

臺北高等行政法院判決

111年度訴字第163號

111年6月15日辯論終結

原告 酒藝商貿有限公司

代表人 楊凱程（董事）

訴訟代理人 林煜騰律師

蔡晴羽律師

上一人

複代理人 楊劭楷律師

被告 臺北市政府財政局

代表人 陳家蓁（局長）

訴訟代理人 黃佳賀

莊倩萍

上列當事人間菸酒管理法事件，原告不服臺北市政府中華民國110年12月13日府訴一字第1106106688號訴願決定，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、事實概要

原告前於民國107年4月22日、107年12月9日、109年5月12日，在Instagram社群網站（下稱IG網站）以名稱為「saken ioy」之帳號刊登如附表所示之貼文未明顯標示「禁止酒駕」及「飲酒過量，有害健康」等法定警語（下稱系爭警語），經被告認定為酒之廣告，系爭警語標示不明顯，違反菸酒管理法第37條及同法施行細則第11條規定，惟其為第一

01 次查獲遂依菸酒管理法第51條第1項、第3項及菸酒查緝及檢
02 舉案件處理作業要點（下稱菸酒查緝及檢舉作業要點）第45
03 點第1項第10款第1目等規定，以110年8月13日北市財菸字第
04 11030047053號裁處書（下稱原處分）命原告於收到原處分
05 翌日起30日內改正。原告不服，提起訴願，經臺北市政府決
06 定駁回，遂向本院提起行政訴訟。

07 二、原告主張：

08 （一）原告應得對原處分提起撤銷訴訟

09 被告所為原處分雖僅係命原告限期改正，且原告亦已將如附
10 表所示貼文刪除，但原處分類似記點、記次，故其應同時具
11 有管制性不利處分及裁罰性不利處分性質，若原處分未被撤
12 銷，被告對於原告未來在網路上之貼文，即可直接對原告裁
13 處罰鍰，而不必先為限期改正之處分，對原告造成進一步之
14 不利益，是原告對原處分自仍具有撤銷利益，而得對之提起
15 撤銷訴訟。

16 （二）如附表所示貼文均非酒之廣告，訴願決定及原處分認事用法 17 顯有違誤

- 18 1. 依菸酒管理法第37條、同法施行細則第10條及臺北市政府辦
19 理網路酒類廣告或促銷案件之認定原則（下稱網路酒類廣告
20 認定原則）第2點規定，主管機關就是否構成酒類廣告，除
21 客觀刊載資訊及內容外，亦應探究是否有推廣、促銷之主觀
22 意圖，而依本院94年度訴字第2613號、95年度訴字第3851
23 號、97年度簡字第313號、95年度簡字第686號判決意旨，是
24 否構成菸酒管理法第37條之「廣告」，係以主觀上是否有宣
25 傳及招徠消費者之意圖，客觀上是否有宣傳行為、依社會通
26 念是否足以激起大眾購買欲望等標準認定之。
- 27 2. 原告係於107年4月22日、107年12月9日參與臺灣清酒檢證會
28 活動，兩次活動主題是「生酒一定要新鮮喝？」、「熟成酒
29 的再熟成實驗」，並於活動現場分別垂直品飲不同年份之
30 「麒麟山純米吟釀生原酒」、「麒麟山紅葉純米大吟釀」等
31 清酒。而如附表編號一、二所示貼文中僅有1張照片出現

01 「麒麟山純米吟釀生原酒」的酒瓶，及少數幾張照片出現
02 「麒麟山紅葉純米大吟釀」的酒瓶，其餘照片都是現場與會
03 者活動的照片，貼文內容亦未敘述任何關於該等清酒之價
04 格、容量、酒精度、商品簡介或消費連結等資訊，可見如附
05 表編號一、二所示貼文，僅係單純品酒活動之紀錄、分享，
06 並無為特定酒品推廣、宣傳之目的，消費者亦無從自如附表
07 編號一、二所示貼文內容購買該等清酒。

