

行政院公平交易委員會處分書

公處字第 095160 號

被處分人：統一行銷整合股份有限公司

統一編號：89608280

址 設：臺北市南港區園區街 3 之 1 號 4 樓（G 棟）

代 表 人：○○○ 君

地 址：同上

被處分人：集嘉通訊股份有限公司

統一編號：27283662

址 設：臺北縣新店市復興路 43 號 8 樓

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、被處分人就「SNOOPY 55 週年紀念版手機」於廣告上表示「全球限量 500 支」，就商品數量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、處統一行銷整合股份有限公司新臺幣 44 萬元罰鍰。
處集嘉通訊股份有限公司新臺幣 18 萬元罰鍰。

事 實

- 一、本案緣輿情反映，略以：「unimall 統一購物便」（<http://www.unimall.com.tw>）就技嘉科技（即集嘉通訊股份有限公司，下稱集嘉公司）所推出「SNOOPY 55 週年紀念版手機」，於廣告上表示「全球限量 500 支 unimall 統一購物便獨家首賣熱烈預購中」，惟經查悉案關手機並非僅

生產 500 支，廣告表示涉有不實，爰主動調查。

二、本會於受理本案後，經查「unimall 統一購物便」網頁，該網頁載有「首批限量組已搶購一空！第二批手機已緊急補貨」之表示，案關手機仍續銷售中，故「unimall 統一購物便」於案關廣告表示「全球限量 500 支」，顯涉有虛偽不實及引人錯誤。

三、經函請「unimall 統一購物便」之版權所有者統一行銷整合股份有限公司（下稱統一行銷）答辯及到會說明，略以：

（一）「SNOOPY 55 週年紀念版手機」係由統一數網股份有限公司（下稱統一數網）依渠與統一行銷簽訂之商品交易明細合約，提供予統一行銷進行販售，於販賣案關商品前確曾進行市場評估，為避免將來存貨數量過多，原僅計畫進貨 120 支。

（二）「SNOOPY 55 週年紀念版手機」廣告文宣，係由統一數網提供案關手機樣品及贈品供統一行銷進行拍攝後，委由廣告公司進行廣告文案設計排版，並交由統一行銷校對修正（工作天為 94 年 9 月 7 日至 94 年 9 月 10 日），續交由印刷廠製版印刷、配送至全國統一超商門市陳列，供消費者免費索取（工作天為 94 年 9 月 10 日至 94 年 9 月 14 日），共計製作折頁版本 8 萬份、單張版本 12 萬份，扣除攝影費（4,200 元）及模特兒分攤費（1,200 元），金額計為 101,702 元；至前揭攝影費及模特兒分攤費計 5,400 元部分，因著作權僅供統一行銷使用，係由統一行銷自行支付。

（三）案關廣告文宣表示「全球限量 500 支」，係因統一數網於 94 年 9 月 9 日告知統一行銷案關手機商品數量僅有 500 支，而統一行銷經取得國內無店鋪通路之總經銷，故案關廣告文宣印製完成前，確信案關手機商品係第一批全球首賣手機且僅限量 500 支，始於廣告上表示「全球限量 500 支 unimall 統一購物便獨家首賣熱烈預購中」。

（四）另因統一數網轉達集嘉公司於 94 年 9 月 12 日通知可以不限量，但相關作業細節仍未確認，因而仍在 94 年

9 月 14 日散發案關廣告。案關手機商品預購因得到消費者熱烈反應，於 94 年 9 月 23 日訂單已超過 500 支(計 511 支)，經向供貨商反應，供貨廠商口頭表示可再追加預購數量，且集嘉公司於 94 年 9 月 28 日「SNOOPY 慶生會」上亦宣布追加生產，故統一行銷方繼續接受預購，但並未於統一門市發布因應訊息，或回收案關廣告，惟為善盡告知責任，已於網站上進行告知，以利消費者決定是否購買。按消費者對案關手機商品反應熱烈，供貨廠商追加生產、統一行銷因預購熱烈，超出當時計畫數量 120 支，為服務消費者皆可預購案關手機商品而追加數量，係商場上正常現象，況統一行銷本於與消費者維持良好互動之精神，亦接受消費者事後以非「全球限量 500 支」為理由退貨。

