

# 行政院公平交易委員會處分書

公處字第 099025 號

被處分人：富都新開發建設股份有限公司

統一編號：27323502

址設：臺北市大安區仁愛路3段32號6樓

代表人：君

地址：同上

被處分人：信義房屋仲介股份有限公司

統一編號：22354940

址設：臺北市信義區信義路5段100號

代表人：君

地址：同上

被處分人因違反公平交易法事件，本會處分如下：

## 主文

- 一、被處分人於銷售「最高峰」建案廣告上，對於使用分區為一般事務所之建案，使用一般住宅用語及圖示，並就陽台設計、公共設施及夾層設計等為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條第1項規定。
- 二、被處分人自本處分書送達之次日起，應立即停止前項違法行為。
- 三、處富都新開發建設股份有限公司新臺幣200萬元罰鍰。  
處信義房屋仲介股份有限公司新臺幣100萬元罰鍰。

## 事實

- 一、案緣民眾來函檢舉富都新開發建設股份有限公司（下稱被處分人富都新公司）興建之「最高峰」建案廣告涉有不實，略以：渠等於95年9月至96年7月間購買被處分人富都新公司興建之「最高峰」建案，系爭建案委由信義房屋仲介股份有限公司（下稱被處分人信義公司）代為銷售，用途為一般事務所，惟系爭建案之標準層隔間圖、A戶及B2至B6戶傢具配置平面

圖、實品屋裝潢等所有擺設、隔間均與一般住宅無異，且各系爭廣告傳單強調多項居家與親子休憩設備、居家安全設備，並載明樓層挑高 3 米 8 之時尚名宅，均係一般住宅之銷售用語，被處分人信義公司現場銷售人員亦以一般住宅向檢舉人等解說；另系爭標準層隔間圖及傢具配置平面圖均將陽台外推為室內空間；1F 一層景觀設計配置圖及 B1F 地下一層 VIP 設計配置圖所刊載之各項公共設施均為二次施工所建造，爰認系爭廣告涉有不實。另經本會檢視系爭實品屋裝潢實照，置有樓梯及多一層使用空間，屬夾層設計，是併予查處。

## 二、調查經過：

(一) 被處分人富都新公司提出答辯、到會陳述及補充陳述，內容略以：

- 1、系爭建案係委託被處分人信義公司代為銷售，雙方於 94 年 10 月 7 日簽訂「不動產委託銷售契約書」及於 95 年 5 月 11 日簽訂備忘錄，約定被處分人信義公司於 95 年 7 月 15 日進駐接待中心，開始系爭建案之潛銷醞釀期，正式對外銷售期間為 95 年 10 月 1 日至 96 年 7 月 31 日止，並依前揭契約書第 7 條約定，被處分人信義公司可獲有實際總銷售金額至少 5% 之服務報酬。
- 2、系爭建案平面廣告包括標準層隔間圖、傢具配置平面圖、1F 一層景觀設計配置圖、B1F 地下一層 VIP 設計配置圖廣告、及「最高最美最增值成就人生最高峰 最高峰」、「新莊的驕傲 副都心之光」、「新莊副都心門戶地標-最高峰」、「最高峰 最高 最美 最增值 第一次購屋 就登上人生 最高峰」、「卡位房價起漲點 成就增值最高峰」、「賀『最高峰』未正式公開已轟動熱銷」、「新莊副都心第一席 時尚 3 米 8 精品豪邸，璀璨落成」、「北縣升格錦上添花 『最高峰』再爆大熱銷」等廣告傳單。依據前揭契約書第 3 條及第 6 條約定，系爭廣告宣傳之預算為總銷售金額 2.5%，由被處分人信義公司編列預算、製作執行及費用負擔；即系爭廣告係由被處分人富都新公司提供相關資料予創意爆米花廣告有限公司（下稱創意爆米花公司）據以製作廣告內容及行

銷方向，經被處分人富都新公司及被處分人信義公司審閱認可確定後，由被處分人信義公司負責後續散發執行等相關事宜，至創意爆米花公司之廣告費用則由被處分人信義公司支付。系爭廣告使用期間自 95 年 9 月至 96 年 7 月 31 日止，另 96 年 7 月 31 日以後未出售之建物，則由被處分人富都新公司陸續委託多家(信義、21 世紀、永慶及峯華)仲介公司代為銷售，均未使用前揭系爭廣告資料。