08 3. 至於如附表編號三所示貼文，則是原告於109年5月12日國際
09 護師節當日，在IG網站上發布之祝賀貼文，以此祝福護師節
10 快樂，並感謝疫情期間醫護人員之辛勞。照片中僅有「醫護
11 英熊」玩偶1隻及「麒麟山春酒2020」的空酒瓶1個，該酒瓶
12 只是作為拍照構圖之用，且原告亦已於照片中加上「國際護
13 師節快樂」等文字，而貼文內容更未敘述任何關於該酒品之
14 價格、容量、酒精度、商品簡介或消費連結等資訊，可見如
15 附表編號三所示貼文，並無為特定酒品推廣、宣傳之目的，
16 消費者更無從自如附表編號三所示貼文內容購買該酒品。況
17 且，如附表所示貼文中雖有使用「#sakenjoy#」標籤，但
18 該標籤只是IG網站常見且普遍的發文技巧，並無將消費者導
19 向原告IG網站帳號主頁，抑或是聯結到原告另外架設之酒品
20 購買網頁之功能。是以，如附表編號一、二所示貼文應屬網
21 路酒類廣告認定原則第3條第27項所定「美食或品酒活動資
22 訊報導」；如附表編號三所示貼文則屬同條第2項所定「特
23 定酒品之空酒瓶」等非屬酒品廣告之情形。

24 4. 綜上，如附表所示之貼文客觀上並無特定商品資訊，主觀上
25 原告亦非為宣傳特定酒品之目的而刊登，自均非酒品廣告。
26 原告經營菸酒批發業及菸酒零售業至今，若是為宣傳特定酒
27 品而於系爭社群網站發文，均會依照酒類標示管理辦法標示
28 系爭警語，原告實無理由對於如附表所示貼文規避標示系爭
29 警語義務。被告未予詳查，且被告就訴外人林承毅所為相類
30 似與酒品有關之貼文，卻曾認定僅屬個人品酒心得分享，並
31 不構成廣告，是依被告之認定標準，即不應認定原告如附表

01 所示貼文為廣告，否則即有違平等原則、行政自我拘束原
02 則。而訴願決定僅因原告營業項目登記為菸酒批發業、菸酒
03 零售業，並曾於IG網站以「sakenioy」之帳號介紹、宣傳特
04 定酒品，即推定如附表所示之貼文皆係酒品廣告，認事用法
05 顯有錯誤，更有違行政程序法第9條有利不利一律注意原
06 則，是訴願決定及原處分自應予撤銷。

07 (三)聲明：訴願決定及原處分均撤銷。

08 三、被告抗辯則以：

09 (一)被告有作成原處分之權限

10 菸酒管理法第2條規定：「本法所稱主管機關：在中央為財
11 政部；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政
12 府。」臺北市政府依行政程序法第15條及臺北市政府組織自
13 治條例第2條規定，已以104年9月23日府財菸字第104303807
14 01號公告（下稱104年9月23日公告）自104年11月1日起有關
15 菸酒管理法權限事項，委任被告執行，並以被告名義行之，
16 被告自有作成原處分之權限。

17 (二)原告並無爭訟實益

18 被告以原處分命原告限期改正如附表所示貼文後，原告已將
19 如附表所示貼文刪除改善完竣，是原處分規制內容已執行完
20 畢，而已無回復原狀之可能，原告提起撤銷訴訟欲排除原處
21 分之效力，已無法達成救濟目的，顯欠缺權利保護之必要。

