

臺灣臺北地方法院行政訴訟判決

107年度簡字第320號

108年7月15日辯論終結

原告 創生活網路科技股份有限公司

代表人 陳建福

訴訟代理人 徐則鈺律師

被告 臺北市政府財政局

代表人 陳家蓁

訴訟代理人 姜照斌律師

王雅雯律師

上列當事人間菸酒管理法事件，原告不服臺北市政府107年11月2日府訴一字第1072091704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

壹、程序部分

被告之代表人於起訴時原為陳志銘，嗣於本院審理中變更為陳家蓁，其並於民國108年2月12日向本院具狀聲明承受訴訟，有被告108年2月12日行政訴訟聲明承受訴訟狀及所附臺北市政府108年1月4日府人任字第1083000098號令各1份在卷可參（見本院卷第153至154、157頁），核與行政訴訟法第181條第1項規定相符，應予准許。

貳、實體部分

一、事實概要：原告於107年4月3日在所經營之「EZBAR 酒瓶到」網站（網址：<http://www.ezbar.com.tw/>，下稱系爭網站），刊登「蕾柏琳水蜜桃氣泡酒（下稱系爭酒品），NT85，預GO」之訊息（下稱系爭訊息），經檢舉人點選系爭酒品數量1瓶、新臺幣（下同）85元，加計運費180元，合計共265元，並輸入訂購人資料及選擇付款方式。嗣被告於107年8月3日以原告於系爭網站刊登系爭訊息，供消費者點選

01 加入詢問清單並發送確認信，經原告查詢酒品庫存後確認接
02 單之銷售酒品行為，具實質上販賣效果，涉民法買賣要約行
03 為，依財政部國庫署102年2月19日臺庫酒字第1020361598
04 0號函釋（下稱系爭函釋），屬於酒管理法第30條第1項以
05 電子購物方式販賣酒品，且係第5次查獲違規，依菸酒管理
06 法第55條第1項、第3項、菸酒查緝及檢舉案件處理作業要
07 點（下稱作業要點）第45點第1項第13款規定，以北市裁菸
08 字第10760028573號裁處書（下稱原處分）對原告裁處罰鍰
09 5萬元，原處分並於107年8月7日對原告為送達。原告不
10 服原處分，於107年8月27日提起訴願，經臺北市政府於
11 107年11月2日以府訴一字第1072091704號訴願決定書駁回
12 訴願，並於107年11月5日對原告送達該訴願決定。原告不
13 服該訴願決定，於107年12月27日向本院提起行政訴訟。

14 二、原告起訴主張：原告經營之系爭網站係由消費者就酒品提出
15 需求數量、配送地址，再由與原告配合之酒品經銷廠商，依
16 酒品庫存及配送地點遠近，自行決定是否承接消費者之訂單
17 ，原告媒合行為性質上為民法居間之法律關係。況與原告配
18 合之酒品經銷廠商，業經被告裁罰，足見原告並無酒品販賣
19 或轉讓之行為，故被告以原告違反菸酒管理法第30條第1項
20 規定處罰，與法律規定不符。又參之菸酒管理法第46條、第
21 48條第1項規定將「販賣」與「意圖販賣而陳列或貯放」並
22 列，可見「販賣」限於既遂犯，而原告於系爭網站刊登系爭
23 訊息之行為，僅係要約，於相對人承諾前，尚未發生私法上
24 效果，菸酒管理法第30條第1項既僅處罰「販賣」，未處罰
25 「意圖販賣而陳列或貯放」，原處分擴張法條文義，將原告
26 行為認定為販賣，顯有違誤。縱原告經營之系爭網站有販賣
27 或轉讓酒品行為，因違反菸酒管理法第30條第1項規定，限
28 於「以無法辨識購買者或受讓者年齡」之方式，原告已要求
29 酒品經銷商於交付酒品前，確認消費者年齡是否已滿18歲，
30 自屬合理明顯辨識購買者年齡之機制，依臺北市政府財政局
31 處理違反菸酒管理法案件認定原則（下稱認定原則），原告

