# 臺北高等行政法院判決

）FKT64W1Z1X5L0;@108年度訴字第

109年11月19日辯論終結

原　　告　國彤有限公司
代　表　人　劉炳均（董事）
訴訟代理人　朱柏璁　律師
　　江明軒　律師
被　　告　宜蘭縣政府
代　表　人　林姿妙（縣長）
訴訟代理人　杜家駒　律師
　　謝閔華　律師

上列當事人間化粧品衛生管理條例事件，原告不服衛生福利部中華民國108年4月1日衛部法字第1080001443號訴願決定，提起行政訴訟，本院判決如下：

主　文

訴願決定及原處分均撤銷。

訴訟費用由被告負擔。

事實及理由

壹、事實概要：

緣原告經新竹市衛生局、臺北市政府衛生局及新北市政府衛生局查獲其於民國107年1月11日至5月7日期間，分別在MOMO 1台、2台電視頻道宣播「歐洲原裝Dr.Konopak's花植抗老修護神霜組」、「法國原裝OE逆顏無痕玫瑰精油霜30年限定」、「法國ALTHO妥倍舒有機舒活萬用精油膏」、「法國PROPOSNATURE有機綠蜂膠萬用靈膚霜」、「法國PROPOS抗菌控汗清新有機植萃噴霧」、「西班牙原裝MAYSTAR王妃御用魔塑緊緻霜」及「法國原裝LA SERRE女人青春調理機活精油」等

化粧品廣告合計20次（違規廣告刊播內容如附表1；被告提供之該附表編號1刊播時間，原植為「6」月26日，參見本院卷第48、470頁，應更正為「2」月26日，下同），並移由宜蘭縣政府衛生局處理。案經被告審認原告刊播附表1所示之廣告內容涉及誇大不實，違反行為時化粧品衛生管理條例（下稱化粧品衛生管理條例，107年5月2日修正名稱為化粧品衛生安全管理法及全文，部分條文尚未施行）第24條第1項規定，依同條例第30條第1項規定，以107年11月22日府授衛食藥字第1070019326號行政處分書（下稱原處分）共處原告新臺幣（下同）100萬元罰鍰（每件處5萬元罰鍰，計20件）。原告不服，提起訴願，亦遭駁回，遂提起本件行政訴訟。

貳、當事人聲明及主張：

一、兩造聲明：

㈠原告聲明：訴願決定及原處分均撤銷。

㈡被告聲明：原告之訴駁回。

二、原告主張：

㈠原告刊播廣告係屬一行為，原處分裁罰違反一行為不二罰原則：

1.原處分就原告違反行政法規之行為數認定標準有誤：

①本件爭點應在於，原告就產品之廣告如有違反化粧品衛生管理條例第24條第1項規定，其行為數應如何認定，此點在該條例並未規範。

②按一行為不二罰乃現代民主法治國家之基本原則，亦為行政法之基本原則。而最高行政法院105年10月份第1次庭長法官聯席會議決議雖非針對化粧品衛生管理條例第24條第1項及第30條第1項規定作成，然觀諸化粧品衛生管理條例第24條第1項及第30條第1項規定，係課予行為人不得有違法廣告之

不作為義務，核與藥事法第65條課予非藥商不得從事藥物廣告之行政法上義務之類型相同，皆屬違反行政法上「不得廣告」之不作為義務之接續犯。本於相同之法理，上開決議就違規刊播廣告之行為數認定之見解，自得作為本件法律適用之參考。是以，倘行為人出於違反化粧品衛生管理條例第24條第1項之不作為義務之違規行為，於時空密接下持續反覆出現，該違規事實於主管機關裁處前，應評價為法律上一行為。

2.本件被告刊播廣告行為數認定及裁罰標準，應採如下方式：

本件原告係於105年12月12日與富邦媒體科技股份有限公司（下稱富邦媒體公司，即MOMO電視台經營者）簽訂「供應商合作契約書」，基於該契約書而於107年1月間起陸續刊播該廣告商品，且該廣告商品均係於富邦媒體公司之「MOMO購物台」刊播而未及於其他頻道，可知原告自始僅有與單一電視台簽約，多次重複地利用傳播方法，宣傳其商品，以達招徠銷售為目的之行為，均可認為原告係出於單一意思；又雖被告指摘本件原告所犯為7種不同產品，「13個不同版本之廣告」云云；惟原告對單一產品所作單一種廣告，因應頻道時段長短而有時間、段落不一之情形實屬一般正常作法，要無所謂不同版本繼而成為多數行為之理。

