

屏東菸品專賣的過去、現在、未來

陳秋妃

中國文化大學法律系法學組 學士

1.前言

香菸的成分－菸葉的運用很早，也很廣泛。由於其主要成分－尼古丁具有緩解壓力、提振精神、可以在短時間內使人舒緩內心的憂慮、苦惱和煩躁，故在克里米亞戰爭(1853 年至 1856 年間)中被大量使用。於第一次及第二次世界大戰中時，達到濫觴的程度。

尼古丁雖易使使用者產生依賴性，但不似毒品那般會令人迷失心智，進而造成危害社會秩序的脫序問題，這樣的特性使得菸草及製菸產業直接等於一股龐大的利益，就如同古代的鹽、糖、樟腦製業，甚至鴉片，既然有著龐大的利益，則國家的力量就會介入，使菸草及製菸產業成為國家經營的專賣事業。直到臺灣加入 WTO 及人民健康意識的抬頭，臺灣菸品專賣制度於 2002(民國 91)年 1 月 1 日才正式走入歷史。

由近代大量的醫學研究資料顯示，抽菸對於人體的損害遠遠大於其所能給予人們的紓壓感。但仍不可否認，菸業及製菸產業在臺灣的經濟發展上占有不小的地位，其對於屏東的城鄉發展也提供不少的助力。是以，就歷史價值層面而言，臺灣菸品專賣時期是一段值得被記錄的記憶。

2.曾經的過去

2-1 日治時期

臺灣於清治時期，菸葉及其成品並未實行專賣。後因馬關條約的簽訂，自 1895 (民前 17 年)起至 1948(民國 34 年)止，受日本統治達 50 年。1901 (民前 11 年，明治 34 年)6 月 1 日成立專賣局，直隸臺灣總督府管轄，設總局於臺北，地方設支局。於民前 7 年(1905 年，明治 38 年)修改組織，增設菸草課，同年 4 月 1 日開始菸類專賣，除了專賣菸葉、菸絲、亦有捲菸及雪茄(民國 4 年)。而屏東支局於 1922 (民國 11 年、大正 11 年)設立。(以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 4-6、14 頁)

日治時期的臺灣菸草事業，主要扮演的是「外地研究實驗機關」的角色，又稱為「臺灣總督府專賣局菸草試驗場」，昭和 8 年(1933 年，民國 22 年)的菸草資料記載為了謀求臺灣島內菸草耕作改良發展，臺灣總督府專賣局以花蓮、屏東、臺中為主要地區，設立實驗機關進行各種實驗。從《臺灣の專賣事業》中昭和 10 年至 15 年度版的史料對照來看，屏東菸區應該隸屬於臺灣總督府專賣局下之屏東分支，位於屏東市，雖官方資料是記載隸屬臺南支局。另從官方資料來看，屏東菸葉廠權責區分隸屬於「臺灣總督府臺南支局屏東辦事處工作系」，至屏東辦事處升格為屏東支局後仍隸屬耕作體系。(以上參見民國 104 年 12 月 29 日屏東菸葉廠員工口述訪談及資料蒐集勞務委託案成果報告第 3-5 頁)

2-2 臺灣光復後時期

1948(民國 34) 年，臺灣光復。此時的臺灣，百廢待舉，臺灣省行政長官衡量當時財政狀況，認為臺灣專賣制度歷史悠久，營收占臺灣財政收入比重甚高，在歲入未另有可靠財源之前，若輕率廢止，對於經濟安定及建設恐有重大影響，遂維持專賣制度，惟範圍僅限於菸、酒、樟腦、火柴及度量衡五項仍繼續專賣。於 1945(民國 34)年 11 月 1 日派員前來接收專賣局，「臺灣總督府專賣局」改組為「臺灣省專賣局」。於 1947(民國 36)年 5 月改制為「臺灣省菸酒公賣局」。(以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 15、35 頁)

(一) 實施專賣的法令依據

初期沿用日治時期之「臺灣專賣規則」，1947(民國 36 年)7 月至 8 月間，相繼公布臺灣省「酒類」、「菸草」及「火柴」專賣規則及其施行細則，作為專賣之依據，惟均為臺灣省單行法規，另同時公布廢止日治時期之專賣規則及其施行細則。同年 6 月省政府改組，公布前頒三種專法規繼續有效，後來火柴開放民營，僅餘菸酒二項。此等單行法規均未經過立法程序，對於違反專賣行為者之拘束力較小，致私菸酒猖獗，查緝效果不彰，幾乎破壞專賣制度。

(以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 17 頁)

於 1953(民國 42)年 6 月 23 日經立法院通過，同年 7 月 7 日總統公布「臺灣省內菸酒專賣暫行條例」(民國 42 年 7 月 7 日總統制定公布全文 45 條，民國 44 年 1 月 22 日總統修正公布第 6、8、30、36、37、39、40 條條文，91 年 5 月 22 日總統華總一義字第 09100102030 號令公布廢止)，並於同年內由財政部於 10 月 3 日頒布「臺灣省內菸酒專賣暫行條例施行細則」(民國 75 年 10 月 30 日財政部(75)臺財庫字第 7576193 號令修正發布第 1、6、23、25、26、28、31、33、34-1、36、39、40、41、43 條條文，民國 81 年 10 月 30 日財政部(81)臺財庫字第 811449105 號令修正發布第 8、41 條條文，民國 91 年 7 月 9 日財政部臺財庫字第 0910037397 號令發布廢止)，至此，菸酒專賣始具備完整之法源。(以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 18 頁)

依據「臺灣省內菸酒專賣暫行條例」規定，臺灣省內菸酒專賣，暫依本條例之規定。依本條例經專賣機關許可，從事菸酒專賣事業人，受專賣機關之指揮監督。菸類及酒類之製造，非專賣機關不得為之。菸類及酒類之販賣，非經專賣機關或其許可之零售商不得為之。以上「臺灣省內菸酒專賣暫行條例」第 1、4、6、28 條定有明文。又依據「臺灣省內菸酒專賣暫行條例施行細則」之規定，本細則依臺灣省內菸酒專賣暫行條例（以下簡稱本條例）第 45 條之規定訂定之。另規定本條例所稱專賣機關，係指臺灣省菸酒公賣局及其所屬機構而言。以上「臺灣省內菸酒專賣暫行條例施行細則」第 1、2 條定有明文。故臺灣省內的菸品專賣僅限於臺灣省菸酒公賣局及其所屬機構、得其許可之零售商得為之，違反規定者，依「臺灣省內菸酒專賣暫行條例」第 39 條第 4 款規定，處以查獲物查獲時現值三倍以下罰鍰。