- (五) 案關廣告於定稿印製前皆將廣告之文字及圖案以電子郵件或快遞傳送統一數網審閱確認，此可由統一數網電子回函可證，第一批 8 萬份案關折頁廣告確實經統一數網確認後始發送至全國統一超商門市；嗣雖將廣告線條及色調微調並製成單張廣告，單張廣告並未變更文字及圖案，或有未經統一數網審閱之可能，然案關全球限量 500 支之用語，於定案前統一數網應已知悉。相關廣告製作費用 101,702 元，經與統一數網協商，皆由其負擔並明訂於商品交易明細合約中，並由統一行銷開立發票予統一數網，且自給付統一數網之貨款中扣除。
- (六) 案關首賣活動之銷售方式，係透過全國統一超商門市填寫訂單並傳真預購、電話預購及網站預購。案關手機預購時，統一行銷係根據預購之數量，定期彙整予統一數網請求供貨，銷售發票係由統一行銷開立予消費者，並非以買斷方式向統一數網購入案關手機，統一行銷係賺取案關手機之差價，且係依據統一數網提供之手機及配套贈品對外銷售。另為促銷案關手機，統一行銷出資委外製作 SNOOPY 全套月曆書籤作為案關手機之額外贈品。案關預售活動總接單數為 1,878 支，淨銷售數為 1,414 支，訂購者名單(含請求退貨及取消訂單者)附

卷供參。

(七) 據統一行銷銷售 SNOOPY 相關商品之經驗，SNOOPY 相關商品具有相當數量之愛好者，故當統一數網與統一行銷接洽時，統一行銷認為具有相當之行銷效果，次據統一行銷於 94 年 9 月 9 日與統一數網聯繫結果，統一數網表示集嘉公司案關手機僅限量 500 支，因 94 年 9 月 14 日至 10 月 12 日據瞭解市場上除統一行銷外，並無其他經銷商經營銷售 SNOOPY 案關手機，該公司解讀與統一數網 MSN 之連絡紀錄，及因無法知悉集嘉公司所獲 SNOOPY 圖像授權之總數量，故對於統一數網所提及限量 500 支，認知應為全球限量首賣預購而非僅是統一行銷所能銷售之數量。故案關手機於案關預售活動之時間點，僅統一行銷銷售案關手機且確信案關手機全球亦僅 500 支可供預購，始於案關廣告宣稱全球限量 500 支獨家首賣熱烈預購中。案關手機目前於網路上仍繼續銷售，惟價格及贈品均不同於案關預售活動。

(八) 統一行銷與集嘉公司及誠石實業股份有限公司（下稱誠石公司）並無任何商業往來。

四、復為釐清相關案情，經函請統一數網、集嘉公司及誠石公司到會及提出書面說明，略以：

(一) 統一數網：

1、集嘉公司為案關手機商品之原製造廠商，統一數網與渠指定之供應商誠石公司合作，統一行銷為統一數網合作販售案關手機商品之通路商。因 SNOOPY 商品授權問題，統一數網獨家供貨予統一行銷所有之銷售通路（含「unimall 統一購物便」網站、7-11 門市）。

2、與統一行銷之合約上，並無明確規範限定販賣數量，但因統一行銷無法預知販售情況，因此口頭協商首波預購供貨量為 500 支，故與供貨商誠石公司之合約中，明定數量 500 支。後因銷售狀況良好，故於記者會當天與供應廠商協商後，提高供貨量至 1500 支。

