

臺北高等行政法院判決

地方行政訴訟庭第二庭

113年度地訴字第78號

113年10月23日辯論終結

原告 東森國際開發股份有限公司(原名：永亮社交電商股份有限公司)

代表人 蔡高明
訴訟代理人 楊俊元律師
被告 新北市政府

代表人 侯友宜
訴訟代理人 林庭好
陳文章

上列當事人間食品安全衛生管理法事件，原告不服衛生福利部中華民國113年1月31日衛部法字第1120034378號訴願決定，提起行政訴訟，本院判決如下：

主 文

- 一、原告之訴駁回。
- 二、訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

- 一、原告於起訴時代表人為陳世志，訴訟程序進行中，於民國113年6月25日變更為廖尚文，復於同年8月1日變更為蔡高明，並均由新任代表人具狀聲明承受訴訟，有卷附公司變更登記表、聲明承受訴訟狀可稽(本院卷第79、85、89、93頁)，經核並無違誤，應予准許。
- 二、事實概要：原告前於附表所示時間，在附表所示之電視購物頻道，刊播如附表所示之食品廣告(下稱系爭廣告)，經臺北市政府衛生局、新竹縣政府衛生局查獲，移由原告營業登記地之被告所屬衛生局處理。嗣經被告審認系爭廣告均涉及醫

療效能，違反食品安全衛生管理法(下稱食安法)第28條第2項規定，爰依同法第45條第1項規定，以112年9月8日新北府衛食字第1121738902號裁處書(下稱原處分)，分別就附表編號1至3所示之紐西蘭百年麥蘆卡醫生高活性蜂蜜組食品廣告(下稱麥蘆卡蜂蜜廣告)裁處新臺幣(下同)72萬元；就附表編號4所示之智利原裝Bberri100%藍莓智利酒果精華食品廣告(下稱智利酒果廣告)裁處罰鍰60萬元，共計132萬元罰鍰。原告不服，提起訴願經駁回後，乃提起本件行政訴訟。

三、原告主張：

(一)原處分所示系爭廣告內容僅為廣告一部分，非整體廣告主軸，且系爭廣告內容宣稱「……可強化呼吸道防護力……皮膚修護力……具有非常好的抑菌效果……支持眼睛健康……增加有益細菌的數量……抗衰老作用……抗衰老產生積極性的影響……」等詞，依衛生福利部(下稱衛福部)食品藥物管理署發布「食品及相關產品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解或醫療效能認定準則」(下稱食品廣告認定準則)Q&A所載本準則涉及不實、誇張或易生誤解之「涉及維持或改變人體器官、組織、生理或外觀之功能」例句或類似詞句：「保護眼睛。增強抵抗力。強化細胞功能。改善體質。延遲衰老。防止老化。」等詞，係涉及誇張或易生誤解之詞句，故系爭廣告內容應係對於生理功能之描述，縱有不實、易生誤解，亦屬食安法第28條第1項規定範疇，而非屬同條第2項所指禁止宣傳醫療效能之詞句，被告以系爭廣告內容違反食安法第28條第2項規定所為處分，有適用法律不當之違誤。

(二)原處分僅就系爭廣告概略提及內容，整體涉及醫療效能，卻未明確說明原處分判斷整體表現已涉及「誇張不實、易生誤解」或係「醫療效能」標準究竟為何，且參諸相類案件於其他衛生局裁罰案例，亦有僅認違反食安法第28條第1項，實難認原處分具有明確表示而使受罰者知悉標準為何，自有不符行政處分明確性原則之違誤等語。

(三)未參酌其他類似違反食安法案件，各地衛生主管機關處以較

輕微之食安法第28條第1項認定相關責任，故被告如以較輕微手段便足以達成行政上相同目的，實無須苛以重罰作為嚇阻手段。又依食品安全衛生管理法第45條規定廣告處理原則（下稱食品廣告處理原則）附表2「其他作為罰鍰裁量之參考加權事實（D）」欄記載，須依前揭原則裁罰有顯失衡平情事，始得斟酌個案加權。原處分以原告於不同頻道、日期播放麥蘆卡蜂蜜廣告3次，對消費者接收正確產品資訊的公共利益侵害較大，應受責難較高等理由加權1.2倍處罰，惟原處分未具體說明公共利益損害的程度，以及為何已達依食品廣告處理原則裁罰仍顯失衡平，而有加權必要，已違反食品廣告處理原則第2點規定，且被告亦未依行政罰法第18條第1項規定，考量原處分罰鍰應審酌違反法律行為應受責難程度、所生影響及因違反行政法上義務所得之利益，並得考量受處罰者之資力，逕以裁處原告132萬罰鍰，有逾越權限或濫用權利之瑕疵，而違反比例原則等語。