- 3、系爭建案係民國 79 年取得建造執照，其使用分區為住宅區，惟因建案基地位於新莊「副都心重劃區」都市變更範圍內，於 93 年 10 月由臺北縣政府變更編定為第 2 種商業區，核准變更使用用途為一般事務所，被處分人富都新公司依照原住宅使用規劃建造及銷售，並於 95 年 10 月 5 日取得臺北縣政府核發系爭建案使用執照，系爭建案 2 至 20 層用途為一般事務所，21 及 22 層始為集合住宅，惟不知核准用途為一般事務所係不能作為住宅使用。
- 4、系爭建案 A1 戶至 A4 戶、B1、B3 戶、B5 戶及 B7 戶均有 2 側陽台，因考量整體外觀美感，前揭戶之各層陽台均外推為室內空間。系爭標準層隔間圖、A1 戶、B3 戶及 B5 戶標準層隔間圖已將陽台規劃作為室內使用空間之一部分，惟均於圖示加註虛線，以告知消費者此區域為陽台。
- 5、系爭 1F 一層景觀設計配置圖及 B1F 地下一層 VIP 設計配置圖所刊載各項公共設施，並未獲核准施作，係被處分人富都新公司為提昇系爭建案住戶之生活機能及品質，於取得使用執照後，於 1 樓及地下 1 樓施作如廣告內容之各項休閒設施，復因礙於建築主管機關可能不同意變更設計，故迄未提出變更設計申請。
- 6、系爭建案並未獲核准施作夾層，檢舉人所附夾層照片確實為系爭建案實品屋廣告實照。系爭建案銷售期間共設置了 12 間實品屋供消費者參觀，前揭 12 間建物係於對外銷售前，先行開放予關係企業員工、股東或工程承包商購買，其購買目的係為投資之用，並希望被處分人富都新公司於銷售期間，藉由帶領消費者參觀實品屋時代為銷售，亦即前揭

12 間實品屋係無償向承購戶租借使用，亦無簽訂任何契約。有關實品屋內部夾層施作之裝潢、家具及飾品等均為承購戶自行負擔費用。案關實品屋自 96 年 2 月 1 日至同年 6 月 24 日陸續交屋予新承購戶，交屋後若須支付租金使用，依前揭銷售合約書第 6 條第 9 款規定「乙方（即被處分信義公司）為履行本契約所施作之實品屋及接待中心以外之一切物品擺飾，其所有權均屬乙方」，始由被處分人信義公司負責，其租金包含於系爭建案廣告費用總額內。

7、系爭建案陽台外推為室內空間、施作公共設施及夾層等均係取得使用執照後，再二次施工，惟於銷售時均明確告知消費者，且於系爭建案房屋買賣契約書第 15 條及第 16 條載明「房屋內施作房間隔間、加設夾層及陽台裝設改建工程，係屬違建」足以使消費者清楚知悉該等設計規劃係屬未經建築許可之增設設施之違建，用戶日後使用仍須承受風險。

(二) 被處分人信義公司提出書面答辯、到會陳述及補充陳述，略以：

1、各系爭廣告確實為系爭建案對外廣告文宣，因時間較為久遠，被處分人信義公司並無系爭廣告正本可提供，有關係爭標準層隔間圖、A 戶及 B2 至 B6 戶傢具配置平面圖、1F 一層景觀設計配置圖及 B1F 地下一層 VIP 設計配置圖等廣告文宣，係自 95 年 9 月 1 日至 96 年 4 月 30 日置於銷售中心，現場散發予參觀之客戶，其他廣告傳單則於前揭廣告期間陸續對外散發。至銷售期間之實品屋係被處分人富都新公司向已購買之客戶承租使用，並依該公司指示，作為消費者參觀之用，其內部夾層裝潢及陳設等出資情事，被處分人信義公司並未介入。

2、系爭廣告乃被處分人富都新公司委託創意爆米花公司擬定廣告內容，經由被處分人富都新公司審核確認後，交由創意爆米花公司印製，並由被處分人信義公司派人對外散發。依 94 年 10 月 7 日雙方簽訂之「不動產委託銷售契約書」第 6 條約定，廣告預算為總銷售金額 2.5%，由被處分人信義公司負擔之，即創意爆米花之廣告企劃等費用係由被處

