

臺北高等行政法院判決

地方行政訴訟庭第三庭

113年度地訴字第15號

114年6月18日辯論終結

原告 聯利媒體股份有限公司

代表人 陳文琦

訴訟代理人 林聖鈞律師

複代理人 洪云柔律師

被告 國家通訊傳播委員會

代表人 陳崇樹

訴訟代理人 魏薇律師

上列當事人間衛星廣播電視法事件，原告不服被告中華民國112年11月21日通傳內容字第11200072810號裁處書，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

壹、程序事項：

原告起訴後，被告代表人於本件訴訟繫屬中，變更為陳崇樹，並於民國113年12月10日具狀聲明承受訴訟（見本院卷第295頁至第302頁），核無不合，應予准許。

貳、實體事項：

一、事實概要：

原告經營之「TVBS歡樂台」頻道於111年9月28日23時至24時許播放之「11點熱吵店」節目（簡稱系爭節目），由Melody及沈玉琳主持，當日節目主題為「照照鏡子醒醒吧?! 怎麼你總活在謊言裡……」，節目邀請來賓翊萱分享「SUNTORY」公司所屬商品「小橘瓶」（下稱系爭商品）之

01 使用心得時稱：很多藝人都在推薦，有一個非常厲害，就是  
02 我用到也是自己覺得驚為天人的東西，……（出示系爭商  
03 品）這一瓶我相信大家只要看到它，橘色的身瓶就一定認識  
04 它，它就是來自日本All in one的小橘瓶，意思是一瓶搞  
05 定，我試了以後真的有嚇到，因為它的劑型是屬於水包油、  
06 油包水的劑型。……它等於三個階段（保濕、精華、鎖住乳  
07 霜）將所有營養注入肌膚底層（示範如何使用小橘瓶），證  
08 實我用了它以後，我真的可以恢復到不用上妝的狀態等語；  
09 主持人沈玉琳並於系爭節目中稱：「All in one小橘瓶有興  
10 趣想要搶購的話，到我們11點熱吵店的社群網站，上面就有  
11 詳細的這個資訊要提供給大家」等語，系爭節目於片尾亦出  
12 現特別感謝贊助「SUNTORY」等品牌資訊之畫面。經被告通  
13 知原告陳述意見後，認定系爭節目接受「SUNTORY」贊助，  
14 惟於節目中呈現贊助者相關訊息且有介入節目內容編輯及影  
15 響視聽群眾權益之情事，有違電視節目廣告區隔與置入性行  
16 銷及贊助管理辦法（下稱系爭管理辦法）第14條、第17條規  
17 定，爰依衛星廣播電視法（下稱衛廣法）第54條第3款、國家  
18 通訊傳播委員會裁處違反廣播電視法及衛星廣播電視法案件  
19 裁量基準（下稱裁量基準）第2點第2款等規定，以112年11  
20 月21日通傳內容字第11200072810號裁處書（下稱原處分），  
21 對原告裁處罰鍰新臺幣（下同）60萬元。原告不服原處分，提  
22 起本件行政訴訟。

## 23 二、原告主張及聲明：

24 (一)被告依112年第2次廣播電視節目廣告諮詢會議（下稱系爭諮  
25 詢會議）建議而作成原處分，惟依國家通訊傳播委員會廣播  
26 電視節目廣告諮詢會議設置要點（下稱設置要點）第7點規  
27 定，諮詢會議「與會」人數應有19人，而開會人數僅須到達  
28 遴選人數之二分之一，即可開始「開會」。惟依被告提出之  
29 系爭諮詢會議簽到表，與會人數僅14人，明顯未達法定門檻  
30 19人之法定門檻，原處分之作成自具有程序瑕疵，應予撤  
31 銷。