之行為自未違反菸酒管理法第30條第1項規定。再者，菸酒管理法第55條第1項第3款、第3項並無立即停止違規行為之規定，則原告於系爭網站刊登酒品資訊之行為，係第一次行為之繼續狀態，並非停止刊登酒品資訊後，再次刊登酒品資訊遭處分，故被告依作業要點第45點第1項第13款第3目規定，將罰鍰金額提高至5萬元，亦有違誤等語，並聲明：訴願決定及原處分均撤銷。

三、被告則以：為保護兒童及少年，菸酒管理法第30條第1項係非難業者以電子購物方式販賣酒品之行為，至於實際買賣契約是否成立或尚未有人下單，在所不問。原告於系爭網站刊登之系爭訊息，包含酒品售價、數量、供消費者點選加入詢問清單並發送確認信等資訊，甚至經原告查詢酒品庫存後確認接單，已具有實質上販賣效果，涉民法買賣要約行為，原告自構成菸酒管理法第30條第1項所定以電子購物方式販賣酒品之行為。又立法者已直接明文禁止以電子購物方式販賣或轉讓酒品，執法機關本無須考量電子購物方式販賣酒品可否辨識購買者年齡；縱認電子購物方式販賣酒品尚須認定可否辨識購買者年齡，因系爭網站註冊會員頁面之EZBAR同意條款，記載使用者加入會員或使用系爭網站服務即推定已滿18歲，顯見原告未實質確認交易者年齡，原告亦自承系爭網站無法實質審查會員是否已滿18歲，則原告自違反菸酒管理法第30條第1項規定。原告雖主張要求合作廠商請訂購人或收貨人提供證明文件，惟原告是否確於給付買賣標的時踐行該查驗程序，無從得知，且該查驗程序係買賣契約成立後履約之方式，無礙酒品買賣契約之成立。另依卷附檢舉資料，原告已賣出系爭酒品，並非尚未賣出之未遂情形，且行政罰法未如刑法有既遂犯、未遂犯之區分，原告既以無法辨識購買者年齡之方式販賣酒品，參之菸酒管理法第30條第1項之立法意旨，在行政罰體系應為有責之評價，始符合法律規範之本旨，故原告主張該條僅處罰既遂犯，被告行為非屬販賣云云，難認有據。而原告本次係第5次經查獲違反菸酒管理

法第30條第1項規定，先前各次查獲原告有網路販賣酒品，無法辨識購買者年齡之違規行為，經被告分別作成裁處書之間隔時間有2個月之久，依菸酒管理法第55條第3項、作業要點第45點第1項第13款第3目規定及釋字第604號解釋，每處罰一次即各別構成一次違規行為，屬合理且必要之行政管制行為，故對多次違規行為予以多次處罰，不生一行為二罰之問題。是原處分並無違法，原告之訴洵無理由等語置辯，並聲明：原告之訴駁回。

四、兩造不爭執事實（見本院卷第187頁）：

（一）、原告於107年4月3日在所經營之系爭網站，刊登系爭訊息，經檢舉人點選該酒品數量1瓶、85元，加計運費180元，合計共265元，並輸入訂購人資料及選擇付款方式（見原處分可閱卷第45至52頁）。

（二）、被告前於107年5月3日以原告於系爭網站販賣酒品予未成年人，違反菸酒管理法第30條第1項規定，以北市裁菸字第0000000000號裁處書（下稱A處分）對原告裁處5萬元，並限於收到裁處書之日立即停止網站販賣酒品行為，後經被告於107年8月3日以北市裁菸字第10760028571號函撤銷A處分，並經臺北市政府於107年8月24日以府訴壹字第000000000號訴願決定書訴願不受理（見原處分不可閱卷第5、25至27頁、原處分可閱卷第7至9頁）。