分人信義公司依前揭廣告預算內支付。

- 3、系爭建案核准使用分區為商業區用途之一般事務所，使用強度大於住宅使用，亦即能作為一般事務所使用，自得降低使用強度作為一般住宅使用。且系爭建案雖為一般事務所使用，卻可隨時辦理變更為住宅使用，提供系爭建案住戶已申請變更為住宅之實例（登錄號○○○免辦理變更使用執照證明書）。另被處分人信義公司代銷系爭建案時均會告知消費者系爭建案係商業區之「一般事務所」，並無刻意隱匿之情事，且房屋買賣契約書第 2 條亦明白揭示本建案使用用途為「一般事務所」以供銷消費者知悉。
  - 4、系爭建案係已蓋好之成屋，被處分人信義公司僅依現況進行銷售，對購買成屋之消費者而言，因有已建築完成之實體成屋可供檢閱，故購買意願並不會取決於銷售廣告，被處分人信義公司銷售人員係依已完成之建物現況為基準進行推銷。有關 1 樓及地下 1 樓等多項公共設施設、各層（戶）陽台外推為室內空間及銷售實品屋夾層設計等違建，被處分人信義公司均明確告知消費者，有遭拆除之虞，且於合約書第 16 條載明「房屋內施作房間隔間、加設夾層及陽台裝設改建工程，係屬違建」，消費者應不致有錯誤之認知。
- （三）經洽臺北縣政府表示專業意見，略以：
- 1、系爭建案領有 95 莊使字第 527 號使用執照，依建築物使用類組及變更使用辦法第 3 條規定：「建築物變更使用類組時，除應符合都市計畫土地使用分區管制或非都市土地使用管制之容許使用項目規定外，並應依建築物變更使用原則表辦理。」；另欲變更使用，依規定須送都市審議委員會審議，基於都市整體發展之考量，於商業區送審通過作為一般事務所使用之案件，依該府審議判例皆不得變更為住宅使用類組。有關係爭登錄號○○○免辦理變更使用執照證明書，業經臺北縣政府工務局 98 年 4 月 22 日以北工建字第 0980293106 號函予撤銷在案。另查 1 樓原核准用途為「店鋪、法定空地及廊道」；地下 1 樓原核准用途為「停車空間」，系爭建案 1 樓迎賓大廳等 7 項公共設施及地下 1 樓

多功能水療 SPA 池等 11 項公共設施設計配置圖與原核准圖說不符。倘系爭建案將原核准「一般事務所」用途變更為「住宅」使用、停車空間作為公共設施使用等未依原核定之使用類組使用，係違反建築法第 73 條第 2 項規定。

- 2、系爭傢具配置平面圖（A1 戶、B2 戶至 B6 戶），經查使用執照之竣工圖有部分陽台變更為室內空間與原核准竣工圖說已有不符。另系爭建案並無核准施作夾層，倘未經核准施作夾層及將陽台變更為室內空間，係為增加樓地板面積，涉及違章建築，應由臺北縣政府違章建築拆除大隊認定拆除。
- 3、依建築法第 91 條第 1 項第 1 款規定：違反第 73 條第 2 項規定，未經核准變更使用擅自使用建築物者，處所有權人、使用人新臺幣 6 萬元以上 30 萬元以下罰鍰，並限期改善或補辦手續，屆期仍未改善或補辦手續而繼續使用者，得連續處罰，並限期停止其使用。必要時，並停止供水供電、封閉或命其於期限內自行拆除，恢復原狀或強制拆除。

#### 理 由

- 一、按公平交易法第 21 條第 1 項規定「事業不得在商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。」所稱「虛偽不實」係指表示或表徵與事實不符，其差異難為一般或相關大眾所接受，而有引起錯誤之認知或決定之虞者；所稱「引人錯誤」係指表示或表徵不論是否與事實相符，而有引起一般或相關大眾錯誤之認知或決定之虞者。又按廣告提供消費資訊，往往是消費者從事消費行為的重要判斷依據，若事業對其商品或服務，為虛偽不實或引人錯誤之廣告，將使消費者陷於錯誤，而為不正確之選擇，且將導致市場競爭秩序喪失其原有之效能，使競爭同業蒙受失去顧客之損害，而生『不正競爭』之效果，故不實廣告將損害消費者利益，同時破壞競爭秩序，違反者自應負行政法上之責任。