01 (二)被告以112年2月9日通傳內容決字第Z0000000000號函（下稱  
02 系爭函文）請原告陳述意見時，同時又引用贊助及冠名贊助  
03 之相關規定，則被告認定系爭節目所涉法條及違規態樣究係  
04 置入性行銷或是贊助，已有疑問。嗣後被告再於原處分中表  
05 示系爭節目接受「SUNTORY」公司贊助，不得於節目中再呈  
06 現贊助者產品「小橘瓶」，是以原處分似以系爭節目違反贊  
07 助規定作為裁處依據。然被告論述本案裁處理由時又援引置  
08 入性行銷相關規定，即系爭管理辦法第9條第1、2款之「刻  
09 意影響節目內容編輯」、「直接鼓勵購買品或服務」作為裁  
10 處理由，致原告無所適從，全然無法知悉系爭節目受裁罰原  
11 因究係為何。

12 (三)系爭節目同時涉及贊助及置入性行銷，依被告公告之「同一  
13 電視節目中同一廠商節目廣告化、置入、贊助之關係表2」  
14 （下稱系爭關係表）並未禁止同一廠商於同一節目中同時置  
15 入及贊助，且應優先適用置入性行銷之規定：系爭關係表載  
16 明：「編號A2：同一廠商在一節目中同時置入及贊助時，依  
17 置入規範辦理；編號B1：同一廠商在一節目中同時置入及贊  
18 助時，依置入規範辦理。」，是以，被告允許同一廠商於同  
19 一節目中同時有贊助及置入行為，且同時涉有兩者時，應優  
20 先適用置入性行銷之規定；詎料被告以「系爭節目接受贊  
21 助，不得於節目中再呈現贊助者產品」為由，認定原告違反  
22 贊助規定而予以裁罰，認事用法即有違誤，已有違反法律保  
23 留原則之情。

24 (四)衛星廣播電視事業商業同業公會曾函詢被告「是否容許同一  
25 節目同時出現置入及贊助行為」，經被告103年12月8日通傳  
26 內容字第10300770590號函復「節目同時涉及置入和贊助  
27 時，視為置入」，並經鈞院引用為判決基礎，可見置入規定  
28 應優先適用於一般贊助規定，且系爭關係表及上開函釋均屬  
29 行政規則之性質，經鈞院判決認定該函釋內容符合節目廣告  
30 化之事實認定標準，被告自應遵循自身頒訂之行政規則，方  
31 屬適法，否則即有悖於行政自我拘束原則，本案確有適用法

01 規錯誤之情形，原處分具有瑕疵應予撤銷。

02 (五)系爭諮詢會議紀錄及原處分內容，亦可知悉被告根本未釐清  
03 原告系爭行為究為贊助、置入，或同時涉及贊助及置入行  
04 為，即以原告違反贊助規定予以裁處，有認定事實未依證據  
05 及適用法規錯誤之違法：

06 1.系爭諮詢會議紀錄僅記載：「二、擬處內容：節目贊助(來  
07 賓分享特定商品『小橘瓶』之使用心得)…」，然諮詢委員  
08 意見包含：「建議依贊助規定，不影響節目編輯」、「涉違  
09 反衛廣法第33條第2項節目贊助之規定」等認定系爭節目屬  
10 節目贊助，同時亦有「業者已揭露置入業者，建議發函改  
11 進」、「推銷特定商品」、「主持人推銷上網購買」、「很  
12 明顯有促銷、鼓勵消費之嫌」等認定系爭節目屬於置入之情  
13 形。

14 2.置入及贊助行為本為衛廣法所允許之廣告方式，系爭節目亦  
15 為系爭管理辦法規定得為置入、贊助之節目類型，來賓於節  
16 目中分享使用心得，應不屬於違法推銷，「小橘瓶」本身並  
17 非正式商品名稱，來賓全程亦未提及業者名稱，如收視戶對  
18 此商品有興趣自行上網搜尋，不應歸諸於原告有「推銷、直  
19 接鼓勵購買」之行為，如系爭節目涉及置入行為，則原處分  
20 以系爭管理辦法第14條、第16條第1項、第17條等贊助規定  
21 裁處原告，即非適法。