㈡退萬步言，縱認在不同品項間，應認屬出於不同意思而為不同行為數之認定，原告應受罰共計4萬元始合法：

1.原處分附表7種商品，其中編號1「歐洲原裝Dr. Konopak's花植抗老修護神霜」已遭107年7月17日行政處分書裁罰過而涵蓋；編號2「法國ALTHO妥倍舒有機舒活萬用精油膏」已遭107年6月8日行政處分書裁罰過而涵蓋；編號3「法國原裝OE逆顏無痕玫瑰精油霜30年限定」已遭107年6月8日行政處分

書裁罰過而涵蓋。綜上，原處分附表僅編號4~7，共計4種商品各為第一次裁罰。

2.原處分附表編號4「法國PROPOSNATURE有機綠蜂膠萬用靈膚霜」、編號5「法國PROPOS抗菌控汗清新有機植萃噴霧」、編號6「西班牙原裝MAYSTAR王妃御用魔塑緊緻霜」及編號7「法國原裝LA SERRE女人青春調理機活精油」既係第一次處罰，惟針對每一刊播均以最高罰鍰5萬元裁罰，明顯不符化粧品衛生管理條例第24條規定及宜蘭縣政府101年9月3日府衛食藥字第0000000000A號函修正「宜蘭縣政府處理違反化粧品衛生管理條例統一裁罰基準表」令規定，質言之，編號4~7既均屬第一次處罰，應各裁罰1萬元始為允當等語。

三、被告主張：

㈠原告行為時之「營業所」即公司所在地位於宜蘭縣，被告自有化粧品衛生管理條例第2條以及行政罰法第29條第1項之管轄權。

㈡原告之行為，業經被告衛生局於107年11月1日發函通知原告，請其於107年11月5日至被告衛生局說明案情，惟原告未於期限內至被告衛生局陳述意見，亦未提出書面說明，被告爰依行政程序法第105條第3項規定，認定原告「放棄陳述之機會」，並按行政罰法第42條第1項第1款規定，逕依相關事實及違規事證進行處分，即依化粧品衛生管理條例第24條第1項、第30條，並依「宜蘭縣政府處理違反化粧品衛生管理條例統一裁罰基準表」所訂罰鍰額度，第一次違規處罰鍰1萬元、第2違規處罰1萬5千元以上，第三次（含以上）罰鍰5萬元（以次數計算，每次最高5萬元整）。本件原告107年度第10次至第29次違規，已達上開基準表最高罰鍰額度，每次5萬元整，共計20次，合計罰鍰100萬元整。

㈢關於違規事實之認定：

原告廣告中有涉及醫療效能與誇張宣傳字句，屬違反化粧品衛生管理條例第24條第1款之規定。

㈣關於行為數之認定：

1.參照103年度高等行政法院法律座談會提案及研討結果提案六、臺中高等行政法院102年度簡上字第35號判決、100年度訴字第56號判決，認不同時段播出之化粧品電視廣告應個別視為獨立之不同違規行為之意旨，自應認有20件行為而為20件裁罰。原告就此認為有一事不二罰，顯屬誤會。

2.最高行政法院105年10月份第1次庭長法官聯席會議並非為電視廣告所涉，其性質與危害均不得比附援引。且藥事法第65條之立法理由為「明定非藥商不得為藥物廣告，以求明確，藉杜浮濫」，亦即，本條之管制目的並非涉及消費者知的權利，僅限縮在藥商之權益，不容非藥商藉廣告招徠消費者，而影響用藥安全。故該決議方認為，在此立法目的下，本條要處理者乃招徠銷售之目的，而非防止消費者獲得不實資訊。故在此情況下，非藥商所為之廣告，宜以一個概括之犯意認定為一行為。而本件涉及之化粧品衛生管理條例第24條第1項之違法行為，其立法目的乃在於定明化粧品之標示、宣傳及廣告內容，不得有虛偽或誇大之情事，以維護消費者權益。故就其立法目的而言，應以其對於消費者誤導之虞來做為其造意與行為數之認定，不宜以一個概括的目的來認定行為數。亦即，本件立法目的乃在於保護消費者知的權利不受誤導，與藥事法均係合法藥物但由非藥商出售之可罰性不可同日而語，自應以每個廣告播出之意思作為行為數認定之基準而認為本件構成多數違規行為。