(四)並聲明：訴願決定及原處分均撤銷。

四、被告則以：原告於電視台委託刊播系爭廣告，其內容涉及預防、改善、減輕疾病及症狀或降低導致疾病有關之體內成分，經判斷係屬食安法第28條第2項規定所禁止宣傳醫療效能之詞句。而本件2款不同產品品項之食品廣告，按食品安全衛生管理法行政罰行為數認定標準(下稱行為數認定標準)之規定屬2行為，應分別處罰之。復被告係依食品廣告處理原則第2點規定審認後，方對麥蘆卡蜂蜜廣告、智利酒果廣告分別裁處72萬元及60萬元，共計132萬元，並無裁量濫用之違法。另被告已具體載明主旨、違章事實、處分理由、裁量因素及法令依據，並以違規產品廣告一覽表逐字記述被告認定系爭產品廣告內容涉及醫療效能的部分，足使原告瞭解其受處分的原因事實及法令依據，尚難認有違反明確性原則等語置辯。並聲明：原告之訴駁回。

五、前開事實概要欄所載事實，為兩造所不爭執(本院卷第100-101頁)，並有臺北市政府衛生局112年4月24日北市衛食藥字

第1123018599號、112年7月12日北市衛食藥字第1123036708號函暨電視疑似違規廣告監控表(原處分卷第59-62頁、第77-80頁)、新竹縣政府衛生局112年5月30日新縣衛食藥字第1123800656號函暨電視疑似違規廣告監控表(原處分卷第91-96頁)、原處分暨送達證書(原處分卷第3-9頁)、訴願決定書(原處分卷第11-24頁)等在卷可稽，足以認定為真實。

六、爭點：

(一)原告有無違反食安法第28條第2項之行為？

(二)原處分有無違反明確性原則？

(三)原處分有無裁量濫用、違反比例原則？

七、本院之判斷：

(一)按為管理食品衛生安全及品質，維護國民健康，制定有食安法，其第2條規定：「本法所稱主管機關：在中央為衛生福利主管機關；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。」第3條第1款規定：「本法用詞，定義如下：一、食品：指供人飲食或咀嚼之產品及其原料。」第28條第1、2、4項規定：「(第1項)食品、食品添加物、食品用洗潔劑及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，其標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形。(第2項)食品不得為醫療效能之標示、宣傳或廣告。……(第4項)第1項不實、誇張或易生誤解與第2項醫療效能之認定基準、宣傳或廣告之內容、方式及其他應遵行事項之準則，由中央主管機關定之。」第45條第1項規定：「違反第28條……；違反同條第2項規定者，處新臺幣60萬元以上5百萬元以下罰鍰；……」第55條之1規定：「依本法所為之行政罰，其行為數認定標準，由中央主管機關定之。」復食安法第28條第2項立法意旨明白揭示：「為維護消費者之健康及權益，嚴禁食品為醫療效能之標示、宣傳或廣告。」，是為保障消費大眾獲得真實而完整之資訊，避免食品標示、宣傳或廣告內容造成誤導作用，使消費者誤認產品具有醫療效能，足以替代藥物而延緩就醫治療或遵照醫囑服藥的風險，

食安法第28條第2項遂明文禁止食品為醫療效能之標示、宣傳或廣告，以維護國民健康與消費權益，違者即應按同法第45條第1項之規定處罰。而違反食品安全衛生管理法第28條第1、2項構成要件不同，效果亦異（當然有競合之情形），如何區別行為人食品廣告內容，究係同法第28條第1項誇張、易生誤解或係同法第28條第2項宣傳醫療效能之情形，應綜合該廣告全部，所使用之文字、敘述、圖像及符號等，以所傳達予消費者訊息之整體表現認定之（最高行政法院109年度判字第117號判決意旨參照）。