（三）、被告復於107年8月3日以原告於系爭網站販賣酒品予未成年人，係以電子購物方式販賣酒品，違反菸酒管理法第30條第1項規定，且係第5次查獲違規，依菸酒管理法第55條第1項、第3項、作業要點第45點第1項第13款規定，以原處分對原告裁處罰鍰5萬元，原處分並於107年8月7日對原告為送達（見本院卷第41至43頁、訴願卷可閱卷第27頁）。

（四）、原告不服原處分，於107年8月27日提起訴願，經臺北市政府於107年11月2日以府訴一字第1072091704號訴願決定書駁回訴願，並於107年11月5日對原告送達該訴願決定。原告不服該訴願決定，於107年12月27日向本院提起行政訴訟（見訴

願卷可閱卷第2、166頁、本院卷第15、45頁）。

五、本件主要爭點：

(一)、被告有無裁罰之管轄權限？

(二)、原告刊登系爭訊息之法律性質？

(三)、原告於系爭網站刊登系爭訊息，是否仍須判斷是否係以無法辨識購買者年齡之方式為之？

(四)、菸酒管理法第30條第1項是否僅處罰販賣既遂之行為？

(五)、原處分有無違反一行為不二罰原則？

六、本院之判斷：

(一)、被告具有裁罰之管轄權限：

1.按本法所稱主管機關：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，菸酒管理法第2條定有明文。參之我國立法技術就管轄權限之分配，針對地方主管機關之設定向來僅及於直轄市政府或縣市政府層級，較少逕行分配管轄權於地方政府下之二級機關，致直轄市政府於組織自治條例規定概括授權條款（例如臺北市府組織自治條例第2條），作為委任或委託之法規依據，而迭遭學者批評（參蔡宗珍，地方法規之法理建構專題研究係列之二：地方法規之形成與效力之研究，月旦法學雜誌第133期，95年6月，頁171至172）。本院認為，依照我國目前立法技術，並考量行政組織法之目的主要係強調分工合作、提昇行政效能，非如行政行為法（作用法）係直接規範涉及人民基本權利之事項，故就屬於行政組織法之行政管轄權判斷，應採取較為寬鬆之法律保留原則。是上開菸酒管理法第2條所規定之主管機關「財政部」及「直轄市政府」，應認僅係決定行政主體之管轄，行政主體基於其行政自主性，自得將其管轄權限劃分並分派予所屬之行政機關。

2.次按，行政機關之管轄權，依其組織法規或其他行政法規規定之，行政程序法第11條第1項亦有明文。又臺北市府依臺北市府組織自治條例第6條規定，訂定「臺北市府財政局組織規程」，該組織規程第3條第2款明定「本局設各科

、室，分掌下列事項：二、菸酒暨稅務管理科：掌理稅務行政、稅捐稽徵、菸酒查緝、會計師登錄業務之管理規劃與監督及工商服務等事項」，而因臺北市府財政局下之菸酒暨稅務管理科不得對外代表臺北市府表示意思，亦不具有單獨法定地位，僅係被告之內部單位，非屬行政程序法第2條第2項之行政機關，故被告依前開組織規程規定，就菸酒查緝事項取得管轄權限，揆諸上開說明，被告就本件原告違反菸酒管理法之裁罰，為適法之管轄機關，合先敘明。