3.退步言之，若本院認為上開命令與法院見解於此案並無適用

，參照本院107年度簡上字第6號判決意旨，宜以不同商品做為行為數之認定標準。因此本件有「歐洲原裝Dr. Konopak's花植抗老修護神霜」、「法國ALTHO妥倍舒有機舒活萬用精油膏」、「法國原裝OE逆顏無痕玫瑰精油霜30年限定」、「法國PROPOSNATURE有機綠蜂膠萬用靈膚霜」、「法國PRPOS抗菌控汗清新有機植萃噴霧」、「西班牙原裝MAYSTAR王妃御用魔塑緊緻霜」、以及「法國原裝LA SERRE女人青春調理機活精油」等7項商品應分別認定行為數。而其中「歐洲原裝Dr. Konopak's花植抗老修護神霜」、「法國ALTHO妥倍舒有機舒活萬用精油膏」、以及「法國原裝OE逆顏無痕玫瑰精油霜30年限定」等3品項均已於被告之前次裁處內，且於本件裁罰之時間內尚未將處分書送達於對造。而「法國PROPOSNATURE有機綠蜂膠萬用靈膚霜」、「法國PRPOS抗菌控汗清新有機植萃噴霧」、「西班牙原裝MAYSTAR王妃御用魔塑緊緻霜」、以及「法國原裝LA SERRE女人青春調理機活精油」等4個品項則屬未處罰過之新商品。

㈤而就每件裁罰額度，由於本件於裁罰前，各縣市政府總計已裁罰11次，於事實行為發生時，業已遭臺北市政府衛生局裁罰2次並送達。且此處基準所謂之違規次數，應不以經裁罰送達於行為人為要件，考量廣告之危害性，應以事實上之行為數為次數之認定，例如一次為10個違法廣告，即應認為以違規10次論處，故本件其每一行為應罰最高額5萬元。因此，不論行為數如何認定，其每一行為應屬最高額5萬元。

㈥本件原告核准設立於105年，非甫為成立之公司，原告對於所營事業之相關法規，應具知法之義務，並有防止違法之責任。又原告因宣播誇大不實之化粧品廣告，業於107年5月23日於被告衛生局完成第1次之案情說明，前已累計107年度第

1次至第9次之行政處分，非單次、單件或偶然發生之違規案件，證原告已知其產品廣告涉有違規情事，非原告所稱被告一次認為107年間有第10次至第29次之違規行為等語。

參、本院的判斷：

一、法規依據：

按「本條例所稱化粧品，係指施於人體外部，以潤澤髮膚，刺激嗅覺，掩飾體臭或修飾容貌之物品……」「化粧品不得於報紙、刊物、傳單、廣播、幻燈片、電影、電視及其他傳播工具登載或宣播……虛偽誇大之廣告。」「違反第24條第1項……規定者，處新臺幣5萬元以下罰鍰……。」為行為時化粧品衛生管理條例（原名稱：化粧品衛生管理條例；新名稱：化粧品衛生安全管理法；化粧品衛生安全管理法第32條規定：「本法施行日期，除第6條第4項至第6項及第23條第1項第6款規定，自中華民國108年11月9日施行外，由行政院定之。」）第3條前段、第24條第1項及第30條第1項所明定。又「化粧品廣告之內容，應依本條例第24條第1項規定，不得有左列情事：……3.名稱、製法、效用或性能虛偽誇大者。4.保證其效用或性能者。5.涉及疾病治療或預防者。6.其他經中央衛生主管機關公告不得登載宣播者。」行為時化粧品衛生管理條例施行細則第20條第3款至第6款定有明文。衛生福利部105年9月6日以部授食字第1051607584號公告「化粧品得宣稱詞句例示及不適當宣稱詞句例示」，其附表2「化粧品不適當宣稱詞句例示」明定：「1.涉及醫療效能……2.涉及虛偽或誇大……3.不屬於化粧品效能之宣稱……」。次按「數行為違反同一或不同行政法上義務之規定者，分別處罰之。」為行政罰法第25條所明定，又按行為時宜蘭縣政府處理違反化粧品衛生管理條例統一裁罰基準表項次10規