22 (三)如附表所示貼文確屬酒品廣告

23 原告所刊登如附表所示之貼文，分別有「……生酒藝一定要
24 趁新鮮喝嗎？你說呢……#台灣清酒檢證會#酒藝#sakenjoy#
25 麒麟山#ぽたりぽたりきりんざん純米吟釀原酒生……」、「
26 「……麒麟山紅葉三年熟成純米大吟釀四個不同的出廠年份
27 低溫熟成出廠後再自行瓶中低溫熟成風味如何呢……放久一
28 點一定比較圓潤嗎？……#酒藝#sakenjoy#麒麟山#紅葉#純
29 米大吟釀……」、「……今天是"國際護師節"讓大家跟著醫
30 護英熊一起來謝謝守護國人健康的台灣護理人員們！#麒麟
31 山春酒_2020#酒藝#sakenjoy……」等文字，並均佐以特定

01 酒品照片，而觀之上述文字內容，均已標示關鍵字「sakenj
02 oy」，而原告IG網站「sakenioy」帳號之首頁，已刊載
03 「……商品/服務『酒藝』帶領消費者了解『日本酒的藝
04 術』致力於日本酒教育，期望用合理的價格介紹好喝的酒
05 款，讓消費者能夠輕鬆愉悅地找到心中的『醉愛』……」等
06 文字，並附上原告另外架設網站「www.sakenjoy.com」的超
07 聯結，可見如附表所示貼文足使不特定多數人知悉酒品宣傳
08 內容，進而達到招徠消費者購買之目的，且消費者更可藉由
09 原告IG網站帳號首頁所附超聯結獲得酒品之購買資訊，自屬
10 菸酒管理法施行細則第10條第1項及網路酒類廣告認定原則
11 第1點、第2點所定廣告及促銷行為。

12 (四)如附表所示貼文未標示系爭警語違法，且原處分未違反行政
13 自我拘束原則及有利不利一律注意原則

14 原告以菸酒批發及零售為主業，並架設網站販售酒品，理應
15 熟悉菸酒管理法相關規定，且原告亦於其他貼文標示系爭警
16 語，如附表所示貼文既為酒品廣告，其自應依菸酒管理法第
17 37條、同法施行細則第11條及酒類標示管理辦法第11條第2
18 項規定標示系爭警語，始為適法，原告未標示系爭警語，即
19 屬違法。又財政部國庫署93年9月23日台庫中一字第0930346
20 366號函已釋明：是否屬酒類廣告或促銷，仍須審酌該則廣
21 告整體內容有無推廣促銷特定已於國內銷售或即將銷售之酒
22 品之目的，並可使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播，個
23 案認定辦理等語。被告據此審認原告確有未依菸酒管理法規
24 定於酒品廣告標示警語情事，並未違反行政自我拘束原則。
25 至於原告雖援引訴外人林承毅之貼文及其他司法判決主張如
26 附表所示貼文並非廣告，惟訴外人林承毅並非菸酒業者，其
27 貼文僅為個人品酒心得分享，與如附表所示貼文有別，而其
28 他司法判決與本件個案事實亦有不同，均難逕予比附援引，
29 是原處分及訴願決定並無違誤。

30 (五)聲明：原告之訴駁回。

31 四、本件爭點

如事實概要欄所載事實，為兩造所不爭執，並有原告IG網站帳號主頁頁面列印資料1份（見原處分卷一第23至26頁）、如附表所示貼文列印資料1份（見原處分卷一第27、29、30頁）、被告110年6月25日北市財菸字第11000037572號函影本1份（見原處分卷一第42至43頁）、原告110年7月9日陳述書影本1紙（見原處分卷一第40頁）、原處分及訴願決定書影本各1份（見本院卷第24至26頁、第27至33頁）在卷可資佐證，堪信為真實。又兩造既以前詞爭執，經整理雙方之陳述，本件爭點應為：

- (一)本件原告得否提起撤銷訴訟？
- (二)如附表所示貼文是否為酒之廣告，而應依菸酒管理法第37條規定標示系爭警語？
- (三)原處分是否違反平等原則、行政自我拘束原則及有利不利事項一律注意原則？