(二) 組織架構

(1) 總局

1945(民國 34)年 11 月間，依據臺灣省長官公署組織條例第 5 條之規定，設置臺灣省專賣局，其組織設置秘書室、總務科、鹽腦科、菸草科、酒科、運輸科、

會計室、人事管理員。1946(民國 35)年修正組織為樟腦科、菸草科、酒科、運輸科、火柴科、度量衡科、會計室、查緝室。1947(民國 36)年增設秘書室、會計室、統計室及業務委員會，掌理改進技術推廣業務、並管理公賣局所屬各直營工廠。

省政府於 1947(民國 36)年 8 月 29 日公布「臺灣省菸酒公賣局組織規程」，規定臺灣省專賣局改制為臺灣省菸酒公賣局，直屬省政府，設六科及秘書、會計、統計、人事、視察五室。其中第一科掌理香菸產銷業務；第二科掌理酒類生業務；第三科掌理物料運輸業務；第四科掌理營繕、機電、工程等業務；第五科掌理原材料之採購業務；第六科掌理務業務。於 1951(民國 40)年 6 月 18 日，臺灣菸酒公賣局由直立省政府，改隸屬財政廳，增列第七科，專責辦理菸葉生產、輔導、管理等事宜。於 1953(民國 42)年 9 月 2 日增列研究室。

於 1965(民國 54)年 1 月 28 日變更組織為秘書室、營業組、生產組、農業組、材料組、工務組、採購組、總務組、研究室、視察室、檢核室、安全室、主計室、人事室。於 1972(民國 61)年 2 月 1 日增設公共關係室。於 1975(民國 64)年 4 月 29 日裁撤研究室、公共關係室、檢核室、及安全室，改總務組為總務室、並新設企劃組。1982(民國 71)年 1 月 11 日改設主計室為主計處。1984(民國 73)年 7 月 27 日改主計處為會計處。

1992(民國 81)年 11 月 15 日增設資訊室及勞工安全衛生管理組。

於 1994(民國 83)年 2 月 23 日修正「臺灣省菸酒公賣局組織規程」，其組織設營業組、生產組、農業組、工務組、勞工安全衛生管理組、材料組、採購組、財務組、企劃組、秘書室、視察室、資訊室、總務室、會計室、人事室、政風室。
(以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 33-37、38 頁)

(2)所屬機構

依據臺灣省長官公署組織條例之規定，各分局設總務、業務、製腦、耕作、度量衡等課，並得另設局務會議。(以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 36 頁)嗣後，依 1946(民國 36)年省政府公布之「臺灣省菸酒公賣局組織規程」(其後歷經多次修正)規定，臺灣省菸酒公賣局視業務需要，得於各處設立分局、辦事處及產製運輸機構，其組織另定之。於 1991(民國 80)年 11 月 15 日該條文修正為，臺灣省菸酒公賣局視業務之需要，得於各處設立分局、工廠、試驗所、員工訓練所及汽車運輸中心等，其組織規程另定之。

A.所屬分局

1947(民國 36)年省政府公布之「臺灣省菸酒公賣局所屬各分局及辦事處組織規程」(之後歷經多次的修正)明定本規程依上述「臺灣省菸酒公賣局組織規程」規定訂定之；另分局及辦事處辦事細則另定之。1965(民國 54)年，改稱「臺灣省菸酒公賣局所屬各分局組織規程」(其後歷經多次修正)，依規定，本規程依上述「臺灣省菸酒公賣局組織規程」規定訂定之；分局辦事細則另定之。

綜上，共計設有基隆、臺北、新竹、臺中、嘉義、臺南、高雄、屏東、臺東、花蓮、宜蘭等 11 分局，另設有埔里及澎湖辦事處。1965(民國 54)年 1 月

廢除辦事處之設置，增設彰化及澎湖分局。故在菸酒公賣時期，菸酒公賣局所屬分局共計有：基隆、臺北、新竹、臺中、嘉義、臺南、高雄、屏東、臺東、花蓮、宜蘭、設彰化及澎湖等 13 分局。（以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 34、38-39 頁）

B.屏東分局

其前身為日治時期之「臺灣總督府專賣局屏東支局」，1922(民國 11)年 7 日設立，設在屏東市仁愛路 14 號，掌理樟腦、菸酒、食鹽、火柴等貨品之販賣許可及配銷業務。1945(民國 34)年 10 月臺灣光復後，同年 12 月改組為「臺灣省行政長官公署臺灣省專賣局屏東分局」，僅掌理樟腦、菸酒之販賣許可及配銷業務，1947(民國 36)年 5 月臺灣省行政長官公署改制為省政府，專賣局改稱為臺灣省菸酒公賣局，隨而改稱「臺灣省菸酒公賣局屏東分局」，僅辦理樟腦、菸酒之販賣許可及配銷業務。1967(民國 56)年間遷屏東市自由路 149 之 2 號。（以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 6-7、197 頁）

依據 1957(民國 46)年 10 月 7 日省政府所令發之「臺灣省菸酒公賣局屏東分局辦事細則」之規定，該細則係依據上開「臺灣省菸酒公賣局所屬各分局及辦事處組織規程」規定訂定之。其組織如下：

- (a) 局長。
- (b) 秘書。
- (c) 總務課：總務課課長承局長之命綜理課務，其職掌主要有關於菸酒類之進倉驗收、保管及出倉事項、關於送還原廠菸酒交運事項、關於菸酒進出倉各項表單之編制及登帳事項等等項目。
- (d) 業務課：業務課課長承局長之命綜理課務，其職掌主要有關於配銷機構之管理事項、關於零售商處攤販之核准、登記、管理及監督事項、關於菸類配銷之計畫及監督事項、關於菸類配銷數量之計核登記以及報表編制事項、關於調查私菸酒事項等等項目。
- (e) 主計課長：受上級主計機構之指揮監督並依法受本局局長之指揮，綜理課務。
- (f) 人事管理員：受上級人事機構及本局局長之指揮監督，依法辦理人事管理事務。
- (g) 視察一人：承局長之命，處理指定事務，並受服務課主管之督導。

C.菸廠

臺灣專賣制度下，設有許多工廠，在此僅討論菸廠及菸工廠。

依據臺灣省行政長官公署核定各工廠組織規程規定，各工廠得設總務、工務、試驗、會計各課，並得另設廠務會議。（以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 35 頁）

另依 1948(民國 37)年省政府公布之「臺灣省菸酒公賣局所屬各工廠（場）組織規程」（其後歷經多次修正）規定，本規程依前開「臺灣省菸酒公賣局組

組織規程」規定訂定之；臺灣省菸酒公賣局所屬各工廠（場）辦事細則另訂之。1964(民國 53)年 10 月 23 日改稱「臺灣省菸酒公賣局所屬各工廠組織規程」(其後經過多次修正)，依其規定，本規程依前開「臺灣省菸酒公賣局組織規程」規定訂定之；臺灣省菸酒公賣局所屬各工廠（場）辦事細則另訂之。