(二)、原告刊登系爭訊息之行為，屬買賣之「要約引誘」：

1. 按酒之販賣或轉讓，不得以自動販賣機、郵購、電子購物或其他無法辨識購買者或受讓者年齡等方式為之，菸酒管理法第30條第1項定有明文。次按，「稱買賣者，謂當事人約定一方移轉財產權於他方，他方支付價金之契約（第1項）。當事人就標的物及其價金互相同意時，買賣契約即為成立（第2項）。」、「稱居間者，謂當事人約定，一方為他方報告訂約之機會或為訂約之媒介，他方給付報酬之契約」，民法第345條第1、2項、第565條分別定有明文。再按，「契約之要約人，因要約而受拘束。但要約當時預先聲明不受拘束，或依其情形或事件之性質，可認當事人無受其拘束之意思者，不在此限（第1項）。貨物標定賣價陳列者，視為要約。但價目表之寄送，不視為要約（第2項）」，民法第154條第1、2項亦有明文。又要約之引誘，乃以喚起他人向自己要約為作用之意思通知，必須經自己承諾後，契約始能成立（最高法院85年度台上字第2681號民事判決參照）。
2. 原告雖主張其行為屬於居間法律關係云云，並提出EZBAR酒瓶到APP服務條款為據（見本院卷第263頁）。惟觀之原告所經營之系爭網站，列有各種酒類名稱及價格，網頁瀏覽者在特定酒類點選「預GO」後，網頁即顯示酒品名稱、數量、重量、費用、運費及總價，待點選送出後，則出現詢問清單之視窗，記載「依法令規定，酒類商品無法提供線上交易服務，請留下您的Email，客服人員將盡快與您聯繫！」等語

，之後系爭網站傳送電子郵件至網頁瀏覽者所提供之電子郵件信箱，經點選該電子郵件頁面連結至系爭網站，即出現載有訂單金額之繳款資訊，供訂購人填寫姓名、性別、聯絡電話及寄送地址，並可選擇「匯款（請於24小時內完成付款，逾期將取消訂單）」或「貨到付款（現金）」之付款方式及收貨時間，填載完畢後，訂單即行成立，系爭網站並傳送訂單成立之電子郵件予訂購人等節，有系爭網站網頁資料為憑（見原處分可閱卷第43至52頁），足見原告於系爭網站刊登酒類名稱及價格，經消費者點選特定酒類後，尚須由原告另外傳送電子郵件予消費者填載訂單資訊，訂單始為成立。

3. 參以原告與提供酒品之實體銷售店家所簽立之酒專合作合約，載明：「壹、『系爭網站與手機APP系統』，係由原告所創建（以下簡稱本系統），…。使用者得透過本系統之線上即時商品或酒品詢價功能，並同步委由商品或酒品實體銷售店家（以下簡稱店家）進行配送服務。…參、訂單之成立、價格付款、外送、責任：一、訂單之成立，使用者使用本系統之線上即時商品或酒品詢價功能時，當店家同意使用者之條件，並同時按下接單鍵，代表使用者與店家皆同意訂單之內容，包含價格、酒品、數量以及配送地點。…」，有【EZBAR 酒瓶到】酒專合作合約可考（見本院卷第176至177頁），堪認原告於消費者在系爭網站點選特定酒類後，之所以尚須另外傳送電子郵件予消費者，係為確認酒品之實體銷售店家有無庫存、是否同意接單配送，待酒品之實體銷售店家同意接單配送後，原告則傳送繳款資訊供消費者填寫，訂單始為成立。

4. 是依前開系爭網站訂購酒品之流程，可知消費者於系爭網站點選特定酒品及接收電子郵件填寫繳款資訊時，所認知之酒品交易對象均為原告，對於提供酒品、配送酒品者一無所知，自難認原告係為消費者報告酒品買賣之機會，或係消費者與酒品供應商成立買賣契約之媒介，揆諸前開法律規定，原告與消費者間即不成立居間法律關係。原告一再主張其行為

性質上為民法之居間云云，洵屬無稽。復因原告於系爭網站張貼酒品名稱及價格資訊，係為喚起消費者向原告為訂購酒品之買賣要約，依首開說明，原告於系爭網站張貼系爭訊息之行為，自屬買賣之「要約引誘」，消費者於系爭網站點選特定酒品之行為，則屬要約，待原告確認酒品供應商有庫存及同意接單配送，並傳送電子郵件予消費者時，即表示原告對消費者之要約為承諾，於消費者點選繳款資訊後，買賣契約即為成立。