## 二、有關本案廣告行為主體：

- (一) 經查系爭建案係於民國 79 年由起造人○○○君取得建造執照，93 年 12 月 2 日變更起造人由被處分人富都新公司興建，並於 95 年 10 月 5 日取得系爭建案使用執照。系爭建案係由被處分人富都新公司委託被處分人信義公司銷售，復查系爭廣告末頁載有「【投資興建】富都新建設股份有限公司」字樣，足證被處分人富都新公司除出資興建系爭建案外，並具名本於銷售自己商品之意思使用廣告，且被處分人富都新公司亦坦承系爭廣告事先需經其審核同意後始能交付印製及散發，故被處分人富都新公司核為本案廣告主。
- (二) 查被處分人信義公司受被處分人富都新公司委託辦理系爭建案銷售企劃之代銷業務，系爭建案廣告資料亦同時併載有「【企劃銷售】被處分人信義公司」字樣。次查系爭建案之廣告，銷售業務由被處分人信義公司執行，廣告行銷費用由被處分人信義公司負擔，即銷售廣告印製、銷售人員薪資及獎金、銷售中心之施作等相關之費用，均由被處分人信義公司依雙方簽訂之「不動產委託銷售契約書」第六條規範之銷售總金額 2.5%編列預算支出；又被處分人信義公司可依實際售出房地及車位之總委託售價至少 5%之酬金。綜上，被處分人信義公司執行系爭建案之廣告、銷售等業務，支付廣告及行銷費用，且於受託期間隨房屋及車位銷售數量之增加獲利亦增，足堪認定被處分人信義公司為本案廣告主，殆無疑義。
- (三) 另有關係爭各平面廣告為雖為創意爆米花公司設計印製，惟該公司並非系爭建案之興建與銷售者，相關費用亦由系爭建案代銷事業被處分人信義公司於廣告預算內支付，爰創意爆米花公司核屬系爭建案銷售作業之協力廠商，尚非本案廣告主。

## 三、有關係爭廣告以住宅使用為系爭建案之用途表示，違反公平交易法第 21 條規定乙節：

- (一) 依建築法第 73 條第 2 項前段規定，建築物應依核定之使用

類組使用，未經核准擅自變更使用建築物者，依本法第 91 條第 1 項第 1 款規定，處建築物所有權人等罰鍰，並限期改善或補辦手續，屆期仍未改善或補辦手續而繼續使用者，得連續處罰，並限期停止其使用。必要時，並停止供水供電、封閉或命其於期限內自行拆除，恢復原狀或強制拆除。復依臺北縣政府 95 年 10 月 5 日所核發之系爭建案使用執照，其使用分區為第 2 種商業區；核准第 2 層至 20 層之用途為一般事務所；僅 21 層及 22 層核准用途為集合住宅。

- (二) 按房屋銷售廣告所描述之建物用途情狀，為影響消費者承購與否交易決定之因素，一般消費者據廣告內容僅認知於購屋後得依廣告揭示之用途使用，而難以知悉廣告所載之用途違反建管法規，有遭勒令拆除、停止使用、恢復原狀或強制拆除之風險。查系爭傢具配置平面圖與一般住宅相同、系爭銷售中心實品屋裝潢為客廳、臥室、廚房及衛浴設備等一般住宅規劃；系爭廣告傳單宣稱「絕版 3 米 8 時尚名宅」、「絕版挑高三米八，精品時尚飯店宅…2 至 20 層，層層挑高 3 米 8…一只皮箱即可輕鬆入住」、「十數樣全能水療 SPA，用峇里島的心情在家度假」、「副都心永遠首席地標名宅」及「居家五大防護系統」等，足證被處分人富都新公司及被處分人信義公司就系爭建案於廣告上係以可供住宅使用為行銷手法，惟據臺北縣政府表示，倘系爭建案將原核准「一般事務所」用途變更為「住宅」使用，係違反建築法第 73 條第 2 項規定，且基於都市整體發展之考量，於商業區送審通過作為「一般事務所」使用之案件，該府審議判例皆不得變更為「住宅」使用類組。綜上，系爭建案倘將第 2 層至 20 層供住宅使用，承購戶恐面臨遭罰鍰、停止使用、恢復原狀或強制拆除之法律風險，是系爭廣告內容表示與事實不符，其差異難為一般大眾所接受，而足以引起一般大眾錯誤之認知或決定，核為虛偽不實及引人錯誤之表示，洵堪認定。