於專賣時期，菸工廠計有臺北松山菸草工廠、臺北菸草工廠兩座。至公賣局時期，菸工廠則計有臺北菸廠、松山菸廠、豐原菸廠、內埔菸廠等四座。其中內埔菸廠於 1986(民國 75)年成立，生產部門設理切、捲包、再製三工廠。理切工廠主辦理葉、切葉，捲包工廠主辦捲菸、包裝及自製濾嘴，再製工廠主辦膨脹菸絲及複製菸頁之生產。(以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 90-93 頁)

D. 菸葉廠

依據臺灣省行政長官公署核定各工廠組織規程規定，各工廠得設總務、工務、試驗、會計各課，並得另設廠務會議。(以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 35 頁)

另依 1948(民國 37)年省政府公布之「臺灣省菸酒公賣局所屬各工廠（場）組織規程」(其後歷經多次修正)規定，本規程依前開「臺灣省菸酒公賣局組織規程」規定訂定之；臺灣省菸酒公賣局所屬各工廠（場）辦事細則另訂之。1964(民國 53)年 10 月 23 日改稱「臺灣省菸酒公賣局所屬各工廠組織規程」(之後經過多次修正)，依其規定，本規程依前開「臺灣省菸酒公賣局組織規程」規定訂定之；臺灣省菸酒公賣局所屬各工廠辦事細則另訂之。

自日治時期起，計有臺中、嘉義、屏東、花蓮四座菸葉廠。(以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 48 頁)

E. 屏東菸葉廠

在日治時期隸屬於「臺灣總督府專賣局屏東支局」。光復後，於 1947(民國 36)年 1 月 1 日升格為專賣局菸葉股份有限公司屏東辦事處。同年 7 月改為「臺灣省菸酒公賣局菸葉管理委會屏東辦事處」。1949(民國 38)年 10 月改稱為「臺灣省菸酒公賣局屏東菸葉加工廠」。1950(民國 39)年附設捲菸部，製造捲菸及菸絲。至 1953(民國 42)年始改為現名「臺灣省菸酒公賣局屏東菸葉廠」，為實地管理菸葉生產及指導菸農種菸技術，在菸葉生產較集中之地區分別設置輔導區，計有九如、六龜、旗山、常盤、手巾寮、萬丹、里港、千歲、鹽埔、高樹、美濃、新園、潮州、大樹、大寮等 15 區。後因種植菸區之變遷或因輔導區之合併，所設置之輔導區略有增減，至 80 年為配合擴大輔導區輔導面積，將輔導區所減為 8 區，並更名為輔導站，計有高樹、舊寮、美濃、龍肚、龍山、廣興、吉東、杉林等 8 站。其廠址位於屏東市民生路 57 之 5 號（以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 55 頁）

依據 1957(民國 46)年 10 月 7 日省政府令發「臺灣菸酒公賣局屏東菸葉廠辦事細則」，該細則係依據上開「臺灣省菸酒公賣局所屬各工廠（場）組織規

程」規定訂定之。其組織如下：

- (a) 廠長。
- (b) 副廠長。
- (c) 總務課：總務課長承廠長、副廠長之命，綜理課務，其職掌主要有關於買菸複薰材料燃料及桶菸成品之收發保管整理暨簿籍報表之登記編報與保管事項、關於黃色種青菸及本國種菸葉之收發保管暨簿籍報表之登記編報與保管事項、關於捲菸材料及成品之收發保管暨簿籍報表之登記編報與保管事項、關於各項原料材料燃料之運輸暨單表之填報事項等等項目。
- (e) 業務課：業務課課長綜理課務，其職掌有：
 - ①.關於審核種菸許可及核定面積之分配事項。
 - ②.關於協助採選菸種事項。
 - ③.關於配發菸種及各項菸草試驗等事項。
 - ④.關於輔導菸戶製造堆肥事項。
 - ⑤.關於菸作播種苗圃管理移植本圃管理病蟲害防治及一切耕作技術指導事項。
 - ⑥.關於苗圃與本圃之面積檢查及估計菸葉全部收穫量事項。
 - ⑦.關於菸葉收穫時乾燥以及調理捆包等指導事項。
 - ⑧.關於協助改進社貸配肥料農藥器材及耕作資金等事項。
 - ⑨.關於採集菸葉標本事項。
 - ⑩.關於計劃菸葉收購事項。
 - ⑪.關於買菸及違章菸葉之核價問題。
 - ⑫.關於造報有關買菸各項報表事項。
 - ⑬.關於各菸區之農產物肥料燃料人工等時價調事項。
 - ⑭.關於菸草生產成本調查事項。
 - ⑮.關於協辦查緝違章案件事項。
 - ⑯.關於有關業務詢問答復事項。
 - ⑰.關於菸農控訴調查事項。
 - ⑱.關於菸葉乾燥式管理及檢查事項。
 - ⑲.關於苗圃本圃乾燥室等各項災害調查事項。
 - ⑳.關於編造勘查經費預算事項。
 - ㉑.關於本課文書收發事項。
- (f) 工務課：工務課課長綜理課務，其職掌主要有關於複薰業務之計劃及推進事項、關於複薰業務之改進及建議事項、關於調理複薰表報之填報事項、關於複薰時期本課需用臨時工計劃配置及體格檢驗事項等等項目
- (g) 捲菸部：捲菸部主任綜理部務，其職掌主要有關於捲菸及菸絲生產工作計劃與推行事項、關於捲菸及菸絲生產技術之研究與改進事項、關

於各種試驗改進之計劃事項、關於捲菸設備之設計與改進事項、關於捲菸用電力及蒸汽供應之建議事項、關於捲菸用原材料儲存保管之建議事項、關於製造成品庫存排列通風及應行改進之建議事項、關於捲菸機器之修理及工具材料油類製作器材等之計劃添置暨請購驗收領用保管等事項、關於製造過程中原材料損耗分析事項、關於各種資料之蒐集整理與保管事項、關於理葉之一切工作推進事項、關於切絲之一切工作推進事項、關於捲支之一切工作推進事項、關於包裝之一切工作推進事項、關於菸絲製造之一切事項等等項目。

(h) 主計課。

(i) 人事管理員。

(j) 技正 5 人：分承廠長、副廠長之命，指導菸草耕作栽培收穫，菸葉等級鑑定，菸葉調理複薰等工作。

F. 菸葉試驗所

依據 1948(民國 37)年 6 月 30 日省政府所公布之「臺灣省菸酒公賣局菸葉試驗所組之規程」(其後歷經多次修改)規定，本規程係依上述之「臺灣省菸酒公賣局組織規程」規定訂定之；本所及分所辦事細則另定之。依據 1957(民國 46)年 10 月 7 日省政府所公布之「臺灣省菸酒公賣局菸葉試驗所辦事細則」規定，本細則係依臺灣省菸酒公賣局菸葉試驗所組之規程」規定訂定之。