五、本院之判斷

(一)被告有裁罰原告之權限

按菸酒管理法第2條規定：「本法所稱主管機關：在中央為財政部；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。」查臺北市政府業依臺北市政府組織自治條例第2條及行政程序法第15條規定，以104年9月23日公告將臺北市政府關於菸酒管理法所定主管機關權限，委任被告辦理，並自104年11月1日起實施（見本院卷第229頁），是被告受臺北市政府委任執行菸酒管理法之權限，對於涉及菸酒管理法事件自屬有權決定機關，合先敘明。

(二)本件原告得對原處分提起撤銷訴訟

1. 菸酒管理法第37條規定：「酒之廣告或促銷，應明顯標示『禁止酒駕』，並應標示『飲酒過量，有害健康』或其他警語，且不得有下列情形：……。」同法第51條第1項、第3項規定：「（第1項）違反第三十七條規定而為酒之廣告或促銷者，處新臺幣三萬元以上五十萬元以下罰鍰，並通知限期改正；屆期未改正者，按次處罰。……（第3項）第一項違

規情形屬警語標示不明顯且為第一次查獲者，得先限期改正。」又菸酒管理法施行細則第11條規定：「（第1項）依本法第三十七條規定之其他警語，應依酒類標示管理辦法規定辦理。（第2項）依本法第三十七條規定為酒之廣告或促銷而標示警語時，應至少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，除第九條附圖外，不得標示與該警語無關之文字或圖像。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，應以聲音清晰揭示警語。（第3項）前項標示警語所用顏色，應與廣告或促銷版面之底色互為對比。」可知，立法者為避免過量或不當消費酒類，以維護國民健康，並避免酒後駕車肇事引發憾事，乃適當限制酒類廣告或促銷內容，明定酒之廣告或促銷，必須依法定方式明顯標示系爭警語，倘若未依法定方式明顯標示系爭警語，主管機關即得對違規者裁處罰鍰，並限期令其改正，如屆期未改正，更可按次處罰。但在第一次違反菸酒管理法第37條規定之情形，主管機關則可例外不裁處罰鍰，而僅作成限期改正之處分。又財政部為使各級主管機關辦理菸酒管理法違規案件之裁罰金額有客觀標準可循，以避免各級主管機關因恣意決定或專斷致有輕重之差別待遇，訂有菸酒查緝及檢舉作業要點，該要點第2點規定：「本要點所稱本法，指菸酒管理法。」第45點第1項第10款規定：「違反本法之行政罰案件，其裁罰參考基準如下：……（十）依本法第五十一條第一項規定裁罰之案件：1. 第一次查獲者，處新臺幣三萬元罰鍰。但屬警語已標示惟其標示不明顯、不完整或不符本法施行細則規定者，限期改正。2. 第二次查獲者，處新臺幣二十萬元罰鍰。3. 第三次以後查獲者，處新臺幣五十萬元罰鍰。」

2. 行政罰法第2條立法理由已明白揭示：「本法所稱『其他種類行政罰』，僅限於本條各款所定『裁罰性之不利處分』，並以『違反行政法上之義務』而應受『裁罰性』之『不利處分』為要件，如其處分係命除去違法狀態或停止違法行為