- 3、案關廣告係由統一行銷設計印刷印製，製作費用由統一行銷向統一數網請款後，再代為向集嘉公司請款，該筆款項全由集嘉公司支付，誠石公司與統一數網並未分擔或支付該款項費用，此有發票影本可稽。依合作模式，廣告製作係由統一數網代為傳遞溝通集嘉公司與統一行銷雙方之意見，統一數網及誠石公司對廣告並無審閱權，惟案關廣告初稿經多次修改，因製作時限因素，統一行銷於未經審閱前，即自行印製散發。就案關 DM 製作上，集嘉公司係對於商品功能、規格及 SNOOPY 授權細節進行審閱。
- 4、案關商品是由集嘉公司取得 SNOOPY 的授權並製作後，交由誠石公司負責經銷，統一數網原與集嘉公司口頭議定經銷案關商品，惟因集嘉公司已與誠石公司訂有經銷合約，統一數網爰與誠石公司簽訂經銷合約，就案關商品而言，統一行銷與統一數網訂有經銷合約，統一行銷負責案關商品之經銷、通路及廣告相關事宜。
- 5、統一數網與誠石公司原先即約定銷售 500 支，後因統一行銷表示預購熱烈，故統一數網向集嘉公司反映，經其評估後即追加數量銷售，另廣告載「全球限量 500 支」，本案案關商品是否對台灣以外其他地區銷售，應向統一行銷及集嘉公司求證。
- 6、統一數網於 94 年（統一數網回函誤植為 95 年）9 月 13 日收到統一行銷所提供之案關廣告 DM 設計，當時設計之標題文字為「全球限量 unimall 獨家熱烈預購中」，隨即寄送集嘉公司並接獲該公司回復表示須作修正，此有電子信件內容可稽；統一數網並將集嘉公司修正意見之完整內容轉寄統一行銷，統一行銷於 94 年 9 月 14 日修改案關廣告後，因檔案過大無法傳遞予統一數網，且配送時間在即，統一行銷即直接送印。是統一數網就案關廣

告未曾於印刷前收取稿件，也無機會轉由集嘉公司確認，由於廣告主及通路皆非統一數網，渠確實無權決策，僅居於傳遞轉述之地位。

7、集嘉公司於 95 年 5 月 15 日已請統一數網開發票請款，但於 95 年 6 月 19 日臨時退回發票，請統一數網開立發票予誠石公司（款項由統一數網支付誠石公司之貨款扣除），誠石公司再向集嘉公司請款，此有雙方電子郵件往來為證。

（二）集嘉公司：

- 1、案關手機商品係集嘉公司合法取得 SNOOPY 著作權人之授權，在我國得使用該圖像於渠所生產、製造及銷售之手機上，授權期間自西元 2005 年 4 月 1 日至 2006 年 7 月 31 日止，依每隻手機之零售價之特定百分比支付權利金，是案關手機商品之生產計畫非僅限 500 支。
- 2、集嘉公司於 94 年 9 月 28 日之手機產品發表會中，針對「SNOOPY 55 週年紀念版手機」曾發布 2 份新聞稿，除介紹前揭手機商品，並表達該商品 94 年 9 月 15 日開放預購之首賣限量 500 組已銷售一空，將於 94 年 9 月 28 日下午 3 點起，再開放 500 組供預購，及將於 11 月份起在全國通訊行銷售等訊息，已明確表達該款手機將於 11 月份起全面在全國通訊行銷售，在此之前僅係授權特定經銷商得進行該款手機之「首賣」及「預購」，數量限制為 500 支。
- 3、集嘉公司與統一數網及統一行銷，並無任何直接之法律關係，僅係提供案關手機商品予經銷商誠石公司，且並未限制誠石公司之銷售行為，亦無間接委任或授權其代理集嘉公司與統一行銷洽談案關手機商品之行銷活動。
- 4、誠石公司係集嘉公司經銷通路之一，集嘉公司所生產之案關 SNOOPY 手機，預計於 94 年 11 月起全面在全國經銷商、通訊行銷售，94 年 9 月 15 日至

28 日間，係授權誠石公司以「預購」方式進行該款手機之「獨家首賣」，「首賣」數量限制為 500 支，因此無論該公司委託統一行銷或自行在案關廣告文宣為「全球限量 500 支 unimall 統一購物便獨家首賣熱烈預購中」之表示，惟基於誠石公司通路商之地位，在前揭期間內，案關廣告中之表示應解釋為「unimall 擁有獨家首賣 SNOOPY 手機之銷售權，首賣限量 500 支」，此一解釋與事實並無不符之處。

