素材而脫免其違法責任。本案
22 經審酌系爭廣告期間原告108年度營業額3,113萬8,989元、1
23 09年1至6月營業額1,678萬4,052元；據育藹聖公司各月應收
24 帳款對帳單，原告108年共銷售106床、109年共銷售305床、
25 110年1至3月共銷售19床；原告商品銷售之利潤分配遠高於
26 育藹聖公司(例：以「庫爾」型號6*6.2為例，育藹聖公司銷
27 售給原告價格為12,000元，原告銷售給消費者價格為76,800
28 元)；並考量原告違法行為之動機、預期之不當利益；違法
29 行為對交易秩序之危害程度不低；違法行為危害交易秩序之
30 持續期間達2年；違法行為所得利益高；事業之規模、經營
31 狀況及其市場地位；違法後懊悔實據及配合調查等態度，經

01 被告裁量前述裁罰應審酌情狀，爰處以原告50萬元罰鍰，原
02 處分所為裁罰並無逾越裁量權限或裁量濫用之情事，應屬適
03 當。

04 (五)、並聲明：1、駁回原告之訴。2、訴訟費用由原告負擔。

05 五、本院之判斷：

06 (一)、事實概要欄所述之事實，業據提出原處分（本院卷第21-27
07 頁）為證，堪信為真。原告對於違規行為（違反公平法第21
08 條第1項規定）之事實不爭執，僅是針對被告裁罰之金額高
09 於育藹聖公司的部分有所爭執，故本件之主要爭點為：被告
10 裁罰之金額是否適法？

11 (二)、原處分並無違誤：

12 1、公平法第21條第1、2項規定：「（第1項）事業不得在商品
13 或廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於與商品相關而
14 足以影響交易決定之事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或
15 表徵。（第2項）前項所定與商品相關而足以影響交易決定
16 之事項，包括商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、
17 製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、
18 製造地、加工者、加工地，及其他具有招徠效果之相關事
19 項。」、第42條前段規定：「主管機關對於違反第二十一
20 條…規定之事業，得限期令停止、改正其行為或採取必要更
21 正措施，並得處新臺幣五萬元以上二千五百萬元以下罰
22 鍰…」

23 2、公平法施行細則第36條規定：「依本法量處罰鍰時，應審酌
24 一切情狀，並注意下列事項：一、違法行為之動機、目的及
25 預期之不當利益。二、違法行為對交易秩序之危害程度。
26 三、違法行為危害交易秩序之持續期間。四、因違法行為所
27 得利益。五、事業之規模、經營狀況及其市場地位。六、以
28 往違法類型、次數、間隔時間及所受處罰。七、違法後懊悔
29 實據及配合調查等態度。」

30 3、「公平交易法第21條第1項之規範目的，乃為確保事業公平
31 競爭，保障消費者權益，禁止事業於商品或廣告上，或以其

01 他使公眾得知之方法，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表
02 徵。其所非難者乃為利用虛偽不實或引人錯誤之招徠方式以
03 爭取交易機會之不正競爭手段。所稱『虛偽不實』係指表示
04 或表徵與事實不符，其差異難為一般或相關大眾所接受，而
05 有引起錯誤之認知或決定之虞者；所稱『引人錯誤』係指表
06 示或表徵不論是否與事實相符，而有引起一般或相關大眾錯
07 誤之認知或決定之虞者。是事業倘於服務或其廣告上，或以
08 其他使公眾得知之方法，就商品之品質、內容及其他具有招
09 徠效果之相關事項為虛偽不實或引人錯誤之表示者，即違反
10 規定，公平交易委員會對於違反本法規定之事業，得限期命
11 其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處罰鍰」

12 （最高行政法院109年度判字第16號判決意旨參照）。「事
13 業倘於商品（服務）或其廣告上，或以其他使公眾得知之方
14 法，就商品（服務）之品質及內容等為虛偽不實或引人錯誤
15 之表示者，即應認違反公平交易法第21條第1項規定，至於
16 接受宣傳之對象是否因而受欺騙或實際受有損害，尚非所
17 問。本件上訴人刊登系爭廣告及新聞稿，雖稱係推廣免費體
18 驗專案，然其爭取即時或將來電信服務之交易機會，仍係出
19 於商業競爭之目的，原判決業指明公平交易法第21條規定，
20 規範重點在於廣告是否客觀上有使一般人陷於錯誤之虞，至
21 於受宣傳之對象是否因而受欺騙，則非該條考慮之問題」
22 （最高行政法院108年度判字第303號判決意旨參照）。