22 (六)退步言之，衛廣法、系爭管理辦法既容許節目中進行置入，  
23 則原告於節目中將產品功能、使用心得融入節目流程之中，  
24 並未違法，原處分僅以「呈現產品訊息、促銷產品」為由，  
25 逕認原告之置入行為等同「介入節目內容編輯、影響視聽眾  
26 權益」，顯然未就本案事實具體涵攝於系爭管理辦法14條之  
27 構成要件，應認未具體說明裁處理由。再退步言之，原告已  
28 依法於節目片尾揭露贊助商名稱，產品播出畫面則未出現贊  
29 助商資訊，來賓全程亦未提及贊助商名稱，無從達到宣傳產  
30 品之效果，核無違反節目受贊助之規定等語。

31 (七)並聲明：原處分撤銷。

01 三、被告答辯及聲明：

02 (一)被告召開系爭諮詢會議業已依據設置要點，遴選出之19名諮  
03 詢委員，且諮詢會議之設置旨在使被告得廣納多元觀點，而  
04 諮詢會議所為之「建議」，僅供被告委員會議決議之參考，  
05 並無拘束被告之效力，此已為近來行政訴訟實務穩定之見  
06 解。諮詢會議之位階僅係被告內部之幕僚單位，係被告為形  
07 成多元意見之資訊來源之一，原告將諮詢會議之建議強充作  
08 被告做成行政處分之唯一依據或法定要件，不僅與事實不  
09 符，且相關主張亦多為司法實務所不採。

10 (二)原告主張原處分有提及置入性行銷規範，導致原告無法理解  
11 裁罰依據及違法事實等語與事實不合：

12 1.原處分於「主旨欄」已明確載明原告違犯之法令為衛廣法第  
13 33條第2項規定所訂定之系爭管理辦法，而依衛廣法第54條  
14 第3款規定處罰鍰60萬元。原告主張原處分指摘之違規行為  
15 及適用法律有欠明瞭云云，與客觀事實不符，要無理由。又  
16 系爭管理辦法第二至四章分別規範節目與廣告區隔之管理、  
17 置入性行銷之管理及贊助及冠名贊助之管理；是在系爭管理  
18 辦法中，本已具備三層不同態樣之行為，而各該態樣均有其  
19 「不得為」之行為；被告查知原告於系爭節目中，以超過9  
20 分鐘以上之篇幅，大肆介紹「小橘瓶」之產品特徵、使用方  
21 法、效用等內容，被告透過系爭函文，將系爭節目可能觸犯  
22 之法令及核處依據，完整且周全地通知原告，其目的不外乎  
23 希望使原告得對於自己之行為有涉及違反法令的各種可能  
24 性，均得以提出完整之陳述。被告係在原告完成意見之陳述  
25 後，始將原告陳述意見及行政機關內部幕僚意見整合，提供  
26 予被告委員會，作為行政處分作成之判斷依據。原告將不同  
27 階段之行政行為，包括系爭函文與原處分之目的及內容混  
28 淆，將自己之「不知法」與「不避法」，推諉作行政機關未  
29 能說明裁罰依據，其論述難謂有據。

30 2.又被告早於105年11月訂定並發布系爭管理辦法，並於105年  
31 7月22日就系爭管理辦法草案召開公開說明會，告知包括原

01 告在內之各該業者，原告亦遣法律事務部經理參與該次說明  
02 會。而依該次說明會內容，主管機關已明確揭示管制之方向  
03 及原則，即縱使揭露贊助者資訊，於節目內容之編輯上亦不  
04 得超出限制或違規，原告實無理由諉為不知。

05 (三)原告主張系爭關係表中，未禁止同一廠商既置入又贊助，故  
06 而被告作成之行政處分應先適用置入性行銷之規定，否則即  
07 違反法律保留情形云云。惟原告主張被告應先適用系爭關係  
08 表來做為裁罰之參考，然系爭關係表之法律位階，應不足以  
09 作為行政法處分作成之直接法律依據。且系爭關係表之目的  
10 並非在於許可同一廠商在同一節目中置入及贊助，而係提醒  
11 同一廠商在同一節目中若有置入及贊助行為時，應依據置入  
12 規範辦理，原告之主張未查明系爭關係表之文字與分類，此  
13 部分主張恐有嚴重誤解法令。