(二)次按中央主管機關衛福部依食安法第28條第4項規定之授權訂定行為時（113年5月8日修正前）之食品廣告認定準則第3條規定：「本法第28條第1項或第2項所定標示、宣傳或廣告涉及不實、誇張、易生誤解，或醫療效能之認定，應就其傳達予消費者之品名、文字敘述、圖案、符號、影像、聲音或其他訊息，依整體表現，綜合判斷之。」第5條規定：「本法第28條第2項食品之標示、宣傳或廣告，表述內容有下列情形之一者，認定為涉及醫療效能：一、涉及預防、改善、減輕、診斷或治療疾病、疾病症候群或症狀。二、涉及減輕或降低導致疾病有關之體內成分。三、涉及中藥材效能。」此符合食安法第28條規範意旨，無違母法的授權內容與範圍，自得予以適用。

(三)系爭廣告內容涉及醫療效能，原告確有違反食安法第28條第2項規定之行為：

1. 經查，附表各編號所示之食品廣告，分別有附表「違規內容」欄所示之廣告內容，有各該廣告擷取畫面及譯文存卷可稽（原處分卷第61-62、65-66、79-80、95-96頁），且為原告所不爭執（本院卷第100頁）。復觀以附表編號1至3所示之廣告內容，傳達該麥蘆卡蜂蜜產品具有「口腔抗炎與修護作用」、「舒緩喉嚨痛」、「預防胃幽門桿菌」、「針對口腔損傷具抗炎修復作用」、「舒緩感冒前兆喉嚨痛及乾癢」、「促進傷口癒合」、「腸胃道問題可預防胃幽門桿菌等病

菌」等效用之內容，甚附表編號3之廣告更宣稱每天服用該產品後，胃食道逆流之症狀即未再發生，健檢結果亦未發現胃幽門螺旋桿菌；附表編號4所示廣告內容亦傳達該智利酒果產品具有「預防心臟病」、「有助降低低密度脂蛋白膽固醇」、「降低患心臟病的風險」、「幫助控制血糖」、「抗癌」、「減少癌細胞複製」、「抑制腫瘤生長」、「誘導癌細胞死亡」等效用之內容。是由如附表所示各該食品廣告內容整體觀察，該等食品廣告已均有傳達預防、改善、減輕疾病及症狀、降低導致疾病有關之體內成分之效能等訊息予消費者，核與食品廣告認定準則第5條所列涉及醫療效能表述之認定原則相符，又系爭廣告刊播在東森購物台，並無任何閱覽限制或條件，足供不特定之多數人見聞、知悉其宣傳內容，有使觀看廣告之消費者誤認廣告產品具有醫療效能，足以替代藥物而延緩就醫治療或遵照醫囑服藥的風險，進而引起購買慾望，被告認定系爭廣告內容涉及醫療效能，該當食安法第28條第2項之要件，自屬有據。

2. 至原告主張附表所示違規內容僅為系爭廣告一部分，非整體廣告主軸，系爭廣告內容係對於生理功能之描述，縱有不實、易生誤解，亦屬食安法第28條第1項之範疇云云。惟系爭廣告刊播內容多次提及上開預防、改善、減輕疾病及症狀、降低導致疾病有關之體內成分等內容，縱使被告僅擷取系爭廣告部分內容，然其用語明確，搭配口述、字幕、圖示及節目主持人使用之手板等強調(原處分卷第62、66、80、96頁)，客觀上顯足以引起一般消費者在使用該產品後將可預防及改善、減輕疾病及症狀、降低導致疾病有關之體內成分的整體印象與效果；再者，系爭廣告內容除或無證據、證據不足以佐證，或涉及維持或改變人體器官、組織、生理或外觀之功能，而有食品廣告認定準則第4條第1項所載涉及不實、誇張或易生誤解之情形外，更均進一步提及上開預防、改善、減輕疾病及症狀、降低導致疾病有關之體內成分而涉及醫療效能，自非單純不實、誇張或易生誤解之情形，原告