- 5、基於手機科技產品之生命週期短暫，產品是否新奇與創新，在消費者心中即具有重要地位，本案透過統一行銷全球首賣活動購入案關「SNOOPY 55 週年紀念版手機」之消費者，除能提前擁有該款手機外，尚可獲得「SNOOPY 全套專屬配件贈品」及價格優惠等利益，對消費者在經濟利益上並無任何損失或不利益。
- 6、案關廣告依統一數網及誠石公司訂定之合作契約，誠石公司係型錄內容之素材提供者，及型錄設計、製作及印刷費用之負擔者，統一數網則係受託設計、印刷製作型錄者。集嘉公司則提供相關之廣告素材協助經銷商，統一數網則再交由統一行銷設計、製作、印製及散發，統一數網於案關廣告未定案前曾多次以電子郵件將設計版本寄達集嘉公司，集嘉公司對其所涉之手機規格及內容予以審核後，曾要求其修改，該等版本內容皆無全球限量 500 支之表示。案關廣告印製完成後經統一數網於 94 年 9 月 19 日始傳真該公司知悉。則集嘉公司就案關首賣活動所為之行銷宣傳當中，未曾宣稱或提供任何關於「全球限量 500 支」之廣告或素材，集嘉公司誠非本案之廣告主。
- 7、有關載有集嘉公司之發票，係統一數網請款對象錯誤，集嘉公司尚未支付，且亦不會支付該筆款項，集嘉公司並未對統一數網請款對象錯誤乙事提

出表示，依集嘉公司財務請款流程規定需有訂單、契約證明或簽呈該筆交易之存在，始能支付款項，若集嘉公司支付該筆款項亦僅為該公司贊助經銷商之行銷費用。

- 8、集嘉公司成立於 93 年 5 月 18 日，至 94 年 7 月始有第一支手機上市，集嘉公司為案關商品之製造商，案關手機預訂於 94 年 11 月上市，誠石公司為該公司經銷商之一，因係採賣斷方式銷售，或由誠石公司訂購後即付款，或先出貨再由誠石公司付款予集嘉公司，價格部分依訂購的時間及數量而有不同，而訂購之價格均由出貨前由雙方口頭約定，而之前則由誠石公司依其行銷之手法辦理預購活動。預購活動由統一數網及誠石公司據以執行。
- 9、集嘉公司係採賣斷方式銷售予誠石公司，所獲之利潤係單價乘以數量，提供訂購單影本供參。
- 10、「SNOOPY 55 週年紀念版手機」獨家首賣活動第一批 500 支售罄截止後，集嘉公司並於 94 年 9 月 28 日之記者會宣布 500 支已售完，將再追加銷售，上市前與上市後手機規格及功能並無差別，惟贈品部分並不相同，二者最大不同，在於上市前預購之贈品包含有 SNOOPY 55 週年紀念手錶、SNOOPY 絨毛玩具及月曆書籤。

(三) 誠石公司：

- 1、誠石公司僅扮演物流及金流之角色，並不知悉案關廣告之製作，係接獲本會調查函後，始知悉案關廣告載全球限量 500 支等之內容。誠石公司與統一數網之合約上雖有廣告費用之約定，惟該合約係統一數網所擬定之制式合約，誠石公司對於合約內容無修訂權限，故亦未知悉雙方訂有 500 支之約定，誠石公司僅於該制式合約用印，以確立雙方之合作關係，就誠石公司之行銷經驗，銷售數量若僅限 500 支，將不敷成本。且實