14 (四)原告主張其製播之內容中並未提及贊助商名稱，無從達到宣  
15 傳產品之效果，故並未違反系爭管理辦法云云，亦無可採：

16 1.系爭節目內容，主動於節目尾聲揭露贊助者SUNTORY，被告  
17 爰以「贊助」規定論處，依系爭管理辦法第15條第2項規  
18 定，電視節目除於運動賽事或藝文活動為贊助時，得出現贊  
19 助者之產品、服務、事業、機關(構)、團體、個人之名稱、  
20 標識、商標、品牌或相關附屬圖案，其餘電視節目接受贊  
21 助，皆不得出現贊助者訊息。惟系爭節目非屬運動賽事或藝  
22 文活動節目，內容卻有長達9分鐘以上的橋段圍繞著「All  
23 in one小橘瓶」，其中來賓翊萱持續分享使用經驗，並與主  
24 持人不斷推介小橘瓶的成分(蛋白聚醣)、功能(補水、鎖住  
25 膠原蛋白……)、特點(All in one保濕、乳液、精華、性價  
26 比超高……)、使用方法等內容，也強調來自日本、品質  
27 佳、有保障等語，明顯係呈現贊助者之相關訊息及促銷贊助  
28 者商品，且節目內容多次特寫之All in one小橘瓶商品之瓶  
29 身，瓶身上之字體固然因塗色及字體大小，不能清楚辨識  
30 SUNTORY字樣，但只要使用「All in one小橘瓶」詞句於搜  
31 尋引擎查找，即可發現「All in one小橘瓶」之關鍵字，可

01 直接與「日台熱銷突破百萬瓶」、「日本超人氣小橘瓶」、  
02 「Suntory 三得利」等內容直接連結，亦即觀眾得明確查知  
03 此係SUNTORY之知名產品；此種於節目內容中露出贊助者產  
04 品、服務、事業、機關(構)、團體、個人之名稱、標識、商  
05 標、品牌或相關附屬圖案者，均構成「呈現贊助者相關訊  
06 息」之情事，故被告認定原告製播系爭節目有違反系爭管理  
07 辦法第14條、第17條之情事，而做成原處分。

08 2.又系爭節目以長達9分鐘之完整段落介紹贊助者SUNTORY的產  
09 品「All in one小橘瓶」之成分、使用方法、功效，並輔以  
10 名人推薦使節目內容產生可信度，致觀眾無法分辨該段係節  
11 目，抑或推銷商品之廣告，混淆節目與廣告之區隔，於警覺  
12 性較低之視聽狀態下，受影視媒體強大暗示效果之誘引，對  
13 節目所宣傳之商品產生好感，並進行後續交易，正是衛廣法  
14 及系爭管理辦法所欲避免之「藉節目資訊傳遞形式，遂行宣  
15 傳商品實質」之情狀，此等呈現方式，已明顯違反節目接受  
16 贊助者不得介入節目內容編輯之規定。

17 (五)原告屢稱本件有優先適用置入性行銷云云等主張，無非以片  
18 段、割裂之事實為描述：

19 依衛廣法第54條第3款、衛廣法第33條第2項規定首先可以確  
20 認，立法者並非當然禁止節目為置入性行銷或接受贊助，而  
21 係在兼顧媒體產業發展及視聽眾權益之衡平下，一旦節目有  
22 置入性行銷或接受贊助之情形時，即應受到主管機關經衛廣  
23 法中授權制訂系爭管理辦法之規範。「置入性行銷」與「贊  
24 助」在系爭管理辦法中雖然各自有獨立存在於系爭管理辦法  
25 第三章及第四章，業者的某一行為究竟該當於置入性行銷或  
26 贊助，此二者於概念上並非「當然兩立、不可並存」之態  
27 樣，任何節目內容中，到底涉及的是置入性行銷或者贊助，  
28 參照系爭管理辦法第10條第1項及第3項與同法第16條第1項  
29 及第3項規定，係由電視事業接受「贊助」或「置入性行  
30 銷」時，自主於節目播送前或後明顯揭露「贊助」或為「置  
31 入性行銷」事業之名稱或商標，其目的亦在求視聽眾得以知