四、有關係爭廣告就陽台外推為室內空間設計，違反公平交易法

第 21 條規定乙節：

- (一) 按建築法第 9 條及第 25 條規定，建築物之建造係指新建、增建、改建等行為，所稱增建，為於原建築物增加其面積或高度者，建築物非經申請直轄市、縣(市)(局)主管建築機關之審查許可並發給執照，不得擅自建造；另依建築法第 86 條第 1 款規定，擅自建造者，處以罰鍰，並勒令停工補辦手續；必要時得強制拆除其建築物。
- (二) 查系爭建案使用執照之核准圖說記載，A1 戶至 A4 戶、B1、B3 戶、B5 戶及 B7 戶均有 2 側陽台面積，惟查系爭 A1 戶、B3 戶及 B5 戶傢具配置平面圖，已將該等陽台位置設計為室內使用空間之一部分，整體觀之，易使消費者誤認該陽台所在位置為室內空間之一部分，可比照規劃使用。況被處分人富都新公司亦自承，因考量系爭建案整體外觀美感，系爭建案各層之 A1 戶、A2 戶、A3 戶、A4 戶、B1 戶、B3 戶、B5 戶及 B7 戶等陽台均外推為室內臥室。惟據臺北縣政府表示，前揭系爭具配置平面圖與原核准圖說已有不符，倘將陽台變更為室內空間，係為增加樓地板面積，涉及違章建築，有遭建管單位查報拆除等處分之風險，是系爭廣告 A1 戶、B3 戶及 B5 戶傢具配置平面圖之內容表示與事實不符，其差異難為一般大眾所接受，而足以引起一般大眾錯誤之認知或決定，核為虛偽不實及引人錯誤之表示，洵堪認定。

五、有關係爭廣告刊載各項公共設施，違反公平交易法第 21 條規定乙節：

查系爭 1F 一層景觀設計配置圖，載明「峰雲迎賓 Lobby」、「西雅圖時尚咖啡吧」、「柏克萊新知閱覽室」、「嘉年華親子表演舞台」、「香榭庭園午茶區」、「童心園親子遊憩區」、「左案水瀑景觀區」等 7 項休閒公共設施；及系爭 B1F 地下一層 VIP 設計配置圖，載明「布達佩斯歐式多功能水療 SPA」、「馬爾地夫兒童戲水池」、「布達佩斯冷熱池」、「黃金海岸紅外線日光浴」、「伊斯坦堡男女蒸氣室」、「雪梨戲院 KTV」、「巴塞隆納時尚健身房」、「本因坊棋藝室」、「VIP 高峰會館」、「愛因斯坦幼兒閱覽室」、「層峰管委會辦公室」等 11 項公共設施，並於系

爭「最高最美最增值成就人生最高峰最高峰」、「新莊的驕傲副都心之光」、「新莊副都心門戶地標-最高峰」、「最高峰 最高最美最增值 第一次購屋 就登上人生最高峰」及「賀『最高峰』未正式公開已轟動熱銷」等廣告傳單，刊載該等設施實照或 3D 合成參考圖，使消費者誤認該等設施皆可合法使用。惟依臺北縣政府表示，系爭建案 1 樓原核准用途為「店鋪、法定空地及廊道」；地下 1 樓原核准用途為「停車空間」，系爭廣告刊載多項公共設施配置圖與原核准圖說不符，已違反建築法第 73 條第 2 項規定，復依同法第 91 條第 1 項第 1 款規定，得處建築物所有權人等罰鍰，或限期停止其使用，或命其於期限內自行拆除，恢復原狀或強制拆除；況被處分人富都新公司亦自承系爭建案並無核准 1 樓及地下 1 樓等多項休閒設施，惟於 1 樓及地下 1 樓施作如廣告內容所述之休閒設施，因礙於建築主管機關可能不同意變更設計，故迄未提出變更設計申請。綜上，被處分人富都新公司及被處分人信義公司明知或可得而知給付之內容與竣工圖說不符，且經建築管理單位認定違反建築法相關規定，是系爭廣告內容表示與事實不符，其差異難為一般大眾所接受，而足以引起一般大眾錯誤之認知或決定，核為虛偽不實及引人錯誤之表示，洵堪認定。