定：「違反事實：化粧品廣告違規……法規依據：第24條第1項、第2項、第30條第1項……統一裁罰基準：1.第1次違規處罰鍰新臺幣1萬元。2.第2次起，每增加1次違規，加罰新臺幣5,000元。3.最高罰鍰新臺幣5萬元。（以次數計算，每次最高5萬元整。）……裁罰對象：違規行為人」。上開施行細則，核與相關法律規定之規範意旨相符，並無逾越法律授權範圍或對人民權利增加法律所無之限制；有關公告及裁罰基準，係主管機關為執行行為時化粧品衛生管理條例，依法所為細節事項之公告及為符公平所設裁罰基準之規定，並未對人民權利之行使增加法律所無之限制，亦未逾越母法之限度，行政機關自可予以援用，合先敘明。

二、前揭事實概要所載各情，為兩造所不爭，且有上開各該文件、原處分、訴願決定書等影本附原處分卷、訴願卷可稽。茲依兩造主張之意旨及爭點，敘明判決之理由。

三、查本件係原告經新竹市衛生局、臺北市政府衛生局及新北市政府衛生局查獲其於107年1月11日至5月7日期間，分別在MOMO 1台、2台電視頻道宣播「歐洲原裝Dr.Konopak's花植抗老修護神霜組」、「法國原裝OE逆顏無痕玫瑰精油霜30年限定」、「法國ALTHO妥倍舒有機舒活萬用精油膏」、「法國PROPO SNATURE有機綠蜂膠萬用靈膚霜」、「法國PROPOS抗菌控汗清新有機植萃噴霧」、「西班牙原裝MAYSTAR王妃御用魔塑緊緻霜」及「法國原裝LA SERRE女人青春調理機活精油」等化粧品廣告合計20次，並移由宜蘭縣政府衛生局處理，原告違規廣告刊播內容如附表1所示等情，為原告所不否認（本院卷第577頁），且有移送及查獲資料（原處分卷第19頁以下，乙證9、10）可稽，而觀之該等廣告刊播之內容，確有衛生福利部105年9月6日以部授食字第1051607584號

公告「化粧品得宣稱詞句例示及不適當宣稱詞句例示」，其附表2「化粧品不適當宣稱詞句例示」所定：「涉及醫療效能」、「涉及虛偽或誇大」或「不屬於化粧品效能之宣稱」等情形，是以被告審認原告刊播附表1所示之廣告內容涉及誇大不實，涉有違反行為時化粧品衛生管理條例第24條第1項規定之情事，揆諸前揭規定及說明，核無不合。

四、本件被告審認原告刊播附表1所示之廣告內容涉及誇大不實，違反行為時化粧品衛生管理條例第24條第1項規定，乃依同條例第30條第1項規定，以原處分即107年11月22日府授衛食藥字第1070019326號行政處分書共處原告100萬元罰鍰（每件處5萬元罰鍰，計20件，訴願卷第29至46頁）。對於原處分之裁罰，原告主張其刊播廣告係屬一行為，原處分裁罰違反一行為不二罰原則等語，被告則主張應以每個廣告播出之意思作為行為數認定之基準而認為本件構成多數違規行為等語。按「數行為違反同一或不同行政法上義務之規定者，分別處罰之。」行政罰法第25條定有明文，本件原告違規刊播系爭廣告，關於行為數之認定，應屬於一行為或屬於數行為，原告與被告主張各異，是有關廣告之違規，如何認定其行為數，為本件所應釐清之問題。

五、關於違規廣告行為數之認定，曾有最高行政法院105年10月份第1次庭長法官聯席會議決議略以：藥事法第65條：「非藥商不得為藥物廣告。」違反此規定者，應依同法第91條規定裁罰。又同法第24條規定：「本法所稱藥物廣告，係指利用傳播方法，宣傳醫療效能，以達招徠銷售為目的之行為。」而「廣告」乃集合性概念，一次或多次利用傳播方法為宣傳，以達招徠銷售為目的之行為，均屬之。非藥商多次重複地利用傳播方法，宣傳醫療效能，以達招徠銷售為目的之行