01 悉並判斷節目出現之資訊，倘電視事業未揭露係「贊助」或  
02 為「置入性行銷」，被告則依第二章節目與廣告區隔之規  
03 定，逕行處理。以系爭節目之內容，原告既於23時59分6秒  
04 時，主動揭露「贊助 SUNTORY」之畫面，則系爭節目即有接  
05 受「SUNTORY」贊助，原告主觀上既然明確知悉「SUNTORY」  
06 是系爭節目之贊助者，則於製作節目內容時，即應盡力遵守  
07 系爭管理辦法中，關於贊助之相關規範，亦即節目一旦接受  
08 贊助，其製播之內容即不能逾越系爭管理辦法第14條、第17  
09 條所揭示之界線。又系爭節目除有為系爭商品量身打造之內  
10 容外，該集節目之背景尚充斥廣告圖板、廣告，被告在獲悉  
11 相關情事後，乃先要求原告對於系爭節目內容是否有節目內  
12 容廣告化之情形依法陳述意見，經原告陳述意見後，被告認  
13 定違反系爭管理辦法第14條、第17條之部分，由被告作成原  
14 處分已如前述，至違反系爭管理辦法第9條部分，被告亦另  
15 函知原告予以改進，並提出改正計畫報送被告，是被告當已  
16 清楚向原告辨析其違法情節等語。

17 (六)並聲明：駁回原告之訴。

18 四、本院之判斷：

19 (一)應適用之法令：

- 20 1.衛廣法第33條第2項規定：「得為置入性行銷之節目類型、  
21 新聞報導、兒童、運動賽事及藝文活動節目之認定、節目與  
22 其所插播廣告之明顯辨認與區隔、置入性行銷置入者與贊助  
23 者揭露訊息之方式、限制及其他應遵行事項之辦法，由主管  
24 機關定之。」
- 25 2.衛廣法第54條第3款規定：「衛星廣播電視事業、境外衛星  
26 廣播電視事業之分公司、代理商或他類頻道節目供應事業有  
27 下列情形之一者，處二十萬元以上二百萬元以下罰鍰：三、  
28 違反依第三十三條第二項或第六十四條第一項準用第三十三  
29 條第二項所定辦法有關節目與其所插播廣告之明顯辨認與區  
30 隔、置入性行銷置入者與贊助者揭露訊息之方式、限制或其  
31 他應遵行事項之規定。」

01 3.被告依衛廣法第33條第2項授權，於105年11月11日發布系爭  
02 管理辦法，系爭管理辦法第14條規定：「電視事業於節目接  
03 受贊助或冠名贊助，不得有下列之行為：一、介入節目內容  
04 編輯。二、影響視聽眾權益。」、第17條規定：「電視事業  
05 於節目接受贊助或冠名贊助，除依第十五條及前條第一項規  
06 定者外，不得於節目中呈現贊助者之相關訊息。」核其規範  
07 目的，合於首揭衛廣法第33條有關節目與其所插播廣告應有  
08 明顯辨認與區隔之規範，以防止節目廣告化，並藉以維護公  
09 眾之收視權益，保護公眾免於受影響而不自知，避免廣播電  
10 視事業假節目之名行廣告之實，有害公眾利益與消費者權益  
11 之立法目的，無逾越衛廣法第33條第2項授權，被告援為執  
12 法依據，本院自予尊重。

13 4.又被告為違反衛廣法之裁罰機關，在該法授權裁罰金額之範  
14 圍內，訂定裁量基準，核以該裁量基準，係就違法情節態  
15 樣、一定期間內違反次數及其他判斷因素等，區分嚴重程  
16 度，訂定裁罰金額原則，以利不同案件同一違規情事，得適  
17 用相同裁罰原則，為細節性、技術性之規定，並未逾越授權  
18 範圍，且標準客觀合理，被告自得據以行政裁罰之依據。