主張縱有違章，亦僅係違反食安法第28條第1項規定云云，自非可取。

3. 而原告既有從事食品之廣告行銷，自負有食安法第28條第2項所課予不得為涉及醫療效能之標示、宣傳或廣告之行政法上義務，是其自應先行了解並審核其所刊播廣告內容是否有涉及醫療效能之宣稱，倘產品未經事前申請衛生主管機關查驗審核並發給許可證，即不得使含有宣傳、廣告醫療效能內容之食品廣告在電視購物台刊播，而本件並無不能注意之情事，原告竟疏未注意，貿然刊播附表所示宣稱具醫療效能之食品廣告，其主觀上確有過失至明，被告審認原告有違反食安法第28條第2項規定情事，而依同法第45條第1項規定，以原處分對原告予以裁罰，於法即無不合。

(四)原處分並無違反明確性原則：

1. 按行政行為之內容應明確，故行政程序法第96條第1項第2款乃規定行政處分以書面為之者，應記載主旨、事實、理由及其法令依據，該規定之目的在使行政處分之相對人及利害關係人得以瞭解行政機關作成行政處分之法規依據、事實認定及裁量之斟酌等因素，以資判斷行政處分是否合法妥當，及對其提起行政救濟可以獲得救濟之機會，並非課予行政機關須將相關之法令、事實或採證認事之理由等等鉅細靡遺予以記載，始屬適法。故書面行政處分所記載之事實、理由及其法令依據，如已足使人民瞭解其原因事實及其依據之法令，即難謂有違行政法上明確性原則(最高行政法院111年度上字第169號判決意旨參照)。
2. 經查，原處分主旨欄業載明：「受處分人刊播食品廣告2行為，因違反食品安全衛生管理法第28條第2項規定，爰依同法第45條第1項規定及食品安全衛生管理法第45條規定廣告處理原則附表二，分別處罰鍰新臺幣72萬元、60萬元，共計132萬元整。」違法事實欄亦載明：「受處分人於電視台刊播『紐西蘭百年麥蘆卡醫生高活性蜂蜜組』及『智利原裝BB erri100%藍莓智利酒果精華』等2項食品廣告，經臺北市政

府衛生局及新竹縣政府衛生局查獲，案移本府衛生局調查，行為事實詳如『違規產品廣告一覽表』。」處分理由敘明系爭廣告內容整體表現涉及預防、改善、減輕疾病及症狀或降低導致疾病有關之體內成分，經判斷係屬食安法第28條第2項規定所禁止宣傳醫療效能之詞句等語，並說明本件違規行為數、罰鍰額度之計算方式及所依據之法令，且將裁罰原告所據如附表所示食品廣告內容製作成「違規產品廣告一覽表」併與原處分送達原告(原處分卷第3-7頁)，自足使原告知悉被裁罰之原因事實及其依據之法令，核無違反行政處分明確性原則之情事。原告固主張原處分未明確說明判斷整體表現已涉及「誇張不實、易生誤解」或係「醫療效能」標準為何云云，惟原處分於法令依據欄業引用食品廣告認定準則第5條之規定，並說明系爭廣告整體表述內容涉及預防、改善、減輕疾病及症狀、降低導致疾病有關之體內成分，即有食品廣告認定準則第5條第1款、第2款所規定涉及醫療效能之情形，已說明其判斷之標準，是原告主張原處分違反明確性原則，殊非可採。

(五)原處分並無裁量濫用及違反比例原則之違法：

1. 衛福部依食安法第55條之1規定之授權，訂定之行為數認定標準第3條規定：「實施違反本法第28條廣告限制規定之行為者，依下列基準判斷其行為數：一、不同品項之產品。二、不同版本之廣告。三、不同刊播媒介之個數。四、不同日之刊播。」其訂定理由載明：「一、明定違反本法第28條廣告限制規定行為數之判斷基準。二、本法第28條廣告限制規定之立法目的，係為避免民眾受違法廣告影響認知產生健康、財產等損害，考量不同產品品項、廣告版本（廣告內容不同，即不同廣告版本）、傳播媒介及刊播日期，均係向民眾認知產生多次危害，故應分別計次違法行為，按次處罰至其停止刊播為止，方能符合社會通念及政府遏止違規廣告之制裁意義。三、廣告傳播媒介多元化，不同之電視頻道係以不同顧客群為訴求主體，並具不同閱聽族群，故屬不同媒介