菸葉試驗及改進工作由菸葉試驗所主導，各菸葉廠與之配合進行，菸葉試驗所之前身為 1917(民國 6)年 6 月 6 日設立於臺中縣豐原之菸草耕作指導所。1938(民國 27)年 4 月，該所遷至臺中縣大里鄉草湖現址，1944(民國 33)年易名為專賣局臺中支局菸草試驗場。當時工作以指導菸農為重心。1946(民國 35)年 2 月改名為菸草試驗所，並將屏東及花蓮二改良場納入管理。1947(民國 36)年 4 月又改名菸葉試驗所，隸屬專賣局菸草股份有限公司，同年 7 月改隸公賣局菸葉管理委員會，11 月直隸公賣局。光復後，菸葉試驗所從事菸草耕作、病蟲害防治及化驗等工作。臺中本所成立園藝、農化及病蟲害技術系，屏東與花蓮二改良場則配合辦理各項地方性菸作試驗研究。(以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 73 頁)

於 1994(民國 83)年 7 月 1 日起，「臺灣省菸酒公賣局菸葉試驗所」更名為「臺灣省菸酒公賣局菸類試驗所」。斯故，於屏東設置的係為「屏東改良場」，位於現在屏東縣九如鄉的巴轆公園。

3. 小結

簡言之，1945(民國 34)年 12 月臺灣總督府專賣局屏東支局改為「臺灣省行政長官公署臺灣省專賣局屏東分局」，於 1947(民國 36)年改稱為「臺灣省菸酒公賣局屏東分局」

1947(民國 36)年間屏東菸葉廠業務由屏東分局劃出，成立「臺灣省專賣局菸業有限公司屏東辦事處」，同年 7 月改稱為「臺灣省菸酒公賣局菸葉管理委員會屏東辦事處」。1949(民

國 38)年 10 月改稱為「臺灣省菸酒公賣局屏東菸葉加工廠」。1950(民國 39)年附設捲菸部，製造捲菸及菸絲。1953(民國 42)年全銜改稱為「臺灣省菸酒公賣局屏東菸葉廠」。

屏東改良場存在於日治時期，於 1946(民國 35)年間併入菸草試驗所（位於臺中大里），民國 36 年間菸草試驗所改稱為菸葉試驗所，1994(民國 83)年改稱菸類試驗所。

1986(民國 75)年始設立內埔菸廠。

綜上，在菸品專賣經營組織中，在屏東設立了屏東分局、屏東菸葉廠、屏東改良場及內埔菸廠，其組織不斷的增加，且體系更加完整，其完整性除了臺中之外，其他縣市無可比擬，顯見屏東在菸品專賣歷史價值上佔有一席之地不容小覷的地位。

4.抑制的現在

臺灣光復後，公賣局頂著專賣度的光環，獨佔整個菸品市場，即使是僅口洋菸，也由公賣局一手承辦，其獲利之巨大不可言喻，直到 1986(民國 75)年，政府開放民間進口洋菸，持續多時的榮景，才稍微感受到競爭的衝擊。惟在香菸市場依舊佔有絕對的優勢。（以上參見「菸草戰爭」，葉金川策畫，林紋純、詹建富著，第 176-177 頁）

4-1 菸害防制法的影響概述

有鑑於菸害對於人體的戕害，1997(民國 86)年 3 月 19 日菸害防制法通過後（於同年 9 月 19 日正式實行），菸害防制已成為政府施政的重點。2003(民國 92)年 5 月，「菸草控制框架公約」（WTO Framework Convention on Tobacco Control，簡稱 FCTC）通過，於 2005(民國 94)年 2 月生效，截至 2008(民國 97)年 10 月，高達 160 個國家或組織締約。FCTC 要求各締約國應經由國內的相關立法、行政或其他措施及國際合作的方式，確實遵守公約各項規範，以遏止全球性的菸害問題。該公約主要精神在於規範國際菸價與菸稅、菸品廣告與贊助、菸品標示、非法貿易及減少二手菸危害等議題，以降低因菸品消費造成對人類健康的危害。締約國皆須依照該公約精神，透過有效立法、行政等措施，積極推動菸害防制相關工作。臺灣為順應世界潮流，亦於 2005(民國 94)年簽署 FCTC，並於 2007(民國 96)年 6 月修正菸害防制法（於 2009 年 1 月 11 日正式實施），其相關子法規亦分別於 2007(民國 96)年、2008(民國 97)年間分別發布。（以上參見「筆路藍縷三十年－菸害防制法與臺灣」，金玉瑩總審訂／林欣頻、杜家駒著，第 3、7-9、18 頁）

於 2000(民國 89)年 3 月 28 日通過菸酒稅法，開徵菸品健康福利捐，亦即對菸品採特種銷售稅，開徵稅額以專款專用。2006(民國 95)年 1 月 18 日、2 月 16 日又分別修正「菸酒稅法」及發布「菸品健康福利捐分配及運作辦法」，並於同年 2 月 16 日開始施行，提高菸品稅額（健康福利捐），及修正其分配方式。另於 2007(民國 96)年 7 月 11 日經總統公布菸害防制法修正案，將課徵菸品健康福利捐之法源，由菸酒稅法改列為菸害防制法第 4 條，並於同年 10 月 11 日據菸害防制法發布「菸品健康福利捐分配及運作辦法」，施行日期則自菸害防制法第 4 條施行之日（98 年 6 月 1 日施行）。有關「菸品健康福利捐」的金額，依菸害防制法第 4 條規定，紙菸為每千支 1000 元、菸絲每公斤 1000 元、雪茄每公斤 1000 元、其他菸品每公斤 1000 元。對於吸菸者而言，則是平均每包增加 5 元的消費，也將使國人平均每人

國產香菸及進口香菸消費再減少 4.25 包及 4.93 包。(以上參見「筆路藍縷三十年－菸害防制法與臺灣」，金玉瑩總審訂／林欣頻、杜家駒著，第 18-19 頁)

綜上，由於菸害防制法規範之範圍及菸品健康福利捐的開徵，使得臺灣吸菸族群吸菸的空間及菸品的消費均受到侷限，以至於吸菸的人口數逐漸下滑。

又民國 105 年新政府上任，積極推動長照服務法（簡稱長照法），擬將菸捐及菸品健康福利捐劃入長照法的財源之一，計畫將現行菸酒稅法第七條規定的菸稅由現在每公斤新臺幣 590 元提高至每公斤 1590 元（見立法院議案整合暨綜合查詢系統-「菸酒稅法第七條條文修正草案」¹），現行菸害防制法第 4 條所規定的菸害健康福利捐每公斤 1000 元提高至每公斤 1250 元（見立法院議案整合暨綜合查詢系統-「菸害防制法第四條及第三十五條條文修正草案」²），屆期法案通過時，菸品勢必會漲價（至於漲幅多少，目前尚未確定），吸菸者的人數勢必再下滑，屆時對於菸品市場所造成的衝擊（例如走私菸品的增加等等），是可被預見的。