19 (二)本件如事實概要欄所示事實，業經兩造分別陳述在卷，並有  
20 系爭節目截圖畫面及內容（本院卷第53-55頁）、系爭節目  
21 側錄光碟（本院卷第65頁）、系爭函文（本院卷第67-70  
22 頁）、原告陳述意見函（本院卷第71-73頁）、原處分（本  
23 院卷第87-94頁）、系爭商品網頁資料（本院卷第97-101  
24 頁）、被告第1080次委員會議紀錄及簽到表（本院卷第203-  
25 208頁）、被告112年11月21日通傳內容字第Z0000000000號  
26 函（本院卷第251-252頁）等件在卷可稽，為可確認之事  
27 實。

28 (三)被告參考系爭諮詢會議之建議，而作成原處分並無程序瑕疵  
29 之違法：

30 1.被告為通訊傳播相關法令之主管機關，以維護通訊傳播領域  
31 多元價值思考為其設立目標，為依據法律獨立行使職權，自

01 主運作，不受其他機關指揮監督之獨立機關（中央行政機關  
02 組織基準法第3條第2款參照）。為強化被告決策之正當性，  
03 國家通訊傳播委員會組織法第10條第6項因此規定：「委員  
04 會議開會時，得邀請學者、專家與會，並得請相關機關、事  
05 業或團體派員列席說明、陳述事實或提供意見。」被告為執  
06 行上述規定，並進一步擴大公民參與及廣納社會多元觀點，  
07 於00年0月00日下達訂定設置要點，設置諮詢會議，其第3點  
08 規定：「諮詢會議置諮詢委員39至51人，諮詢委員由下列會  
09 外人員組成，其中任一性別代表不得少於3分之1：(一)專家學  
10 者19至23人。(二)公民團體代表15至19人。(三)內容製播實務工  
11 作者5至9人。」第7點規定：「(第1項)諮詢會議委員由本  
12 會主任委員視議案需要，自第3點諮詢委員名單中遴選19人  
13 與會。(第2項)前項遴選之委員至少有2分之1出席，始得  
14 開會。」第9點規定：「(第1項)出席委員應就當次議案提  
15 出書面審查意見，並就涉嫌違法議案，勾選下列建議處理方  
16 式並簽註意見：(一)應予核處，並加註違規情節輕重。(二)發函  
17 改進。(三)不予處理。(第2項)有關諮詢會議之議案審查、  
18 討論、諮詢意見彙整及建議方式之處理原則，另訂要點規  
19 定。」第10點規定：「諮詢會議之意見，得供本會委員會議  
20 審議之參考。」

21 2.被告依設置要點第9點第2項規定所下達訂定之廣播電視節目  
22 廣告諮詢會議處理建議作業原則（下稱諮詢會議作業原則）  
23 第1點規定：「廣播電視節目廣告諮詢會議（以下簡稱諮詢  
24 會議）處理建議作業原則，除法令另有規定外，依本原則辦  
25 理。」第3點規定：「諮詢會議開會前，本會幕僚單位應先  
26 就案件違法事實與法律構成要件之涵攝作分析整理；諮詢會  
27 議可參考幕僚單位之分析意見，協助審酌及確認個案事實與  
28 法規構成要件是否相符及其可能造成之影響，以作成處理  
29 建議，其餘涉及行政裁罰之裁量等，仍由本會委員會議依職  
30 權為之。」第5點規定：「本會委員會議之決議與諮詢會議  
31 處理建議不同時，得將該決議內容提供諮詢會議討論案件參

考。」

3.上述設置要點及諮詢會議作業原則之性質，屬於被告依行政程序法第159條規定就機關內部組織及業務處理方式所訂頒之行政規則，而非直接對外發生法規範效力之一般、抽象性規範。依上述設置要點及諮詢會議作業原則規定可知，被告於法定組織及程序之外，另行設置諮詢會議及規定其作業程序之目的，是藉由專家學者、公民團體代表、內容製播實務工作者之參與，廣納社會多元觀點，於處理涉及違反兒童及少年保護、公序良俗、內容分級或其他違法情節之節目內容時，應先由被告之主任委員遴選諮詢會議委員組成諮詢會議，參考被告幕僚單位就案件違法事實與法律構成要件涵攝之分析整理及討論後，作成應予核處、發函改進或不予處理之處理建議，再提請上訴人之委員會議審議，以供被告之委員會議審議時之「參考」，當被告之委員會議之決議與諮詢會議處理建議不同時，尚可將該決議內容提供諮詢會議討論案件之參考。