際上案關廣告誠石公司並無參與且未支付任何相關費用，就案關廣告亦未有審閱權，另統一數網亦未向誠石公司請領廣告費用，誠石公司並不知悉案關廣告費用如何支付。

- 2、誠石公司係集嘉公司虛擬通路之總經銷商，案關活動係由集嘉公司與統一數網協商決定，因集嘉公司係生產廠商，不處理相關出貨、售後服務及接聽客服電話等問題，故由誠石公司以物流之角色，提供確認訂單、寄送貨之服務，採月結方式或支付現金進貨一定數量，俟銷售完畢後再進貨，檢附相關訂購單資料影本供參。案關商品之進貨方式一開始係採整批數量進貨，之後則依訂購數量進貨，誠石公司之利潤為進貨價格與銷售價格之差價。
- 3、手機之價款會因進貨時間點而異，因雙方有保證數量之協議，若手機價格因市場價格變動，致進貨成本變動而下跌，誠石公司以開發票方式向製造廠商請款（差價部分），發票上會以手機折讓、行銷補助款及廣告贊助款等項目顯示，誠石公司就案關廣告確實未支付任何廣告費用。誠石公司歷來提供予統一數網之案關手機款式、規格及功能並無不同，僅贈品有差別。
- 4、誠石公司自始至終均未參與廣告與支付廣告費用，案關廣告由統一數網與集嘉公司之電子郵件往返影本，即可說明案關廣告費用之支出原本即由該2家公司談妥，誠石公司今雖收到統一數網開立之發票（尚未給付），惟集嘉公司從跟誠石公司請領之貨款中折讓「預購DM印製費」，轉由誠石公司代給付予統一數網，即可得知該筆費用係集嘉公司與統一數網之間的費用。

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。」按事業倘於其廣告上以「限量」方式從事促銷，利用所謂「限量發行」方式（即限定效果），強調銷售商品之稀少性，以增加其附加價值，促使交易相對人儘速作出交易決定，然實際銷售數量多於該廣告所示數量，於商品數量為虛偽不實，且致消費者對商品之稀少性有錯誤認知，即有上開規定之適用。
- 二、查「SNOOPY 55 週年紀念版手機」係集嘉公司所生產之新型手機，於 94 年 11 月起在全國經銷商、通訊行銷售前，經授權其經銷商誠石公司以「預購」方式進行該款手機之「獨家首賣」，嗣由誠石公司與統一數網就前揭獨家首賣預購活動一案簽訂「買賣合約書」，並由統一數網與統一行銷合作，透過統一行銷之通路進行案關商品獨家首賣預購活動，此有雙方簽訂之商品交易明細合約可稽。
- 三、有關本案廣告行為之主體：
 - （一）統一行銷為本案廣告之行為主體：查案關廣告之製作與散布，係由統一行銷依與統一數網簽訂之商品交易明細合約，負責製作廣告並陳列於 7-11 門市；另查案關手機商品之訂貨、諮詢及售後服務如退換貨等事宜，亦由統一行銷統籌辦理，且由統一行銷開立發票予買受人，則就案關手機商品而言，統一行銷顯係消費者所認知之交易相對人；另查統一行銷亦自行支付案關廣告之攝影費及模特兒分攤費，則渠為本案之廣告主自屬無疑義。
 - （二）集嘉公司為本案廣告之行為主體：
 - 1、查案關廣告之製作，係由統一行銷設計，並經由統一數網轉交集嘉公司審閱提供修正意見後，再交由統一行銷製作及散布，證之以統一行銷及統一數網提供之電子往返郵件，集嘉公司就案關廣告表示

有「全球限量 unimall 獨家熱烈預購中」之設計初稿，於 94 年 9 月 13 日提供有「整體缺少：『預購限量五百組』、『活動期間：即日起至 10/20』、『出貨時間 10/10 起』、『贈品一經拆封恕不退換』」等等修改意見，顯見集嘉公司不僅參與案關廣告之製作且具有審閱權，尚難以案關廣告之最後定稿於 94 年 9 月 14 日送印前未及時傳送該公司，逕而排除集嘉公司就案關廣告之實質審閱關係。另查集嘉公司於 94 年 9 月 28 日發布新聞稿，表示「9 月 15 日開放預購的 500 組 SNOOPY 55 週年手機紀念珍藏組，已於本週銷售一空……GIGABYTE 將於 9 月 28 日下午 3 點起，再度開放 500 組 SNOOPY 55 週年紀念手機預購」云云，顯見集嘉公司係實質參與且主導案關預購活動。復查案關廣告之製作費用，係統一數網依據與統一行銷簽訂之商品交易明細合約，接受統一行銷開立發票請款後轉向集嘉公司請領，此有統一行銷及統一數網於 95 年 5 月 17 日開立之發票可稽，則集嘉公司既實質參與且主導案關預購活動，並參與案關廣告之製作及審閱，且支付案關廣告之全部製作費用，渠為本案之廣告主足可認定。