4-2 GATT／WTO 的影響概述

GATT（General Agreement on Tariffs and Trade，關稅暨貿易總協定）於 1948 年成立，迄今共舉行八次回合談判，其中以第七回合（東京回合）與第八回合（烏拉圭回合）談判最為重要，因該二回合之談判除包括關稅談判外，亦對其他之貿易規範進行廣泛討論。第七回合談判（東京回合）自 1973 年開始，至 1979 年完成，除了持續降低關稅障礙外，最大之成果在於達成多項非關稅規約（code），使 GATT 談判之觸角伸入非關稅領域。第八回合談判（烏拉圭回合）則自 1986 年開始，於 1993 年 12 月 15 日完成，為 GATT 史上規模最大、影響最深遠之回合談判。談判之內容包括貨品貿易、服務貿易、智慧財產權與爭端解決等。該回合之談判並決議成立 WTO，使 GATT 多年來扮演國際經貿論壇之角色正式取得法制化與國際組織的地位。更重要的是，WTO 爭端解決機構所作之裁決對各會員發生拘束力，因此使 WTO 所轄各項國際貿易規範得以有效地落實與執行。（以上參考經濟部國際貿易局::WTO 入口網－「GATT/WTO 歷史沿革」³）

1992(民國 81)年 9 月 29 日 GATT 理事會無異議通過成立工作小組審查我入會案，並指派英國駐 GATT 之 Morland 大使為我入會工作小組主席，同時授予我觀察員身分，以使我得參加爾後理事會及其他相關會議。瑞士政府於 1993(民國 82)年 2 月 24 日同意我國在觀察員階段之駐日內瓦分處人員可比照適用 New York Convention on Special Mission 之規定，享有與其他代表團人員完全相同之外交特權及豁免權。於 2001(民國 90)年 11 月 11 日第四屆卡達 WTO 部長會議正式採認通過我國入會案，並於 11 月 12 日由經濟部林前部長信義簽署入會議定書。同年 11 月 16 日行政部門將我國入會文件以條約案方式送請立法院審查，並獲審查通過。陳水扁總統於 11 月 20 日簽署我國加入 WTO 批准書，自批准日起 3 日生效（即 11 月 22 日生效），我國於 12 月 2 日致函 WTO 秘書長，確認接受我國入會議定書。經過 30 天之等待期後，我國即於 2002(民國 91)年 1 月 1 日成為 WTO 之正式會員。（以上參考經濟

¹ 參見 http://lci.ly.gov.tw/LyLCEW/agenda1/02/pdf/09/02/04/LCEWA01_090204_00006.pdf

² 參見 http://lci.ly.gov.tw/LyLCEW/agenda1/02/pdf/09/02/04/LCEWA01_090204_00007.pdf

³ 參見 <http://www.trade.gov.tw/cwto/Pages/Detail.aspx?nodeID=339&pid=312887>

部國際貿易局::WTO 入口網－「我國申請加入 GATT/WTO 之歷史紀要」⁴⁾

加入 WTO 後，對於菸品市場之影響，可以從「專賣改制」、「菸品管理」、「稅賦」三方面來討論：(以下參見經濟部國際貿易局::WTO 入口網－「附錄 C 加入 WTO 對於酒市場之影響及其因應對策」⁵⁾)

(一)專賣改制方面：

臺灣省菸酒公賣局向來兼負菸酒品銷經營與行政管理之責，改制後，菸品之行政管理權將回歸政府機關，該局則僅為一單純的菸品產銷事業單位，且在菸品開放民間產製後，該局將同時面臨進口菸品及國產菸品之競爭。預期未來菸品類大廠寡占，市場行銷通路自行開拓，競爭會日趨激烈。另外，專賣改制後，特許生產菸葉之制度將予以取消，對於農產生衝擊，面臨轉業或轉作之問題。

(二)菸品管理方面：

市場開放後，產品更多樣化，增加消費者選擇的機會。然菸品開放私人產製後，市場激烈競爭下，各種違規促銷及廣告活動、菸酒走私等擾亂市場秩序之情形，恐都無法避免，有賴完整之管理配套措施因應。

(三)稅賦方面：

國產及進口菸酒在負擔相同稅賦之基礎上公平競爭，雖對國內菸酒產業升級有激勵作用，但短期內對國內業者產生競爭壓力，自亦難免。

當時，國家政府針對上開問題提出因應對策如下：(以下參見經濟部國際貿易局::WTO 入口網－「附錄 C 加入 WTO 對於酒市場之影響及其因應對策」⁶⁾)

(一)專賣改制方面：

- (1) 輔導臺灣省菸酒公賣局積極從事內部改造，並朝單純菸酒產銷事業及民營化方向規劃，以因應未來激烈之市場競爭。遂於 2002(民國 91)年 4 月 25 日經立法院通過「臺灣菸酒股份有限公司條例」(91 年 5 月 15 日奉 總統公布)，菸酒公賣局遂於 2002(民國 91)年 7 月 1 日改制為「臺灣菸酒股份有限公司」。
- (2) 有關於農之輔導問題，政府已辦理完成相關補償措施，並鼓勵廢耕或轉業。未來將由農政單位將菸草納入一般農作物統籌管理。惟於明年(民國 106 年)初，屏東乃至全國的菸葉耕作仍將全數畫上句點。

(二)菸品管理方面：

政府已完成「菸酒管理法」及相關子法之法制作業，並自 2002(民國 91 年)1 月 1 日起實施。

⁴ 參見

http://www.trade.gov.tw/cwto/Pages/Detail.aspx?nodeID=354&pid=312950&dl_DateRange=all&txt_SD=&txt_ED=&txt_Keyword=&Pageid=0

⁵ 參見

http://www.trade.gov.tw/cwto/Pages/Detail.aspx?nodeID=355&pid=312958&dl_DateRange=all&txt_SD=&txt_ED=&txt_Keyword=&Pageid=1

⁶ 參見

http://www.trade.gov.tw/cwto/Pages/Detail.aspx?nodeID=355&pid=312958&dl_DateRange=all&txt_SD=&txt_ED=&txt_Keyword=&Pageid=1

(三)稅賦方面：

政府已制定「菸酒稅法」及修正「海關進口稅則」，使菸品稅賦之課徵法制化與透明化。

以上，雖政府針對上開三方面問題提出因應對策，惟因國際菸品大廠的菸品大量入臺，吸菸者的選擇開始多樣化，導致客源被大量瓜分，改制後的「臺灣菸酒股份有限公司」要有如專賣時期的公賣局那樣的銷售榮景，已不再復見。