4.觀之被告所提出之第10屆廣播電視節目廣告諮詢會議委員名單(112年第2次)(見本院卷第447-448頁，下稱諮詢委員名單)、被告112年4月7日通傳內容字第1Z000000000號開會通知單(本院卷第381頁，下稱開會通知單)、電子郵件(見本院卷第449-454頁)可知，系爭諮詢會議委員已由主任委員依設置要點第7點第1項規定，從諮詢委員名單中先行圈選後，再由幕僚人員寄發開會通知單予該19名委員與會。觀以系爭諮詢會議簽到表(本院卷第201-202頁)，可知召開系爭諮詢會議時，有5位諮詢委員因事請假，故僅有14位諮詢委員到場與會，惟系爭諮詢會議之決議內容僅為被告之委員會議作成決議所參考之建議，即使系爭諮詢會議之決議係由14名諮詢委員召開之諮詢會議所為，依本件個案之具體情形，尚不影響系爭諮詢會議作成處理建議之結論，亦不致於影響被告之委員會議之實體決議，則被告之委員會議參考系爭諮詢會議之處理建議所作成決議之程序，尚難僅因此即認為違

01 法。又出席之諮詢委員人數共計14位，已符合設置要點第7  
02 點第2項「遴選之委員至少有2分之1出席，始得開會」之規  
03 定，故系爭諮詢會議當得合法開會，依據前開規定與說明，  
04 不能僅因19名諮詢委員未全員與會，即認為被告之委員會議  
05 參考系爭諮詢會議之建議而作成決議之程序違法。且原處分  
06 係由被告委員會採擇諮詢會議之資訊為參考，經內部達成共  
07 識後而形成決議，並非由諮詢會議之建議即形成，故上開情  
08 事並不當然影響被告決策之合法性，故原告據以主張原處分  
09 違法，於法無據。

10 (四)系爭節目為系爭商品促銷宣傳之內容，確有違反系爭管理辦  
11 法第14條、第17條之規定：

12 1.按所謂贊助，指事業、機關(構)、團體或個人為提升特定名  
13 稱、標識、活動、服務之形象，在不介入節目內容及維持製  
14 播自主的前提下，提供金錢或非金錢之協助（本院卷第289-  
15 290頁）。經查，系爭節目播出含有「小橘瓶」特定商品推  
16 介宣傳之內容，雖未明確提及系爭商品品牌名稱，但節目參  
17 與者已清楚表明系爭商品為「小橘瓶」，並推薦「小橘瓶」  
18 含有蛋白聚醣，是很強的補水成分、具鎖住膠原蛋白等功  
19 能，已有提升「小橘瓶」特定商品形象之效果，而「小橘  
20 瓶」實為「SUNTORY」公司之產品，系爭節目最後清楚揭示  
21 「贊助」字樣及「SUNTORY」之商標，當可認系爭節目因接  
22 受「SUNTORY」公司之贊助始於系爭節目中為提升「小橘  
23 瓶」商品形象之推介，堪認「SUNTORY」公司為提升「小橘  
24 瓶」商品之形象而與系爭節目有贊助之關係，自應受系爭管  
25 理辦法第四章贊助及冠名贊助之管理規範拘束。

26 2.再參以系爭節目參與者以手持「小橘瓶」展示之方式，介紹  
27 系爭商品為「All in one小橘瓶」、「三個階段（保濕、精  
28 華、鎖住乳霜）將所有營養注入肌膚底層」及使用方法等內  
29 容，藉節目傳遞資訊之形式，以畫面呈現系爭商品之外觀提  
30 高辨識度，節目主持人並於系爭節目稱：「All in one小橘  
31 瓶有興趣想要搶購的話，到我們11點熱吵店的社群網站，上