(二)、原告於系爭網站刊登系爭訊息，係以「電子購物」方式販賣酒類，無須再判斷是否無法辨識購買者年齡：

1. 參之89年4月19日制定公布之菸酒管理法第30條立法理由，明載：「為落實少年及兒童之保育，故參照菸害防制法草案第5條之規定，禁止以自動販賣機販售酒。亦不得以郵購、電子購物或其他無法辨識購買者年齡等方式為之」，對照86年3月19日制定公布之菸害防制法第5條明定：「販賣菸品不得以自動販賣、郵購、電子購物或其他無法辨識購買者年齡之方式為之」，立法理由載明：「目前青少年及兒童除經由自動販賣設備外，亦可能透過郵購或透過電腦網路以電子郵件購物等無法辨識購菸者之方式購菸，故宜一併明文禁止，以符實際」，足見立法者基於保障未成年人之目的，已明示「郵購」、「電子購物」均屬無法辨識購買者年齡之方式。復依103年6月18日修正菸酒管理法第30條，於第1項增列「轉讓」文字時之修法理由：「…二、基於網路交易日益頻繁，網路交換物品亦漸普遍，為避免藉由網路以酒易物，有無法辨識當事人年齡情形…」，益徵立法者已預設網路電子購物之態樣無法辨識購買者年齡無疑。

2. 原告雖主張依認定原則，就「自動販賣機、郵購、電子購物」等態樣，仍應限於以「無法辨識購買者或受讓者年齡」之方式為之云云。惟稽之認定原則第2條明定：「違反本法第30條第1項之行政罰案件，如經查明有下列情形之一者，即屬以無法辨識購買者或受讓者年齡方式販賣或轉讓酒類之行

為，應依規定裁處：(一)以自動販賣機、郵購、電子購物、網路（含購物車、購物籃、我要買、我要訂購、拍賣、其他可供線上出價購買或訂（預）購）方式販賣酒類者。(二)以網路（含交換箱、交換籃、我要換、我要交換、其他可供線上交換或競標）方式，以物易物轉讓酒類者。(三)以電話、手機、簡訊、傳真、E-mail、Q&A、部落格、留言、App、line、facebook、wechat、skype或其他對話程式：1.提供訂（預）購服務，採宅配交貨或非以足資合理明確辨識購買者年齡之機制販賣酒類者。2.提供轉讓服務，採宅配交貨或非以足資合理明確辨識受讓者年齡之機制，以物易物轉讓酒類者。」，顯見認定原則認定菸酒管理法第30條第1項所例示之「自動販賣機」、「郵購」及「電子購物」，與Facebook、wechat等通訊軟體不同，無須判斷是否設有合理明確辨識購買者年齡之機制，即屬「無法辨識購買者或受讓者年齡之方式」。

3.本件原告於系爭網站刊登系爭訊息，屬電子購物之方式，依前開說明，自無須再判斷原告是否設有辨識購買者年齡之機制。原告主張本件電子購物仍應實質上判斷是否屬無法辨識購買者年齡之方式云云，難認有據。

(四)、菸酒管理法第30條第1項係處罰買賣之「要約引誘」行為：

1.原告雖主張菸酒管理法第30條第1項之「販賣」限於既遂犯，原告於系爭網站刊登系爭訊息之行為，僅係要約，與中華郵政股份有限公司（下稱中華郵政）網站設置之代售業務專區並無不同，均不應受罰云云。關於菸酒管理法第30條第1項所規定之「酒之販賣」定義，依該條保障未成年人、阻絕未成年人取得酒品之規範目的為解釋，則僅須販賣者有買賣之「要約引誘」行為即應處罰，無庸論究買賣契約是否成立、販賣行為是否既遂或未遂，否則無法保障未成年人。原告主張該條僅處罰既遂行為，與該條之規範目的不符，殊難憑採。