4-3.小結

就屏東而言，屏東菸區種植黃色種菸葉始於日治時期，民國 35 年種菸面積僅 151 公頃。隨第二次世界大戰結束，種植面積年有增加。公賣局為提高省產菸葉品質，自 1963(民國 52)年起將種菸面積逐漸南移，因此種菸面積增加迅速。1976(民國 65)年達 3897 公頃，創歷年高峰。嗣後為考量產銷平衡並受洋菸陸續開放進口之影響及為因應加入 WTO 組織做準備，種菸面積逐年縮減。1994(民國 83)年起為配合種菸面積緊縮政策，經宣導由菸農自願申請廢耕，每公頃給予 60 萬元補償金，菸農紛紛申請廢耕，種菸面積大幅減少，1996(民國 85 年)減為 1327 公頃。(以上參見臺灣省菸酒公賣局局志第 56 頁) 1997(民國 86)年菸害防制法正式施行、2000(民國 89)年開徵菸品健康福利捐、2002(民國 91)年正式成為 WTO 的會員國，使得吸菸客源大量被瓜分，亦使得吸菸族群之人數大幅下滑，且菸葉耕種面積逐年減縮，情勢迫使屏東菸葉廠於 2004(民國 93)年全面關廠，其業務分別轉由內埔菸廠及臺中菸廠處理。嗣後，又因國內種植菸葉的成本高於進口，且菸農也覺得待遇不如以前，臺灣菸酒公司不得不於今年 2016(民國 105) 年 7 月 5 日與菸農決議今年為最後一年種植菸葉，故自今年 8 月 15 日菸農播種後到明年 2017 (民國 106) 年初繳菸葉後，屏東乃至全國的菸葉耕作將畫上句點，未來臺灣菸酒公司菸品之原物料將全部仰賴國外進口。

5.有界限的未來（代結論）

就如同前述，屏東就菸品專賣的歷史價值完整性，除了臺中之外，其他縣市沒有可與其爭鋒的。從當時菸酒公賣局的組織體系來看，總局主要負責全盤營運等事項，分局主要負責菸品成品的銷售及查緝等事項，菸廠主要負責菸品成品製造等事項，菸葉廠主要負責菸葉種植、菸農管理、加工等相關事項，菸類試驗所主要負責菸品改良、菸葉種植改良及病蟲害防治等相關事項。看似各自獨立，實則環環相扣，缺一不可，而屏東一個小小的南國之縣，除了總局外，竟環抱著屏東分局、內埔菸廠、屏東菸葉廠、屏東改良場，從菸品專賣歷史價值角度觀之，幾乎可以串起整部菸品專賣史，故若好好規劃，是可以在屏東一窺臺灣菸品專賣史的全貌。

屏東菸葉廠於 2004(民國 93)年已經全面停工、關廠，屏東改良場目前也僅存空空的建築物，要如何再活化空間的使用，應是屏東縣政府值得思考的問題。要如同臺北松山菸廠做文創園區、高雄駁二做藝術園區亦是可行，惟這樣便浪費了其所擁有的菸品專賣歷史「完整性」的價值了，故正視「完整性」係可在屏東菸葉廠及屏東改良場的空間再活用上建構出其獨特的風格。

然若要從「菸品專賣歷史完整性」作為空間再活化的主軸，那菸害防制法、相關規定及實務見解便是無法迴避的界限。空間再活化須注意的面向：

5-1.空間規劃

若要從「菸品專賣歷史完整性」作為空間再活化的主軸，則屏東菸葉廠及屏東改良場的空間再活化應屬現行菸害防制法第 15 條第 1 項第 2 款「博物館」、「文物陳列館」類型之社會教育機構，或者是屬於「古蹟」類型之場所（同法第 15 條第 1 項第 13 款）。而菸害防制法所稱主管機關：在中央為行政院衛生署；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。

5-1-1 若屬「博物館」、「文物陳列館」類型之社會教育機構

(一)其室內場所，依菸害防制法第 15 條第 1 項規定，應屬「全面禁止吸菸」，另依衛生福利部國民健康署（102 年 7 月 23 日前稱「衛生署國民健康局」，下同）於 2009(民國 98)年 2 月 4 日所發署授國字第 0970012258 號函文指出「全面禁止吸菸」係指「場所」之概念，而非「時段」之概念。且應於所有入口處設置明顯禁菸標示，並不得供應與吸菸有關之器物。

(二)其室外場所，依菸害防制法第 17 條規定，第 15 條第 1 項及第 16 條第 1 項以外之場所，經所有人、負責人或管理人指定禁止吸菸之場所，禁止吸菸。又依第 16 條第 1 項規定，除吸菸區外，不得吸菸；未設吸菸區者，全面禁止吸菸。另應於所有入口處及其他適當地點，設置明顯禁菸標示或除吸菸區外不得吸菸意旨之標示；且除吸菸區外，不得供應與吸菸有關之器物。又吸菸區之設置，應符合下列規定：一、吸菸區應有明顯之標示。二、吸菸區之面積不得大於該場所室外面積二分之一，且不得設於必經之處。其中所謂「吸菸區不得設於必經之處」，依據 2009(民國 98)年 1 月 22 日國健教字第 0970012837 號函示：「(1)本法（即菸害防制法，下同）第 16 條第 3 項第 2 款規定之『吸菸區』之設置，係針對大專院校、圖書館、室外體育場、游泳池或老人福利機構所在場所等室外場所。倘非屬第 16 條所列之場所，不在適用之列。(2)所謂『必經之處』，指該處所為不特定多數人必經之通道，且無其他適宜之替代通道。故是否設置於必經之處，須依具體事實認定之。」若有明顯設計之出入口，則該出入口即須設置禁菸標示。若非屬設計之出入口，而事實上有大量民眾利用出入，為確保達成本法之立法目的，免於民眾遭受菸害，仍宜以行政指導之方式輔導場所負責人於該處設立禁菸標示。

(三)又以上「禁菸標示」，依據 2002(民國 91)年 6 月 13 日衛署國健字第 0910006824 號函所示：「指於場所入口或其他明顯處，以明顯之圖案或文字為之，業者可以同時採行『固定張貼』與『立牌移動式之禁菸標示』二者並行之方式，但是禁止其僅採取『立牌移動式之禁菸標示』之方式。因為如許可業者可選擇只採用『立牌移動式之禁菸標示』，可能發生其將此可移動之禁菸標示放在非場所入口或其他非明顯處，規避本法之規定。」