六、有關係爭實品屋廣告就夾層設計，違反公平交易法第 21 條規定乙節：

(一) 按本會「對於不動產廣告案件之處理原則」揭載，不動產之廣告表示系爭房屋為挑高空間，並以廣告表示有夾層設計或較建築物原設計更多之使用面積，且有下列情形之一者：(1)廣告平面圖與施(竣)工平面圖不符者；(2)廣告未明示建築法規對施作夾層之限制(樓層、面積、材質、容積率管制……等)者；(3)經建築管理機關確認為違建者，為虛偽不實或引人錯誤。另依建築技術規則之定義，「夾層」係指「夾於樓地板與天花板間之樓層」，必須於申請建造執照時，即提出申請，並須經審查許可。

(二) 查系爭建案銷售中心所設立之 A3 戶銷售實品屋採夾層裝潢

設計，並於上一層擺設書桌及和室桌等，整體效果已足使消費者誤認系爭建案已獲准許可合法施作夾層，增加室內使用面積，並據此認知作成交易決定。惟據臺北縣政府表示，系爭建案並無核准施作夾層，倘未經核准而施作夾層以增加樓地板面積，涉及違章建築，有遭建管單位查報拆除等處分之風險，是系爭A3戶實品屋廣告內容表示與事實不符，其差異難為一般大眾所接受，而足以引起一般大眾錯誤之認知或決定，核為虛偽不實及引人錯誤之表示，洵堪認定。

(三) 至有關被處分人富都新公司陳稱，系爭實品屋廣告係承購戶自行施作夾層裝潢，並無償租借予被處分人富都新公司作為銷售廣告使用；及被處分人信義公司表示並無介入系爭實品屋夾層施作、家具陳設及租金支付等情事。惟查渠等既均為系爭建案之廣告主，且確實使用系爭實品屋以銷售系爭建案，並據銷售數量及金額獲有利益，自難據前揭辯詞予以卸責。

七、至有關被處分人富都新公司與被處分人信義公司辯稱，系爭建案係已蓋好之成屋，現場銷售人員對前來看屋客戶，均告知系爭1樓及地下1層之公共設施、陽台外推及夾層設置等均為二次施工，屬違章建築，且於房屋買賣契約書第16條載明「房屋內施作房間隔間、加設夾層及陽台裝設改建工程，係屬違建」，及有遭主管機關拆除之虞，消費者應不致有錯誤之認知之情事云云。惟按廣告係事業於交易前對不特定人之招徠手段，消費者受到廣告吸引而與建案銷售者聯繫或前往看屋，該廣告即已發揮功能，為避免消費者受不實廣告之誤導前往交易致權益受損，並使同業競爭者喪失與其交易之機會，廣告就商品所為之表示或表徵當與事實相符，使用不實廣告者自應負不實廣告行為之責任；至於契約僅係事業於特定人為交易決定後，用以載明買賣雙方之權利義務範圍，其於不動產買賣流程中使用之先後時機、對象、及影響層面等，與廣告均有所不同，爰契約之另為補充、補正說明並不影響不實廣告責任之認定。

八、綜上論結，被處分人富都新公司與被處分人信義公司銷售「最高峰」建案廣告，對於使用分區為一般事務所之建案，使用一般住宅用語及圖示，就陽台設計、公共設施及夾層設計等為虛偽不實及引人錯誤之表示，並將導致市場競爭秩序喪失其原有之效能，使競爭同業蒙受失去顧客之損害，而足以產生不正競爭之效果，違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。經審酌被處分人違法行為之動機、目的及預期之不當利益；違法行為對交易秩序之危害程度；違法行為危害交易秩序之持續期間；因違法行為所得利益；事業之規模、經營狀況及其市場地位；違法類型曾否經中央主管機關導正或警示；以往違法類型、次數、間隔時間及所受處罰；違法後懊悔實據及配合調查等能度；與其他因素，爰依同法第 41 條前段規定處分如主文。

中 華 民 國 99 年 3 月 4 日  
被處分人如有不服本處分，得於本處分書達到之次日起 30 日內，向本會提出訴願書（須檢附本處分書影本），訴願於行政院。