2.原告於系爭網站張貼系爭訊息之行為，屬買賣之「要約引誘

」，且系爭網站屬電子購物之方式，立法者已預設網路電子購物之態樣無法辨識購買者年齡等節，均經本院詳述如前，依前開說明，原告行為自違反菸酒管理法第30條第1項規定。原告雖主張其行為與中華郵政網站設置之代售業務專區並無不同云云。然觀諸原告所提中華郵政網站網頁資料（見本院卷第67至71頁），固記載各種酒類名稱及定價，惟該網站已載明「代售業務專區」，且網站僅能收藏酒類項目，無購物車選項，堪認前開中華郵政網站僅係單純刊登酒類廣告，無法喚起消費者直接於該電子購物網站為要約，進而從事非實體交易，自難認屬以電子購物方式為酒之販賣行為，與原告於系爭網站刊登之系爭訊息，屬買賣之要約引誘，消費者得在系爭網站對原告為買賣之要約，從事非實體交易迥異，不得比附援引。

3. 原告復主張其行為與「酒條通」洋酒連鎖店門市招牌上記載「外送專線」類似，可於外送時確認消費者年齡，故未違反菸酒管理法第30條第1項規定云云。然「酒條通」洋酒連鎖店為實體店面，與原告於系爭網站刊登系爭訊息屬無實體店面之電子購物全然不同，實體店面既非立法者所明示無法辨識購買者年齡之「自動販賣機、郵購、電子購物」，自仍應個案判斷是否係以無法辨識購買者年齡之方式為之。而電子購物網站依立法意旨，無庸再行判斷是否設有得以辨識購買者年齡之機制，業如前述，故原告以酒條通為例，主張其於系爭網站刊登系爭訊息之行為，未違反菸酒管理法第30條第1項規定，實屬無據。

（四）、原處分未違反一行為不二罰原則：

1. 末按，「一行為不二罰原則」，又稱「禁止雙重處罰原則」，係指就人民同一違法行為，禁止國家為多次之處罰，其不僅禁止於一行為已受到處罰後，對同一行為再行追訴、處罰，也禁止對同一行為同時作多次之處罰，該原則係源自於法治國家所要求之法安定性原則、信賴保護原則及比例原則，具有憲法位階（參見司法院釋字第604號許宗力大法官協同

意見書)。再按，一行為違反數個行政法上義務規定而應處罰鍰者，依法定罰鍰額最高之規定裁處；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24條第1項前段、第25條分別規定甚明。上開規定係一行為不二罰原則之具體化條文，故行政機關對人民所為之行政罰是否違背一行為不二罰原則，端視行為人之行為係「一行為」或「數行為」。

2. 又所謂「一行為」，可分為「自然一行為」與「法律上一行為」，前者係指行為人僅有一身體動作或雖有多數在行政罰法上具有重要性之行為態樣，惟依一般人以自然之方式客觀觀察，可認為整個行為過程係單一之整合行為；後者則指結合多數自然意義之動作而成之單一行為，某些行為雖不符合自然一行為之要件，惟基於立法政策之考量，仍將其評價為一行為，依其型態又可分為「多次實現構成要件之行為」、「繼續違法行為」等（參劉建宏，一行為不二罰原則中行為數之認定——最高法院105年度判字第290號判決評析，月旦裁判時報，第62期，頁8至9，106年8月）。菸酒管理法第30條第1項所定「酒之販賣或轉讓，不得以自動販賣機、郵購、電子購物或其他無法辨識購買者或受讓者年齡等方式為之」之規定，係處罰以條文所列之方式為酒之販賣或轉讓行為，以電子購物方式在網站刊登酒類之買賣要約引誘訊息，固僅有一次刊登訊息之行為，惟該刊登之訊息係繼續實現違反行政法上義務構成要件之行為，依上開說明，應屬繼續違法行為之「法律上一行為」，於行政機關裁處後，即切斷該法律上一行為之認定，行為人於行政機關裁處後所為之行為，則為另一行為。

3. 原告前於106年9月8日、同年11月8日、107年1月4日、同年3月5日，分別經被告以在系爭網站販賣酒品，違反菸酒管理法第30條第1項規定，各裁處「罰鍰1萬元、立即停止網路販售酒品行為」、「罰鍰3萬元、立即停止網路販售酒品行為」、「罰鍰5萬元、立即停止網站販賣酒品行為