(四)末者，依菸害防制法第 31 條之規定，吸菸行為人違反第 15 條第 1 項或第 16 條

第 1 項規定者，即於禁止吸菸之場所吸菸或於非吸菸區吸菸時，將處新臺幣 2 千元以上 1 萬元以下罰鍰。場所所有人、負責人或管理人違反第 15 條第 2 項、第 16 條第 2 項或第 3 項規定者，即①未於所有入口處設置明顯禁菸標示，並不得供應與吸菸有關之器物、②或未於所有入口處及其他適當地點，設置明顯禁菸標示或除吸菸區外不得吸菸意旨之標示；且除吸菸區外，不得供應與吸菸有關之器物、③或未就吸菸區設有明顯的標示或是其面積大於法定面積者，處新臺幣 1 萬元以上 5 萬元以下罰鍰，並令限期改正；屆期未改正者，得按次連續處罰。

5-1-2 若屬「古蹟」類型之場所

依據衛生福利部國民健康署 2008(民國 97)年 10 月 7 日國健教字第 0970700636 號函示：「三、有關將『古蹟』統一公告指定為本法第 15 條第 1 項第 13 款之場所乙節，依文化資產保存法第 3 條第 1 款，所謂『古蹟、歷史建築、聚落』係指人類為生活需要所營建之具有歷史、文化價值之建造物及附屬設施群，依上述定義，不僅古蹟本身之態樣多元，且所在之場所更是各異，例如：臺北縣『林家花園』、苗栗縣『龍騰斷橋』、屏東縣『古戰場遺跡』。故是否由中央主管機關公告為禁菸場所，宜就該場所是否具通案性予以考量，次依地方制度法第 18 條第 4 款、第 9 款及第 19 條第 4 款、第 9 款規定，關於文化資產保存事項及衛生管理事項，係屬地方自治事項，宜由各地方政府依其法定職權辦理並執行。」惟依據菸害防制法的立法基礎在於：基於保障多數人民的健康權的前提下，權衡吸菸者人權及不吸菸的健康權，又科學實證也指出「沒有無害的二手菸」，「菸」不只對吸菸者本身健康造成危害，燃燒不完全的二手菸甚至比一手菸對人體健康傷害更大，且實施室內公共場所全面禁菸，將與國際無菸環境接軌、更能具體展現臺灣公共衛生的水準。又其立法理由，禁止吸菸之場所主要目的有二，第一為維護國民健康，必須防止於空氣不流通、人員密集處二手菸害之發生；第二為防止未成年人過份暴露於吸菸環境之中，而增加未成年人吸菸之誘因。故遵行菸害防制法之規定，亦是對菸害防制法尊重的展現。

(一)展示方式：

目前並無相關法規規定，惟只要非為吸菸（擴大菸害）之意圖、促銷菸品或為菸品廣告（例如菸商名稱、商標等等）、未直接或間接達到對一般消費者促進菸品消費或使用之目的或效果，在不影響菸害防制法立法目的的範圍內，並事先向主管機關報備，則非法律所禁止。惟是否有直接或間接達到對一般消費者處禁菸品消費或使用之目的或效果，屬個案認定，可向衛生福利部國民健康署函請詢問。

(二)宣傳媒介：

目前亦無相關法規規定，惟只要非為吸菸（擴大菸害）之意圖、促銷菸品或為菸品廣告（例如菸商名稱或商標等等）、未直接或間接達到對一般消費者促進菸品消費或使用之目的或效果，在不影響菸害防制法立法目的的範圍內，並事先向主管機關報備，則非法律所禁止。惟是否有直接或間接達到對一般消費者處禁菸品消費或使用之目的或效果，屬個案認定，可向衛生福利部國民健康署函請詢問。

(三)文創商品：

依據菸害防制法之立法要旨觀之，文創商品不以菸品類為文創商品較為妥。惟若要販售菸品，雖然菸品販售部分係財政部主管之菸酒管理法範疇，惟依據菸酒管理法第 30、36 條之規定，菸之販賣、廣告或促銷限制，依菸害防制法之相關規定。

依據菸害防制法第 5 條之規定，對消費者販賣菸品不得以下列方式為之：一、自動販賣、郵購、電子購物或其他無法辨識消費者年齡之方式。二、開放式貨架等可由消費者直接取得且無法辨識年齡之方式。三、每一販賣單位以少於二十支及其內容物淨重低於十五公克之包裝方式。但雪茄不在此限。

衛生福利部（當時稱為「行政院衛生署」）於 2008(民國 97)年 6 月 23 日依據菸害防制法第 10 條第 2 項之規定，訂定「販賣菸品場所標示及展示管理辦法」，全文共 9 條，主要規定有：

第 2 條規定，於販賣菸品場所（以下簡稱販賣場所）展示菸品、菸品容器或其外觀、顏色、大小或材質近似菸品容器之包裝盒、罐、圖像或其他物品者（以下簡稱菸品展示），適用本辦法之規定。

第 3 條規定，販賣場所應於明顯處以中文或通用符號標示下列意旨之警示文字，且其字體不得小於長寬各三公分：

- (一)吸菸有害健康。
- (二)免費戒菸專線 0800-636363。
- (三)本場所不供應菸品予未滿十八歲者。
- (四)未滿十八歲者，不得吸菸。
- (五)不得強迫、誘使孕婦吸菸。（第 1 項）

前項與附圖或任一菸品容器之健康警示圖文合併標示。（第 2 項）

前二項警示圖文，應固定附著於菸品展示處，使消費者清楚可見，且不得以任何方式移動或遮蓋。（第 3 項）

第 4 條規定之菸品展示方式如下：

- (一)菸品展示應距離地面一點三公尺以上，且距離結帳櫃檯二公尺以上。但於服務人員之櫃檯後方為菸品展示者，不在此限。
- (二)同一販賣場所之菸品展示總面積不得超過二平方公尺。
- (三)同一品項之菸品展示，以所販賣最小單位菸品之最大表面為限。
- (四)菸品展示以不正對販賣場所外之不特定人為限。但菸品展示正面距場所外部二公尺以上者，不在此限。
- (五)所展示菸品容器之健康警示應使消費者能清楚辨識。

營業面積小於六平方公尺或為固定式攤販之販賣場所，不適用前項第一款之規定。

第 6 條規定，第 4 條第 1 項第 2 款之總面積，計算方式如下：

- (一)同一平面之菸品展示面面積，以距離最遠之二單位為對角線所形成之四方形計算之，該平面範圍內未展示之空間不得扣除之。
- (二)菸品展示面如有多個平面者，應依前款計算方式，加總計算之；如非平面者，應以總表面積計算。
- (三)紙菸以外之菸品如存放於防潮器具中展示者，該防潮器具之展示面應依前二款方式，加總計算之。

第 8 條規定，販賣場所不得以電子螢幕、動畫、移動式背景、聲音、氣味、燈光或其他引人注意之方式為菸品展示。

又菸害防制法第 9 條就促銷菸品或為菸品廣告做了限制。販賣菸品者若違反該條規定，依同法第 26 條第 3 項處新臺幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰，並按次連續處罰。第 9 條規定如下，促銷菸品或為菸品廣告（係指以任何形式之商業宣傳、促銷、建議或行動，其直接或間接之目的或效果在於對不特定之消費者推銷或促進菸品使用。），不得以下列方式為之：