為，如係出於違反藥事法第65條之不作為義務之單一意思，則為違反同一行政法上義務之接續犯。該多次違規行為在法律上應評價為一行為，於主管機關裁處後，始切斷違規行為之單一性。依題意，甲係出於同一招徠銷售「遠紅外線治療儀」之目的，在103年2月11日至3月23日共41日期間，擅自刊播該藥物廣告達76次，核其時間密集、行為緊接，如無其他相反事證，應可認為是出於違反藥事法第65條行政法上義務之單一意思，該當於一個違反藥事法第65條行政法上義務之行為，為一行為而非數行為等語。此一決議係就藥事法之違規廣告所作成，惟其關於認定違規廣告行為數之法律見解，在處理相同問題之範圍，應可參酌援用。依此決議之意旨，「廣告」為集合性之概念，一次或多次利用傳播方法為宣傳，以達招徠銷售為目的之行為，均屬之；又多次重複地利用傳播方法宣傳，以達招徠銷售為目的之行為，如係出於違反不作為義務之單一意思，則為違反同一行政法上義務之接續犯，該多次違規行為在法律上應評價為一行為，於主管機關「裁處後」，始切斷違規行為之單一性。該決議並舉招徠銷售同一商品「遠紅外線治療儀」為例，於一段期間，其時間密集、行為緊接，如無其他相反事證，應可認為是出於違反行政法上義務之單一意思，該當於一個違反行政法上義務之行為，為一行為而非數行為。依此法律見解推論，廣告既以招徠銷售商品為目的，廣告行為數之認定，自應與商品的種類相連結，以觀察判斷其違規之行為數，始為適當。有關於此，本院亦有數則判決（如107年度訴字第147號、107年度簡上字第6號、107年度簡上字第12號等）採取相同之見解。準此，於一段期間，招徠銷售數項商品而為違規廣告，其時間密集、行為緊接，原則上應可認為係就數項商品之違規

廣告，出於數個違反行政法上義務之意思，該當於數個違反行政法上義務之行為，為數行為而非一行為。本件原告經查獲於107年1月11日至5月7日期間，分別在MOMO 1台、2台電視頻道，違規宣播「歐洲原裝Dr.Konopak's花植抗老修護神霜組」、「法國原裝OE逆顏無痕玫瑰精油霜30年限定」、「法國ALTHO妥倍舒有機舒活萬用精油膏」、「法國PROPOSNATURE有機綠蜂膠萬用靈膚霜」、「法國PROPOS抗菌控汗清新有機植萃噴霧」、「西班牙原裝MAYSTAR王妃御用魔塑緊緻霜」及「法國原裝LA SERRE女人青春調理機活精油」等7項商品之化粧品廣告，雖其分別在MOMO 1台、2台電視頻道刊播，次數合計有20次，惟其於一段期間，為招徠銷售7項商品而為違規廣告，時間密集、行為緊接（違規廣告刊播情形如附表1），參諸前述法律見解，應認為原告係就該7項商品之違規廣告，出於7個違反行政法上義務之意思，該當於7個違反行政法上義務之行為，方屬妥適。原告與被告上開有關違規行為數之主張，觀諸前揭規定及說明，均有未當，不足為採。另有關違規廣告行為數之認定，改制前行政院衛生署食品藥物管理局（102年7月23日改制為衛生福利部食品藥物管理署）99年8月2日FDA消字第0990032135號函訂定並下達之「食品、藥物、化粧品違規廣告行為數認定原則」雖規定：「1.電視、電台：⑴同一版廣告，於同一日，在同一頻道之不同時段播出認定為一行為。⑵同一版廣告，於同一日，在不同頻道播出，認定為數行為。⑶不同版廣告，於同一日，在相同或不同頻道播出，認定為數行為。……」等云，因非屬法律，且其認定原則所設與最高行政法院及本院前開法律見解不同之認定標準，於本件有關違規廣告行為數之認定，尚非妥適，本院並不受拘束，附此敘明。