01 面就有詳細的這個資訊要提供給大家」等語，此有系爭節目  
02 畫面擷圖在卷可參（本院卷第53-55頁），故一般視聽眾經  
03 由系爭節目促銷、宣傳，而有意購買系爭商品時，藉由系爭  
04 節目所提供之資訊，即可輕易取得系爭商品品牌名稱及購買  
05 方式，已達可供辨識、特定系爭節目所宣傳商品即為系爭商  
06 品之作用，再衡以系爭節目為主題「照照鏡子醒醒吧？！怎  
07 麼你總是活在謊言裡…」之談話性節目，惟系爭節目竟明顯  
08 為促銷系爭商品之上開內容，除可認已介入節目內容編輯  
09 外，亦使視聽眾受廣告宣傳之影響而不自知，明顯影響視聽  
10 眾權益，而有違系爭管理辦法第14條第1款、第2款規定。且  
11 依系爭管理辦法第17條規定，系爭節目非屬系爭管理辦法第  
12 15條及16條第1項規定之運動節目或藝文性節目，自不得在  
13 系爭節目出現贊助者「SUNTORY」公司之系爭商品。綜上，  
14 足認系爭節目之內容確有違系爭管理辦法第14條、第17條規  
15 定而違反衛廣法第33條第2項有關贊助者揭露訊息之方式，  
16 至為明確。

17 3. 被告審酌卷附被告裁處違反廣播電視法及衛星廣播電視法案  
18 件違法行為評量表（本院卷第435頁），以及被告裁處違反  
19 廣播電視法及衛星廣播電視法案件裁量基準違法等級及適用  
20 裁處參考表（本院卷第437頁，下稱裁處參考表），以原告  
21 違法情節列為「嚴重」等級，2年內無因違反相同違法構成  
22 要件之行為受被告裁處，依前揭裁量基準規定，按違法情節  
23 及事業2年內未受裁處及其他判斷因素等考量事項，分別採  
24 計30分、0分、0分，合計總積分30分，對照裁處參考表，係  
25 屬第3級，對應衛廣法第54條之罰鍰額度，以原處分裁處原  
26 告罰鍰60萬元，合於裁量基準，自屬合法有據，原處分認事  
27 用法並無違誤，原告徒執前詞，訴請判決如聲明所示，為無  
28 理由，應予駁回。

29 五、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及主張陳述，均  
30 對本件判決結果不生影響，爰不一一論駁，併此敘明。

31 六、結論：本件原告之訴為無理由，依行政訴訟法第98條第1項

01 前段，判決如主文。

02 中 華 民 國 114 年 7 月 30 日

03 審判長法官 劉正偉

04 法官 余欣璇

05 法官 陳宣每

06 一、上為正本係照原本作成。

07 二、如不服本判決，應於送達後20日內，向本院地方行政訴訟庭  
08 提出上訴狀，其未表明上訴理由者，應於提出上訴後20日內  
09 補提理由書；如於本判決宣示或公告後送達前提起上訴者，  
10 應於判決送達後20日內補提上訴理由書（均須按他造人數附  
11 繕本）

12 三、上訴未表明上訴理由且未於前述20日內補提上訴理由書者，  
13 逕以裁定駁回。

14 四、上訴時應委任律師為訴訟代理人，並提出委任書（行政訴訟  
15 法第49條之1第1項第2款）。但符合下列情形者，得例外不  
16 委任律師為訴訟代理人（同條第3項、第4項）  
17

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. 上訴人或其代表人、管理人、法定代理人具備法官、檢察官、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，上訴人或其代表人、管理人、法定代理人具備會計師資格者。 3. 專利行政事件，上訴人或其代表人、管理人、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，經高等行	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。

01

<p>政法院高等行政訴訟庭認為適當者，亦得為上訴審訴訟代理人</p>	<p>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。</p>
------------------------------------	--

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 114 年 7 月 30 日

03

書記官 洪啟瑞