- (1)以廣播、電視、電影片、錄影物、電子訊號、電腦網路、報紙、雜誌、看板、海報、單張、通知、通告、說明書、樣品、招貼、展示或其他文字、圖畫、物品或電磁紀錄物為宣傳。
- (2)以採訪、報導介紹菸品或假借他人名義之方式為宣傳。
- (3)以折扣方式銷售菸品或以其他物品作為銷售菸品之贈品或獎品。
- (4)以菸品作為銷售物品、活動之贈品或獎品。
- (5)以菸品與其他物品包裹一起銷售。
- (6)以單支、散裝或包裝之方式分發或兜售。
- (7)利用與菸品品牌名稱或商標相同或近似之商品為宣傳。
- (8)以茶會、餐會、說明會、品嚐會、演唱會、演講會、體育或公益等活動，或其他類似方式為宣傳。

其他經中央主管機關公告禁止之方式。

依據衛生福利部國民健康署於中華民國 99 年 10 月 4 日署授國字第 0990700968 號函表示：「促銷菸品或為菸品廣告,禁止以下列方式為之：一、以可拆成二包以上之菸品容器且各單包內容物少於二十單位（如支、袋、錠、片或芯等）之包裝方式銷售菸品。但雪茄不在此限。二、販賣菸品場所陳列展示之菸品品項，大於該場所菸品之最小販賣單位。三、以明示或重新組裝等其他方式,提示消費者特定品項之菸品單價較一般市場價格為低。四、以多層次傳銷方式促銷菸品。」

同法第 10 條第 1 項亦規定，販賣菸品之場所，應於明顯處標示第六條第二項、第十二條第一項及第十三條意旨之警示圖文（菸品容器最大外表正反面積明顯位置處，應以中文標示吸菸有害健康之警示圖文與戒菸相關資訊；其標示面積不得小於該面積百分之三十五；未滿十八歲者，不得吸菸；任何人不得供應菸品予未滿十八歲者，亦不得強迫、引誘或以其他

方式使孕婦吸菸)；菸品或菸品容器之展示，應以使消費者獲知菸品品牌及價格之必要者為限。第 11 條規定，營業場所不得為促銷或營利目的免費供應菸品。場所所有人、負責人或管理人違反第 10 條第項規定者，處新臺幣 1 萬元以上 5 萬元以下罰鍰，並得按次連續處罰；違反第 11 條規定者，處新臺幣 2 千元以上 1 萬元以下罰鍰。

至於除菸品類以外之文創商品，則依衛生福利部國民健康署於民國 103 年 11 月 11 日國健教字第 1039906918 函示：「二、為全面防制菸害，避免未成年人將形似菸品之任何物品，作為模仿吸菸情狀之工具，進而養成吸食菸品之習慣。菸害防制法第 14 條明定，任何人不得製造、輸入或販賣菸品形狀之糖果、點心、玩具或其他任何物品。違反者，依同法第 30 條規定，對製造、輸入業者，處新臺幣萬元以上 5 萬元以下罰鍰，並令限期回收；對販賣業者，處新臺幣 1 千元以上 3 千元以下罰鍰。三、上開規定所稱「菸品形狀」，非指任何具長條形狀外觀之物品即屬之，而係該物品足令未成年人於認知上產生可作為模仿菸品之混淆。……」故，只要該文創商品不會讓未成年人於認知上產生可作為模仿菸品之混淆，即可販售。

5-1-3 尋求贊助商方面

依據衛生福利部國民健康署於 2013(民國 102)年 6 月 10 日國健教字第 1029902388 號函：「二、按菸害防制法(以下稱本法)第 2 條第 5 款規定：『菸品贊助，指對任何事件、活動或個人採取任何形式之捐助，其直接或間接之目的或效果在於對不特定之消費者推銷或促進菸品使用。』故菸品贊助屬促銷菸品之行為，而為本法所禁止。三、次按本法第 9 條第 8 款規定，禁止以茶會、餐會、說明會、品嚐會、演唱會、演講會、體育或公益等活動，或其他類似方式為促銷菸品或為菸品廣告，其立法意旨係為杜絕以假借公開聚會、公眾活動、舉辦試抽或贊助公益活動等方式，進行菸品宣傳行銷或藉以提升吸菸形象，直接或間接達到菸品廣告之目的，且此類活動的參與，將淡化消費者對於菸害的疑慮，也有違促進健康之宗旨。四、查所附 2013 高雄春天藝術節 KSAF(Kaohsiung Spring Art Festival)活動文宣，雖未出現○○○○公司之任何菸品商標、產品圖案或文字，惟該公司為 Mild Seven、Camel、Winston 等多項品牌之菸品業者，且其知名商品皆為菸品，因此該公司之商標或商業識別標誌出現在政府舉辦之藝文活動贊助商欄位，將可增加該公司曝光率、並提升其企業形象，進而增加民眾對其產品之認同感及購買意願，故其贊助行為，已直接或間接造成菸品宣傳行銷或提升吸菸形象之結果，涉有違反本法第 9 條第 8 款規定。」又同年 10 月 11 日國健菸字 1029911263 號函：「三、查傑○○公司(JTI)係以菸為主要業務，為全球前 5 大菸草公司，且產品於國內菸品市占率及知曉度高，雖僅露出「JTI」商標，然得藉由贊助財團○○基金會辦理「不老夢想圓夢列車」計畫，透過大量媒體露出贊助之訊息(除 3 大報外，尚包括電視、電影、網路及遠見雜誌等)，策略性的將其商標有計畫的透過文字報導，以明顯的方式將公司商標，呈现在媒體內容，將可增加該公司曝光率、並提升其企業形象，進而增加民眾對其好感與對產品之認同感及購買意願，故其贊助行為，已直接或間接造成菸品宣傳行銷或提升吸菸形象之結果，涉有違反本法第 9 條第 8 款規定。」故，尋求贊助商是可以被允許的，惟若尋得之贊助商係為菸品製造商、菸品進口商或菸品販賣商，則其公司名稱、商標等，一切足知其係從事與菸品製造、進口、販售相關的文字、圖畫等等均不能出現在對外之文件資料上，否則即違反菸

害防制法第 9 條第 8 款之規定。

由「國際無菸」的普世認知及菸害防制法的立法基礎和立法理由可知，之後菸害防制法的相關規定之制定，將會愈趨嚴格，但我相信在基於介紹菸品專賣史、菸葉種植技術史，及其對於臺灣經濟發展的歷史價值，菸品類的博物館及古蹟，是有值得被記憶的價值及空間的！