者，因與行政罰之裁罰性不符，非屬裁罰性之不利處分，無本法之適用。」可見裁罰性不利處分（即行政罰）與管制性不利處分雖均可能對人民之自由或權利加以限制，但二者本質不同。裁罰性不利處分係對違法行為予以法律上之譴責與非難，並以特定之不利益作為違法行為之代價，目的不外是給予警惕，避免再犯，故作用上係針對過去違法行為加以制裁；反觀管制性不利處分則在於排除公共秩序安全之危害，回復秩序與安全，目的在危險防禦，而非處罰。此外，裁罰性不利處分依行政罰法第7條第1項規定，須行為人對於違規行為主觀上有故意或過失，始得為之，至於管制性不利處分則不以受處分人就違規事實主觀上有故意或過失為必要。經核，上述法令所定主管機關所得為之限期改正處分，其目的顯然不是對行為人未於酒之廣告或促銷標示警語之違規行為加以制裁、非難，而是課予行為人停止違規行為及除去違法狀態之義務，以回復菸酒管理法第37條誠命規範所定之法律秩序（即標示系爭警語），核其性質，應屬管制性不利處分，並非行政罰，是原告所稱原處分類似記點、記次，性質上兼有管制性不利處分及裁罰性不利處分性質一節，容有誤會，並不可採。本院審酌原處分之規制效力，乃係課予原告於一定期限內改正未就酒類廣告為法定警語標示之義務，並以此義務是否依限履行，為後續按次連續處罰與否之標準是縱使原告已遵照原處分誠命為改正，原誠命之效力仍持續存在，但原處分課予原告之義務（標示系爭警語）仍然持續存在，故原告自仍得就原處分提起撤銷訴訟求以排除，不因已依原處分作成改正行為致失權利保護必要。

(三)如附表所示貼文均係酒之廣告，原告疏未標示系爭警語即已違法

1. 前述菸酒管理法第37條所稱「廣告」，依菸酒管理法施行細則第10條第1項規定，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、電腦網路、電話傳真、電子視訊、電子語音或其他方法，可使不特定多數

01 人知悉其宣傳內容之傳播。可知，所謂「酒之廣告」者，乃
02 基於推廣酒品或招徠消費者購買酒品之目的，利用傳播媒
03 體、網際網路或其他方法，直接或間接對不特定多數人宣傳
04 酒品之行為，至於此種宣傳行為實際上是否能達成推廣結
05 果，抑或是能否刺激消費者購買慾望，則屬廣告效果問題，
06 與是否為「酒之廣告」的認定無涉。

- 07 2. 查如附表編號一所示貼文之文字內容為「臺灣清酒檢證會第
08 八彈 生酒藝一定要趁新鮮喝嗎？你說呢……#台灣清酒檢證
09 會#酒藝#sakenjoy#麒麟山#ぽたりぽたりきりんざん純米吟
10 釀原酒生」；如附表編號二所示貼文之文字內容為：「#臺
11 灣清酒檢證會第十彈〈熟成酒的再熟成實驗〉 麒麟山紅葉
12 三年熟成純米大吟釀 四個不同的出廠年份 低溫熟成出廠後
13 再自行瓶中低溫熟成風味如何呢？如此驚人的結果真的很有
14 趣～放久一點一定比較圓潤嗎？年輕一點酒感一定比較明顯
15 嗎？下次檢證會別再錯過囉～……#酒藝#sakenjoy#麒麟山#
16 紅葉#純米大吟釀……」；如附表編號三所示貼文之文字內
17 容則為：「今天是"國際護師節"讓大家跟著醫護英熊一起來
18 謝謝守護國人健康的台灣護理人員們！#麒麟山春酒_2020#
19 酒藝#sakenjoy」，已含有特定酒類品牌及酒品名稱，並使
20 用主題標籤（hashtag）標記特定酒類品牌「麒麟山」，及
21 特定酒品「ぽたりぽたりきりんざん純米吟釀原酒生」、
22 「紅葉純米大吟釀」、「麒麟山春酒_2020」，而此3篇貼文
23 所附照片中，均包含上述特定酒品的酒瓶照片等情，有如附
24 表所示貼文列印資料、麒麟山酒造酒品資料各1份在卷可證
25 （見原處分卷一第27、29、30頁，見本院卷第184至189頁、
26 第193頁、第197頁），則如附表所示3篇貼文文字及照片內容
27 既均含有特定酒類品牌及酒品名稱，原告更以主題標籤加以
28 標記，以便利瀏覽者檢索上述特定酒類品牌及酒品之相關資
29 訊，而如附表所示之貼文又可供不特定人瀏覽，可見原告確
30 係基於推廣上述特定酒類品牌及特定酒品之目的，藉由網際
31 網路對不特定多數人宣傳，堪認如附表所示貼文係酒之廣告