23 4、「復按『裁處罰鍰，應審酌違反行政法上義務行為應受責難
24 程度、所生影響及因違反行政法上義務所得之利益，並得考
25 量受處罰者之資力。』行政罰法第18條第1項定有明文。立
26 法理由亦謂此為裁處罰鍰時應審酌之因素，以求處罰允當。
27 則行政機關於裁處罰鍰時，應審酌違反行政法上義務行為於
28 主觀及客觀上應受責難程度、所生影響暨因違反行政法上義
29 務所得利益，並宜考量受處罰者之資力等各項因素（最高行
30 政法院107年度判字第462號判決意旨參照）。

01 5、查，原告在108年1月至110年3月間，於原告的臉書、原告的
02 公司網站及銷售現場，宣稱「ROBUSTA諾貝斯塔名床瑞士經
03 典品牌」、108年1月7日至109年7月17日於華威家居臉書發
04 文圖片載「ROBUSTA諾貝斯塔名床MADE IN SWISS」等，與事
05 實不符等情，為兩造所不爭執，並有原告109年7月22日華威
06 公交陳意字第1090722號陳述意見函（說明二、（一））（原處
07 分甲卷第21頁）、原告代表人徐宥程110年3月23日陳述紀錄
08 （原處分甲卷第164至165頁）、上開廣告資料可參（原處分
09 甲卷第13頁至第19頁、第160之2、160之3頁、第172、176、
10 177、178、205頁，原處分甲卷附件即現場廣告資料夾的封
11 面。其中MADE IN SWISS可見於甲卷附件即現場廣告資料夾
12 的封面，以及原告臉書首頁的圖說點進去後整頁呈現的部分），互核相符，堪信屬實。又查，原告的臉書、原告的公司
13 網站是由原告經營，所刊登的廣告是原告公司自行審核及
14 刊登（原處分甲卷第165頁）；原告並自承「瑞士經典品
15 牌」之用語是參考育藹聖公司提供的廣告素材相關內容所發
16 想出來的廣告用語，「ROBUSTA諾貝斯塔名床瑞士經典品
17 牌」、「ROBUSTA諾貝斯塔名床MADE IN SWISS」等廣告除刊
18 登於原告於原告臉書與公司網站之外，「ROBUSTA諾貝斯塔
19 名床MADE IN SWISS」另製作為資料夾使用於現場展示，MAD
20 E IN SWISS是育藹聖公司廣告小編誤植等語，有原告110年3
21 月22日陳述記錄可參（原處分甲卷第165至167頁）。雖然育
22 藹聖公司的代表人江正雄的哥哥江正成即實際負責與原告公
23 司交易人陳述略以「ROBUSTA諾貝斯塔名床瑞士經典品
24 牌」、「ROBUSTA諾貝斯塔名床MADE IN SWISS」是育藹聖公
25 司所提供，由原告自行刊登，刊登後無須經育藹聖公司審核
26 等語（原處分甲卷第114頁），但由於消費者是直接向原告
27 購買商品進行交易，在這個交易模式之下，消費者在原告的
28 銷售門市現場與臉書或公司網站所看到的商品資訊，自然是
29 原告用以影響消費者作成願意購買商品的廣告內容，此與該
30 等廣告內容究竟是原告自行製作或育藹聖公司提供資訊而由
31

原告自行刊登，並無差異。另依原處分甲卷第22頁陳述意見函第35、36行之說明，可知原告本來就知道系爭產品是臺灣製造而非瑞士製造，但原告仍於臉書、網站及廣告資料夾的廣告宣稱MADE IN SWISS、瑞士經典品牌，自屬對於系爭商品的品質及製造地均有為虛偽不實、引人錯誤之情事，原告是利用育藹聖公司提供的商品資訊製作、刊登系爭廣告，使消費者得以在其門市與網頁了解系爭廣告所傳達的商品資訊，進而影響消費者是否願意購買商品進行交易之決定，原告因此獲得銷售利潤，故原告是系爭廣告的廣告主，故原告違反公平法第21條第1項規定，甚為明確。