傳播，應以數行為認定，不同之電台頻道、報紙版次、雜誌期數、網頁網址、車輛、文案（如：看板、廣告牌、海報等）張貼處所、傳單發送者等行為數認定，亦同。」第4條規定：「判斷前二條之行為數時，應斟酌下列各款情事：一、違反之動機及目的。二、違反之手段。三、違反義務之影響程度。四、違反義務所致之所生危害及損害。」其訂定理由明載：「一、查違法之行為究應評價為『一行為』或『數行為』乃個案判斷之問題，並非僅就法規與法規間之關連或抽象事實即可認定，必須就具體個案之事實情節依據行為人主觀犯意、構成要件之實現及受侵害法益，斟酌被違反行政法上義務條文之規範目的、立法意旨、期待可能性與社會通念等因素綜合判斷決定。二、考量違規行為樣態繁多，且食品業者之營業規模與型態差異甚大，故有關違反不作為義務之行為數及違反食品廣告規定之行為數，除分別依本標準第2條及第3條判斷外，仍應考量本條各款規定，依具體個案之違規情節綜合判斷之。」上開行為數認定標準，係衛福部依據食安法第55條之1規定授權訂定，核其內容並未抵觸母法規定及授權限度，且為執行法律所必要，與法律保留原則無違，亦無違反期待可能及一般社會通念，自得予適用。

2. 衛福部為統一處理依食安法第45條規定裁處的廣告案件，建立執行的公平性，有效遏止違規廣告影響民眾健康安全及消費權益，訂有裁處時（113年1月31日修正前）食品廣告處理原則，其第2點規定：「本條廣告規定所列罰鍰額度之審酌：違反食品安全衛生管理法……第28條第2項規定如附表2。」附表2規定：「審酌原則：一、依違規次數，按次裁處基本罰鍰（A）如下：（一）1次：新臺幣60萬元。……二、有下列加權事實者，應按基本罰鍰（A）裁處，再乘以加權倍數作為最終罰鍰額度。備註：違規次數：違規次數之計算以裁處書送達後發生之違規行為，始列計次數。另自主管機關查獲違規事實當日起逾1年後始查獲他件違反相同條款裁罰案件，應重新起算違規次數。加權事實：違規行為故意性加權

(B)：過失(含有認識過失或無認識過失)：B=1；故意(含直接故意或間接故意)：B=2。註：……。違害程度加權(C)：廣告整體表現易引起民眾錯誤認知：C=1；廣告整體表現明顯引起民眾錯誤認知：C=2。註：……。其他作為罰鍰裁量之參考加權事實(D)：違規案件依前揭原則裁罰有顯失衡平之情事者，得斟酌個案情形，敘明理由，依行政罰法規定予以加權，其加權倍數得大於1或小於1。其有加權者，應明確且詳細記載加權之基礎事實及加權之理由。最終罰鍰額度計算方式： $A \times B \times C \times D$ 元。備註：……。」此按違規事實及違規次數(A)、違規行為故意或過失(B)、危害程度加權(C)及其他作為罰鍰裁量的參考加權事實(D)等因素，計算其裁罰數額($A \times B \times C \times D$)。其中將「違規次數(A)」列為審酌違反食安法第28條第2項罰鍰額度的要件之一，在於衡酌裁處行政罰鍰之目的，除在制裁行為人外，主要在於貫徹法律所規範的法秩序，則行為人違規次數越多，足認其遵守行政法上義務的意願薄弱，應受責難程度較高；「違規行為故意或過失(B)」的審酌亦足以表彰行為人違反行政法上義務應受責難程度；至「危害程度(C)」部分則屬違反行政法上義務行為所生影響的評估，均與行政罰法第18條第1項所定裁處罰鍰應審酌的裁量因素相合。上開審酌原則所列因素，既有客觀衡量標準，且無違反期待可能及一般社會通念，均符合食安法第45條授予裁量的規範目的，且未增加法律所無的限制或處罰，其內容亦屬合理明確，並寓有避免就相同事件恣意為不同裁罰的功能，被告自得作為處分的依據。