01 無誤。從而，原告既未在如附表所示貼文中標示系爭警語，
02 其所為自己違反菸酒管理法第37條規定。

03 3. 原告雖以前詞主張如附表編號一、二所示貼文，僅係單純品
04 酒活動之紀錄、分享，如附表編號三所示貼文則是為祝福國
05 際護師節快樂，並感謝疫情期間醫護人員之辛勞，均無為特
06 定酒品推廣、宣傳之目的，消費者亦無從自如附表編號一、
07 二所示貼文內容購買該等酒品，故均非酒之廣告云云。然如
08 前所述，如附表所示3篇貼文之文字及照片內容均含有特定
09 酒類品牌及酒品名稱，且原告更以主題標籤加以標記。而在
10 社群媒體中，主題標籤之功能即係資訊分類，撰文者可透過
11 標記特定字詞，將各篇獨立之貼文串連在一起，使用者則可
12 藉由各種主題標籤更容易連結到同一平台內標記有相同標籤
13 之貼文，此除可便利使用者檢索特定字詞之相關資訊外，更
14 可增加貼文的瀏覽量及曝光度，則果若原告僅係單純為紀
15 錄、分享品酒活動撰文，其僅需於文中說明當天活動經過及
16 品酒心得即可，實無必要刻意在文末將特定酒類品牌「麒麟
17 山」及特定酒品名稱「ぽたりぽたりきりんざん純米吟釀原
18 酒生」、「紅葉純米大吟釀」、「麒麟山春酒_2020」以主
19 題標籤加以標記，讓不特定人得以透過該標籤檢索該等酒品
20 之相關資訊。遑論如附表編號三所示貼文，其內容既係在祝
21 福國際護師節快樂，並感謝疫情期間醫護人員之辛勞，根本
22 無須為任何與特定酒品有關之主題標籤，但原告卻仍在如附
23 表編號三所示貼文下方以主題標籤標記特定酒品「麒麟山春
24 酒_2020」。由此可見，原告僅係藉由紀錄、分享品酒活動
25 或祝福國際護師節快樂之名，遂行推廣特定酒品之實，是原
26 告前揭主張，顯為卸責之詞，並不可採。

27 4. 至原告雖又主張並無規避標示警語義務之故意，且被告亦未
28 舉證證明原告有販售「麒麟山ぽたりぽたりきりんざん純米
29 吟釀原酒生」、「麒麟山紅葉純米大吟釀」、「麒麟山春酒
30 _2020」等酒品云云，然依前述說明，主管機關依菸酒管理
31 法第37條所為限期改正處分，其性質為管制性不利處分，本

01 即不以受處分人就違規事實主觀上有故意或過失為必要，故
02 不論原告對其違規事實主觀上有無故意或過失，被告均得依
03 菸酒管理法第37條規定，就其違規行為，作成限期改正之處
04 分。再者，菸酒管理法第37條所定「酒之廣告」行為，本即
05 不以宣傳者自身有販售酒品為要件，縱使宣傳者並無販售酒
06 品，只要其宣傳之內容係「酒之廣告」，即應遵守菸酒管理
07 法第37條規定，而負標示系爭警語之義務，是原告此部分主
08 張顯有誤會，自難憑採。