六、依前所述，本件原告係於107年1月11日至5月7日期間，就7項商品之違規廣告，出於7個違反行政法上義務之意思，該當於7個違反行政法上義務之行為。基此，參諸上開最高行政法院決議有關同一商品之違規廣告，該多次違規行為在法律上應評價為一行為，於主管機關「裁處後」，始切斷違規行為之單一性之法律見解。則本件同一商品之違規廣告，如附表2所示，編號1「歐洲原裝Dr. Konopak's花植抗老修護神霜」（即附表1編號1、2、5、7、18、19）已遭被告107年7月17日府授衛食藥字第1070013874號行政處分書（原處分卷第12至16頁）裁罰過而涵蓋；編號2「法國ALTHO妥倍舒有機舒活萬用精油膏」（即附表1編號3、8）已遭被告107年6月8日府授衛食藥字第1070006078號行政處分書（原處分卷第3至8頁）裁罰過而涵蓋；編號3「法國原裝OE逆顏無痕玫瑰精油霜30年限定」（即附表1編號4、6）已遭被告107年6月8日府授衛食藥字第1070006078號行政處分書（原處分卷第3至8頁）裁罰過而涵蓋，本件被告以原處分再為裁罰，即有單一違規行為重複處罰之違誤。故本件僅附表2編號4至7，共計4種商品各為第一次裁罰。

七、按裁罰基準係行政機關為使個案處罰符合公平而設，基於行政自我拘束、禁止恣意等原則，行政機關就特定違規行為既設有裁罰基準表，其已非單純內部法之性質，有關具體違規行為之處罰，行政機關應受有遵守處罰標準之拘束效力，而人民亦得向相關機關請求應遵循裁罰基準而為裁處，故裁罰基準表之規定，具有行政自我拘束之效力，行政機關之裁罰處分違反裁罰基準表之規定，該裁罰處分即有違誤。查行為時宜蘭縣政府處理違反化粧品衛生管理條例統一裁罰基準表項次10規定：「違反事實：化粧品廣告違規……法規依據：

第24條第1項、第2項、第30條第1項……統一裁罰基準：1.第1次違規處罰鍰新臺幣1萬元。2.第2次起，每增加1次違規，加罰新臺幣5,000元。3.最高罰鍰新臺幣5萬元。（以次數計算，每次最高5萬元整。）……裁罰對象：違規行為人」，已如前述。而觀之本件如附表2編號4至7之違規廣告，編號4「法國PROPOSNATURE有機綠蜂膠萬用靈膚霜」（即附表1編號9、11、12、20）、編號5「法國PROPOS抗菌控汗清新有機植萃噴霧」（即附表1編號10）、編號6「西班牙原裝MAYSTAR王妃御用魔塑緊緻霜」（即附表1編號13、15、16、17）及編號7「法國原裝LA SERRE女人青春調理機活精油」（即附表1編號14），均係第一次處罰，且此等違規廣告之時間，均在被告作成前開及本件裁罰處分之前，而非處罰後再犯等情，為兩造所不爭（本院卷第416、576、577頁），原處分對於此等第一次處罰之每一違規廣告，均以最高罰鍰5萬元裁罰，揆諸前揭規定及說明，核有違誤。原告此等違規廣告，應由被告調查審認，妥為裁量，而另為適法之處分。

八、從而，本件被告就原告刊播附表1所示之廣告內容涉及誇大不實，違反化粧品衛生管理條例第24條第1項規定，依同條例第30條第1項規定，以原處分處原告100萬元罰鍰（每件處5萬元罰鍰，計20件），於法均有違誤，訴願決定予以維持，亦有未合。原告訴請撤銷，為有理由，應予准許。本件訴訟費用，由被告負擔。

九、本件判決基礎之事證及法律關係，已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法，經審酌對於本件判決結果並不生影響，爰不予逐一論列，附此敘明。

中　　華　　民　　國　　109　年　　12　　月　　10　　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　李明益

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 |
| --- | --- |
| ㈠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。<br>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。<br>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。 |
| ㈡非律師具有右列情形之一，經最高行政法院認為適當者 | 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。<br>2.稅務行政事件，具備會計師資格者 |

| | |
|---|---|
| ，亦得為上訴審訴訟代理人 | 。<br>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。<br>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㈠、㈡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㈡所示關係之釋明文書影本及委任書。 | |

中　　華　　民　　國　　109　年　　12　　月　　10　　日

書記官　李承翰