3. 原告於不同時日在電視購物台刊播系爭廣告，違反食安法第28條第2項規定已如上述，被告依行為數認定標準第3條規定，認所刊播之產品分屬2種不同的產品品項，各自為廣告、宣傳活動，認屬2個行為，分別處罰，應屬有據。復被告依食品廣告處理原則第2點規定，審認：(1)原告前無違反食安法第28條第2項規定的紀錄，為初次違規，故該2個行為

的基本罰鍰（A）均為60萬元。(2)原告2個違法行為尚無證據顯示係出於故意所為，認屬過失，故認定「違規行為故意性加權」（B）均為1。(3)系爭廣告整體表現尚未達明顯引起民眾錯誤認知，而為廣告整體表現易引起民眾錯誤認知，認定「違害程度加權」（C）均為1。(4)審酌原告持續於不同日期、不同頻道委託刊播系爭廣告，每次刊播行為均對消費者接收正確食品資訊的公共利益產生危害，如與僅刊播1次違章廣告業者裁處相同罰鍰，顯失衡平，故以各別產品品項的刊播次數作為認定「其他作為罰鍰裁量之參考加權事實」（D）的標準，每多刊播1次即加權0.1計算，麥蘆卡蜂蜜廣告查獲刊播共3次(即附表編號1至3)，智利酒果廣告查獲刊播1次(即附表編號4)，故「其他作為罰鍰裁量之參考加權事實」（D）加權倍數分別為1.2(1+0.2)、1(1+0)；(5)綜上各項裁量因素，被告對麥蘆卡蜂蜜廣告、智利酒果廣告分別裁處72萬元(60萬元×1×1×1.2)及60萬元(60萬元×1×1×1)，共計132萬元，自合法有據。

4. 原告主張系爭廣告112年3月播出後至原告收受原處分已歷半年時間，原告方會刊播3次麥蘆卡蜂蜜廣告，被告未考量原告違應受責難程度、所生影響及因違反行政法上義務所得之利益，並原告之資力，有裁量濫用之瑕疵，違反比例原則云云。按行政罰法第18條第1項規定：「裁處罰鍰，應審酌違反行政法上義務行為應受責難程度、所生影響及因違反行政法上義務所得之利益，並得考量受處罰者之資力。」是有關裁處罰鍰所應審酌之事項，主要著眼於違章行為本身，包括該行為應受責難的程度、所生影響及因此所得的利益等，而裁處時食品廣告處理原則附表2所列違規事實及違規次數、違規行為故意或過失、危害程度加權、其他作為罰鍰裁量的參考加權事實等因素，與行政罰法第18條第1項所定裁處罰鍰應審酌之裁量因素相合，業如前述，難謂被告裁量時未為考量上揭因裁量因素；至於行為人的資力則非裁處罰鍰時所應審酌的事項，僅為必要時得考量的事由，況原處分作成時

01 原告之資本額達5,000萬元，有公司變更登記表存卷可稽(原
02 處分卷第99頁)，顯為具資力之法人。另本件是各地方衛生
03 主管機關依職權監控後向東森得易購股份有限公司查詢託播
04 單位，方查知原告違規而陸續移送被告處理，被告就各該移
05 送事件再發函通知原告陳述意見（原處分卷第51-58頁、第6
06 9-75頁、第83-89頁），始一次就附表所示違章行為作成原
07 處分，程序並無違法；再者，原告刊播販售系爭廣告產品，
08 本應遵守食安法相關規範，就其刊播之系爭廣告使用文字或
09 口白是否合於食安法第28條規定，亦得經專業諮詢，避免觸
10 法，行政機關受限於人力物力，尚不能期待應於原告首次刊
11 播違法廣告時，即以行政罰警示原告避免後續再犯。是本件
12 難認被告就罰鍰金額之裁量有何瑕疵，原告主張原處分有裁
13 量濫用之瑕疵，違反比例原則，顯非有據，要無可取。

14 八、綜上，原處分並無違誤，訴願決定遞予維持，亦無不合。原
15 告訴請撤銷原處分及訴願決定，為無理由，應予駁回。

16 九、本案事證已明確，兩造其餘攻擊及防禦方法，均與本件判決
17 結果不生影響，爰不一一論駁，併予敘明。

18 中 華 民 國 113 年 11 月 20 日

19 審判長法官 黃翊哲

20 法官 林宜靜

21 法官 洪任遠

22 一、上為正本係照原本作成。

23 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
24 提出上訴狀，其未表明上訴理由者，應於提出上訴後20日內
25 補提理由書；如於本判決宣示或公告後送達前提起上訴者，
26 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
27 繕本）