09 (四)原處分並未違反有利不利一律注意原則及行政自我拘束原則

10 1. 原告固主張訴願決定僅因原告營業項目登記為菸酒批發業、
11 菸酒零售業，並曾於IG網站以「sakenioy」之帳號介紹、宣
12 傳特定酒品，即推定如附表所示之貼文皆係酒品廣告，認事
13 用法顯有錯誤，更有違行政程序法第9條有利不利事項一律
14 注意原則云云，然本件原告於IG網站所刊登如附表所示貼文
15 為酒之廣告，原告未標示系爭警語，自屬違法，已經本院詳
16 述如前，已難認原處分及訴願決定認事用法有何違誤。又由
17 原處分作成前之行政程序歷程可知，被告已依職權調查相關
18 事證，並充分給予原告陳述意見之機會，及盡可能保障原告
19 之合法權益，此有原告IG網站「sakenjoy」帳號網頁列印資
20 料1份（見原處分卷一第23至26頁、第32至33頁）、如附表
21 所示貼文列印資料1份（見原處分卷一第27、29、30頁）、被
22 告110年6月25日北市財菸字第11000037572號函及原告陳述
23 意見書影本各1紙（見原處分卷第40頁、第42至43頁）在卷
24 可據，堪認被告於作成原處分前已充分審酌對於原告有利及
25 不利之事項，自難認原處分有何違反行政程序法第9條有利
26 不利事項一律注意原則之處，是原告此部分主張，並不足
27 取。

28 2. 原告雖又援引訴外人林承毅之網路貼文，主張如附表所示貼
29 文與訴外人林承毅之網路貼文相同，但被告卻認定訴外人林
30 承毅之網路貼文僅屬個人品酒心得分享，並非廣告。被告為
31 歧異之認定有違平等原則、行政自我拘束原則云云。惟細繹

原告所提出訴外人林承毅之網路貼文（見本院卷第121頁），其貼文內容與原告貼文內容並不相同，而訴外人林承毅之貼文雖然也有使用主題標籤，但原告於如附表所示貼文係以主題標籤標記特定酒類品牌及酒品名稱，而訴外人林承毅之貼文則僅以主題標籤標記「便利商店都有賣」之字詞，兩者標記方式亦有差異，是被告據此本質不同之事物為合理差別對待，核無違反平等原則或行政自我拘束原則，是原告前開主張，亦無可取。

（五）結論

綜上所述，如附表所示貼文確屬酒之廣告，原告未在如附表所示貼文標示系爭警語，其所為即已違反菸酒管理法第37條規定，被告依菸酒管理法第51條第1項、第3項及菸酒查緝及檢舉作業要點第45點第1項第10款第1目等規定，以原處分命原告於收到原處分翌日起30日內改正，核屬有據，於法並無違誤，訴願決定予以維持，亦無不合。原告徒執前詞，訴請撤銷，為無理由，應予駁回。

六、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊及防禦方法，均與本件判決結果不生影響，爰不一一論駁，併予敘明。

七、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 7 月 20 日

臺北高等行政法院第三庭

審判長法 官 楊得君

法 官 周泰德

法 官 彭康凡

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(二)所示關係之釋明文書影本及委任書。	

中 華 民 國 111 年 7 月 20 日
書記官 陳可欣

01
02

附表

編號	貼文內容
一	 台灣清酒檢證會第八彈 sakenjoy NSO sakenjoy 台灣清酒檢證會 第八彈 生酒要一定配新鮮清酒嗎？ 你說呢？ #台灣清酒檢證會 #酒類 #Sakenjoy #蘇聯山 #ぼたりぼたりきりんざん純米吟醸酒 深生 165 讚 20 個讚 2018年4月22日 留言.....
二	 台灣清酒檢證會第十彈 sakenjoy 酒類 sakenjoy #台灣清酒檢證會 第十彈《熟成酒の再熟成實驗》 蘇聯山紅雲三年熟成純米大吟醸 四種不同的出廠年份 低溫熟成出廠後再自行瓶中低溫熟成 風味如何呢？如此驚人的結果真的很有趣~ 放久一點一定比較寡淡嗎？年輕一點 酒質一定比較明確嗎？ 下次檢證會別再錯過囉~ ^_^ #酒類 #sakenjoy #蘇聯山 #紅雲 #純米大吟醸 132 讚 sakuraki29 这个赞!!! 132 讚 1 個讚 回覆 27 個讚 2018年12月9日 留言.....
三	