6、又查，被告審酌在本件廣告期間原告108年度營業額3,113萬8,989元(原處分甲卷第94頁)、109年1至6月營業額1,678萬4,052元(原處分甲卷第103至105頁)，以及原告商品銷售之利潤分配遠高於育藹聖公司(例：以「庫爾」型號6*6.2為例，育藹聖公司銷售給原告價格為12,000元(原處分甲卷第138頁)，原告銷售給消費者價格為76,800元(原處分甲卷第48、50頁)；廣告商品108年1月至110年3月之總銷售數量，原告108年共銷售106床、109年共銷售305床、110年1至3月共銷售19床，此有被告依育藹聖公司各月應收帳款對帳單所計算之銷售數額可參(本院卷第111頁，原處分甲卷第124至160頁)，原告稱床墊總數是正確的(本院卷第126頁)，被告亦稱依所提供的銷售發票金額，以及育藹聖公司提供的應收帳款對帳單比對，原告的銷售總額絕對高出育藹聖公司很多(本院卷第127頁)，被告並考量原告違法行為之動機、預期之不當利益；違法行為對交易秩序之危害程度不低；違法行為危害交易秩序之持續期間達2年；違法行為所得利益高；事業之規模、經營狀況及其市場地位；違法後懊悔實據及配合調查之態度等裁罰應審酌情狀，處以原告50萬元罰鍰。經核於法相符。

7、關於原告主張其所受罰鍰金額不應超過育藹聖公司，育藹聖公司應負主要責任部分，並無可採

01 (1)、查，原告是直接面對消費者而進行銷售行為，消費者是因為
02 看到原告製作刊登的系爭廣告所提供的資訊，進而決定向原告
03 購買商品，可知消費者購買原告商品的消費行為是存在於
04 原告與消費者之間。而原告在系爭廣告上，將其所販賣的商
05 品宣稱為瑞士經典品牌、MADE IN SWISS，此種虛偽不實或
06 引人錯誤之表示或表徵，會發生使消費者認為其原產地、製
07 造者或製造地為瑞士的效果，進而產生招徠效果而足以影響
08 交易決定，相較於其他守法的事業而言，原告的行為是一種
09 不公平競爭行為，應受公平法第21條第1項之規範。

10 (2)、又查，原告代表人所提出的與江正成對話截圖，僅有顯示網
11 站的網址與部分文字，被告查證後，其中<http://www.robustaflex.fr/index.php>連結現已移除(本院卷第157頁)，未能
12 知悉相關內容，另<http://www.rt-robusta.com.tw>(本院卷
13 第159至163頁)，內容並未提及「ROBUSTA 諾貝斯塔名床 瑞
14 士經典品牌」、「MADE IN SWISS」等內容(本院卷第151
15 頁)。江正成亦向被告陳稱沒有使用瑞士經典品牌之用語，
16 表示20年前有使用瑞士機器製作獨立筒，諾貝斯塔名稱是育
17 藹聖公司命名等語，有江正成陳述記錄可參(原處分甲卷第
18 114頁)，可知尚查無證據可以證明育藹聖公司使用瑞士經
19 典品牌這6個字作為廣告。原告雖聲稱育藹聖公司是工廠，
20 負責人江正成的鍾愛一生的規模全省22家，一直有在打廣
21 告，打瑞士經典品牌及瑞士百年大床，做了10幾年的廣告，
22 只是現在拿掉，原告都是抄他的廣告來打廣告，所有的美編
23 也都是育藹聖公司做給原告的，原告所附資料上都有寫鍾愛
24 一生，原告只做2年的廣告，被告認定系爭廣告是原告所
25 為，自屬違誤部分。惟就本件所涉違規事實而言，僅有查獲
26 原告與育藹聖公司有上述違反公平法第21條第1項的違規事
27 實，並沒有證據可以證明原告所另外宣稱的江正成所經營的
28 育藹聖公司與旗下鍾愛一生22間商家所涉違反公平法第21條
29 第1項的違法事實。此外，原告是系爭廣告的刊登者與使用
30 者，當然負有審核、查證義務，原告亦自承早就知道是臺灣
31