28 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，
29 逕以裁定駁回。

30 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
31 法第49條之1第1項第2款）。但符合下列情形者，得例外不

01
02

委任律師為訴訟代理人（同條第3項、第4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	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。	

03 中 華 民 國 113 年 11 月 20 日
04 書記官 磨佳瑄

05 附表

違規廣告一覽表					
編號	產品品名	刊播時間	電視購物頻道	查獲機關	違規內容
1	紐西蘭百年麥蘆卡醫生高活性蜂蜜組	112年3月4日 12時7分至12時47分	新台北有線電視股份有限公司第60頻道東森購物5台	臺北市政府衛生局	麥蘆卡蜂蜜MGO 350+……口腔抗炎與修護作用……舒緩喉嚨痛/感冒前兆……強化呼吸道防護力……預防胃幽門桿菌……麥蘆卡協會列為醫護級……針對口腔損傷具抗炎修復作用……可舒緩感冒前兆喉嚨痛及乾癢……亦可強化呼吸道防護力……促進傷口癒合……皮膚修護力……腸胃道問題可預防胃幽門桿菌等病菌……麥蘆卡茶樹……數百年前毛利人做為天然草藥……用於鎮痛解熱劑……感冒藥及消毒水使用……麥蘆卡蜂蜜……獨有的獨麥素UMF具有非常好的抑菌效果……
2	紐西蘭百年麥蘆卡醫生高活性蜂蜜組	112年5月2日 22時3分至22時43分	新台北有線電視股份有限公司第47頻道東森購物1台	臺北市政府衛生局	麥蘆卡蜂蜜MGO 350+ 口腔抗炎與修護作用 舒緩喉嚨痛/感冒前兆 強化呼吸道防護力 預防胃幽門桿菌……麥蘆卡協會列為醫護級 針對口腔損傷具抗炎修復作用 可舒緩感冒前兆喉嚨痛及乾癢 亦可強化呼吸道防護力 促進傷口癒合 皮膚修護力 腸胃道問題可預防胃幽門桿菌等病菌……麥蘆卡茶樹 數百年前毛利人作為天然草藥 用於鎮痛解熱劑 感冒藥及消毒水使用……
3	紐西蘭百年麥蘆卡醫生高活性蜂蜜組	112年5月3日 23時4分至23時44分	北視有線電視股份有限公司第60頻道東森購物5台	新竹縣政府衛生局	……口腔抗炎與修護作用……舒緩喉嚨痛/感冒前兆……強化呼吸道防護力……預防胃幽門桿菌……有呼吸道問題及腸胃問題皆推薦麥蘆卡醫生蜂蜜……麥蘆卡協會列為醫護級……針對口腔損傷具抗炎修復作用……可舒緩感冒前兆喉嚨痛及乾癢……亦可強化呼吸道防護力……促進傷口癒合 皮膚修護力……腸胃道問題可預防胃幽門桿菌等病菌……每天一匙……胃食道逆流的症狀沒有再發生……去健檢，胃幽門螺旋桿菌完全沒有……預防細菌的感染……口罩禁令已經解除了……每天喝它一杯就不用怕了……
4	智利原裝Bberri100%藍莓智利酒果精華	112年3月11日 15時53分至16時33分	新台北有線電視股份有限公司第34頻道東森購物2台	臺北市政府衛生局	……預防心臟病……智利酒果中的抗氧化劑有助於降低血液裡的低密度脂蛋白膽固醇(LDL cholesterol)……並降低患心臟病的風險……幫助控制血糖……支持眼睛健康……智利酒果萃取物可防止光誘導的眼細胞損傷……促進健康腸道……有助於重塑腸道微生物群，增加有益細菌的數量……抗癌及抗衰老作用……智利酒果中發現的抗氧化劑類型證明有可能減少癌細胞複製，抑制腫瘤生長並誘導癌細胞死亡……包括血管保護作用……抗癌活性和皮膚光保護作用……智利酒果的多酚在體內保護脂質免受氧化損傷的能力，可能對抗癌及抗衰老產生積極性的影響……