01 「」、「罰鍰5萬元，立即停止網站販賣酒品行為」等情，有
02 被告106年9月8日北市裁菸字第10631013802號裁處書、
03 106年11月8日北市裁菸字第10631277301號裁處書、107
04 年1月4日北市裁菸字第10631476501號裁處書、107年3
05 月5日北市裁菸字第10730230302號裁處書各1份可稽（見
06 本院卷第223至243頁），而原告於107年3月5日遭裁罰
07 後，復於107年4月3日於系爭網站刊登系爭訊息，經被告
08 於107年8月3日為原處分，亦有原處分1份可佐（見本院
09 卷第245至246頁），揆諸前開說明，原告前開經查獲於系
10 爭網站販賣酒品之數次行為，均於被告裁處後切斷法律上一
11 行為之認定，故被告就原告107年4月3日刊登系爭訊息之
12 行為予以裁罰，屬第5次裁罰，未違反一行為不二罰原則。

13 4.另按，酒之販賣或轉讓違反第30條第1項規定情形者，處1
14 萬元以上5萬元以下罰鍰；違反第1項第3款或第5款規定
15 者，並按次處罰，菸酒管理法第55條第1項第3款、第55條
16 第3項規定甚明。又「違反本法之行政罰案件，其裁罰參考
17 基準如下：(五)依本法第55條第1項規定裁罰之案件：1.第一
18 次查獲者，處1萬元罰鍰。2.第二次查獲者，處3萬元罰鍰
19 。3.第三次以後查獲者，處5萬元罰鍰」，作業要點第45點
20 第1項第13款定有明文。前開作業要點係被告就違反菸酒管
21 理法案件，為協助執法人員行使裁量權，依職權訂定之裁量
22 基準，屬行政程序法第159條第2項第2款之行政規則。原
23 告本次違反菸酒管理法第30條第1項規定，依同法第55條第
24 1項第3款裁罰，屬第5次查獲，已如前述，則被告依上開
25 規定，對原告處以5萬元罰鍰，自無違誤。原告主張本次屬
26 第一次行為之繼續狀態，被告就同一行為為第5次裁罰云云
27 ，尚不足取。

28 七、綜上所述，被告就本件原告違反菸酒管理法之裁罰，為適法
29 之管轄機關，而原告於系爭網站刊登系爭訊息，屬買賣之「
30 要約引誘」，且因原告係以「電子購物」方式販賣酒類，故
31 無須再判斷是否無法辨識購買者年齡。又菸酒管理法第30條

第1項係處罰買賣之「要約引誘」行為，無庸論究買賣契約是否成立、販賣行為是否既遂或未遂，且係以行政機關裁處後，切斷法律上一行為之認定。從而，被告以原處分認定原告本次屬第5次查獲違規，依菸酒管理法第55條第1項第3款、作業要點第45點第1項第13款規定，對原告裁處5萬元罰鍰，核無違誤；訴願決定予以維持，亦無不合。是原告訴請撤銷原處分及訴願決定，為無理由，應予駁回。

八、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊、防禦方法及所提證據，經核均與判決結果不生影響，爰不一一論列，併此敘明。

九、依行政訴訟法第98條第1項規定，判決如主文。

中 華 民 國 108 年 8 月 23 日
行政訴訟庭 法官 吳佳樺

以上正本係依原本作成。

如不服本判決，應於判決送達後20日內，以原判決違背法令為理由，向本院提出上訴狀並表明上訴理由（原判決所違背之法令及其具體內容或依訴訟資料可認為原判決有違背法令之具體事實）。

其未載明上訴理由者，應於提出上訴後20日內，向本院補提理由書（上訴狀及上訴理由書均須按他造人數附繕本），並繳納上訴裁判費新臺幣3,000元；如未按期補提上訴理由書，則逕以裁定駁回上訴。

中 華 民 國 108 年 8 月 23 日
書記官 林劭威