製造，有準備程序筆錄可參（本院卷第123頁），自然不應於系爭廣告使用MADE IN SWISS、瑞士經典品牌等內容，系爭廣告既然是原告在銷售現場、網站所使用，用以招徠消費者，進而與消費者達成交易，原告並因此獲得利潤，對於市場交易秩序之危害程度以原告要負較大責任，至於被告之所以課予育藹聖公司同樣要負廣告主責任的原因，也是因為考量其提供了很多廣告素材供原告使用，同時因為銷售系爭床墊也獲有利潤，但就整體廣告予人的感覺，原告應負最後查證及真實表示的義務。

- (3)、至於原告主張司法院釋字第641號解釋部分，查該號解釋文略以：菸酒稅法第21條規定：「本法施行前專賣之米酒，應依原專賣價格出售。超過原專賣價格出售者，應處每瓶新臺幣二千元之罰鍰。」其有關處罰方式之規定，使超過原專賣價格出售該法施行前專賣之米酒者，一律處每瓶新臺幣二千元之罰鍰，固已考量販售數量而異其處罰程度，惟採取劃一之處罰方式，於個案之處罰顯然過苛時，法律未設適當之調整機制，對人民受憲法第15條保障之財產權所為限制，顯不符妥當性而與憲法第23條之比例原則尚有未符，有關機關應儘速予以修正，並至遲於本解釋公布之日起屆滿一年時停止適用。系爭規定修正前，依該規定裁罰及審判而有造成個案顯然過苛處罰之虞者，應依菸酒稅法第21條規定之立法目的與個案實質正義之要求，斟酌出售價格、販賣數量、實際獲利情形、影響交易秩序之程度，及個案其他相關情狀等，依本解釋意旨另為符合比例原則之適當處置，併予指明。可知是對於修正前菸酒稅法第21條規定採取劃一之處罰方式，於個案之處罰顯然過苛時，法律未設適當之調整機制而違反比例原則，此與本件之處罰方式與金額為公平法第42條前段規定：「主管機關對於違反第二十一條…規定之事業，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣五萬元以上二千五百萬元以下罰鍰…」，授權主管機關得依個案情節採取限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，

亦得處以五萬元以上二千五百萬元以下罰鍰，公平法施行細則第36條更規定：「依本法量處罰鍰時，應審酌一切情狀，並注意下列事項：一、違法行為之動機、目的及預期之不當利益。二、違法行為對交易秩序之危害程度。三、違法行為危害交易秩序之持續期間。四、因違法行為所得利益。五、事業之規模、經營狀況及其市場地位。六、以往違法類型、次數、間隔時間及所受處罰。七、違法後悛悔實據及配合調查等態度。」，足見本件所應適用的法條規定與司法院釋字第641號解釋所涉及的修正前菸酒稅法第21條規定，兩者並不相同而無從比附援引。況且，被告作成原處分裁罰金額時已依法審酌相關事項而為裁量，並無違法，已如前述，尚無違反責罰相當原則，原告顯屬誤解司法院釋字第641號解釋意旨，其主張並無可採。

(4)、綜上，原告各項主張經核並無可採，故其主張不應負高於育藹聖公司之責任，並無理由。

六、從而，原處分認為原告違反公平法第21條第1項規定，經依法審酌後處以50萬元罰鍰，較育藹聖公司為重，並無違法。原告訴請撤銷的各項主張均為無理由，應予駁回。

七、本件事證，兩造其餘主張均與本件判決結果不生影響，故不逐一論述，併此敘明。

八、據上論結，本件原告之訴為無理由，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 2 月 24 日

臺北高等行政法院第六庭

審判長法 官 陳心弘

法 官 高維駿

法 官 郭銘禮

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）。

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

03 四、但符合下列情形者，得例外不委任律師為訴訟代理人。（同
04 條第1項但書、第2項）
05

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者，亦得為上訴審訴訟代理人	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。 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□所示關係之釋明文書影本及委任書。	

06 中 華 民 國 111 年 2 月 24 日