- 2、雖集嘉公司辯稱依據統一數網與誠石公司簽訂之買賣合約書，案關廣告費用係由誠石公司負擔，及載有集嘉公司之發票，係統一數網請款對象錯誤，集嘉公司不會支付該筆款項，縱集嘉公司支付該筆款項亦僅為贊助經銷商之行銷費用云云，惟查集嘉公司與統一數網 95 年 5 月 15 日電子郵件內容，係雙方為確認統一行銷所提出「SNOOPY 手機 DM 印製明細」費用之內容，統一數網並於函中表示「我們公司要開發票請款囉」，證之以 95 年 5 月 17 日統一行銷開立買受人為統一數網、統一數網開立買受人為集嘉公司之發票，案關廣告之製作費用，確係

由統一數網接受統一行銷開立發票請款後轉向集嘉公司請領。其後統一數網雖於 95 年 6 月 30 日另行開立買受人為誠石公司、品名為 DM 印製費、上並載有廣告費用金額之發票，集嘉公司雖嗣於 95 年 6 月 16 日到會說明後，始於 95 年 6 月 19 日以主旨為「SNOOPY 手機 DM 印製請款」之電子郵件，向統一數網表示將寄還前揭由統一數網開立買受人為集嘉公司之發票，並請統一數網向誠石公司請款，惟另查集嘉公司向誠石公司請領 95 年 5 月 30 日至 6 月 30 日 SNOOPY 20 台、g-smart178 台貨款之電子郵件，明載「計算方式：單價調整扣除“預購 DM 印製費”」等內容，誠石公司辯稱案關廣告之製作費用，係由誠石公司代集嘉公司給付予統一數網，非屬無據，集嘉公司之辯詞，洵無可採。

- (三) 統一數網、誠石公司非為本案廣告之行為主體：查案關廣告係由統一行銷設計，經由統一數網轉請集嘉公司審閱後，交由統一行銷印製後散發，製作費用 101,702 元係由統一行銷向統一數網請款後，統一數網雖開立有買受人為誠石公司之發票，惟集嘉公司已從誠石公司須給付渠之貨款中直接扣除案關廣告製作費用，前已敘明。另統一數網及誠石公司雖參與合作案關「SNOOPY 55 週年紀念版手機」之預購活動，且兩者間簽訂之買賣合約書，約定由誠石公司負擔案關廣告費用，惟依據具體事證，渠該 2 公司就案關廣告並無散發、審閱及支付廣告費用之事實，更非最終開立發票予消費者之事業，顯非消費者所認知之交易相對人，則統一數網、誠石公司應非為本案廣告之行為主體。

- 四、有關案關廣告涉嫌違反公平交易法第 21 條規定乙節：查案關廣告就「SNOOPY 55 週年紀念版手機」表示「全球限量 500 支 unimall 統一購物便獨家首賣熱烈預購中」，且「全球限量 500 支」字體較諸「unimall 統一購物便獨家首賣熱烈預購中」字體為大且特別顯著，予人印象為案關手機係由 unimall 統一購物便獨家首先販賣之新款手機商品，且

「全球限量 500 支」之表示，係強調案關手機全球僅 500 支，該款手機極具稀少性，以促使交易相對人儘速作出交易決定。然查案關手機商品，統一行銷自承於 94 年 9 月 23 日訂單已超過 500 支（計 511 支），另據集嘉公司表示，案關手機商品之生產計畫非僅限 500 支，則案關廣告就「SNOOPY 55 週年紀念版手機」表示「全球限量 500 支」與事實並不盡相符，且統一行銷亦自承案關預購活動計已銷售 1,414 支，其實際銷售數量顯已較廣告所示限量數額為多，逾越一般人可普遍接受之認知程度，致消費者對商品之稀少性產生錯誤認知，核為虛偽不實及引人錯誤之表示，已違反公平交易法第 21 條第 1 項之規定。

五、綜上論結，依現有事證，統一行銷及集嘉公司就「SNOOPY 55 週年紀念版手機」於廣告上表示「全球限量 500 支」，就商品數量為虛偽不實及引人錯誤之表示，核已違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。經審酌渠等違法行為之動機、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態度；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 95 年 12 月 1 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。