

臺灣桃園地方法院民事簡易判決

113年度壜簡字第27號

原告

即反訴被告 網羅媒體行銷有限公司

法定代理人 蔡瑞勳

訴訟代理人 王庭祐

被告

即反訴原告 星米整合行銷有限公司

法定代理人 林永柏

訴訟代理人 何皓元律師

上列當事人間請求返還服務費事件，本院於民國113年10月17日
言詞辯論終結，判決如下：

主 文

一、原告之訴駁回。

二、本訴訴訟費用由原告負擔。

三、反訴原告之訴及假執行之聲請均駁回。

四、反訴訴訟費用由反訴原告負擔。

事實及理由

壹、程序部分：

按被告於言詞辯論終結前，得在本訴繫屬之法院，對於原告及就訴訟標的必須合一確定之人提起反訴；反訴之標的與本訴之標的及其防禦方法相牽連者，得提起反訴，民事訴訟法第259條、第260條第1項定有明文。經查，本訴原告與反訴原告主張之訴訟標的均係由同一契約所生(詳如後述)，而兩造間之主要攻擊防禦方法亦為該契約權利義務認定之問題，是其反訴之標的與本訴之標的及其防禦方法有牽連關係，彼此間之請求有重大關連，且其提起反訴乃循上揭法律規定所為，自為法之所許。

貳、本訴部分：

01 一、原告主張：

02 (一)兩造於民國111年5月4日簽訂「系統製作及維護專案合約
03 書」及「星米分潤商城系統租賃合約書」(下合稱系爭合約
04 A)，約定由被告為原告製作阿米巴分潤商城系統網站及系統
05 (下稱系爭網站系統)，報酬新臺幣(下同)28萬8000元，並於
06 系爭網站系統製作完成後，再由原告向被告承租，原告並於
07 同年5月6日給付第1期訂金即14萬4000元予被告。嗣因被告
08 工作進度遲延及系爭網站系統部分項目不符原告需求，兩造
09 遂調整部分系統功能、租賃期間及總價調整為19萬4000元後
10 (含已支付之14萬4000元及尾款5萬元)，於111年7月12日再
11 變更契約簽訂「星米分潤商城系統租賃合約書」(下稱系爭
12 合約B)。而被告雖分別於同年8月10日、8月18日將其所製作
13 之系爭網站系統開通、客製化功能交付予原告，惟經原告檢
14 視後發現系爭網站系統有部分功能不完整、與約定品質不符
15 之瑕疵等情，通知被告後雙方數度進行系統教學與反饋。豈
16 料迄至同年12月5日系爭網站系統驗收檢測暨教育訓練期
17 日，系爭網站系統仍存有如附表所示部分功能不完整、與系
18 爭合約B所約定之品質不符之瑕疵等情(下稱系爭瑕疵)。

19 (二)然經原告多次催告被告補正系爭瑕疵，被告態度漸趨消極，
20 最後竟以系爭網站系統已依約完工為由，拒絕再為修補。嗣
21 經調解，雙方最後達成合意，和解內容為(略以)：「1. 免除
22 原告給付尾款5萬元之義務；2. 系爭網站系統讓原告再使用1
23 年；3. 原告不再追究系爭瑕疵(下稱系爭和解契約)」，詎料
24 被告事後拒不承認及履行系爭和解契約。原告遂依民法第49
25 4條規定，以存證信函通知被告解除系爭合約B，並依民法第
26 259條第2款規定要求被告返還上開已交付之報酬14萬4000元
27 及自受領時起算之利息。並聲明：被告應給付原告14萬4000
28 元，及自111年5月7日起至清償日止，按年利率5%計算之利
29 息。

30 二、被告則以：

31 (一)緣兩造前於111年5月4日簽訂系爭合約A，約定由被告為原告

承攬製作系爭網站系統，報酬為28萬8000元，原告隨後並交付第1期訂金即14萬4000元予被告。嗣被告依系爭合約A之約定，將製作完成之系統前、後台連結、最高權限帳號、密碼等資料交付予原告，惟原告於收受後卻提出非屬系爭合約A所約定範圍內之其他功能需求，經被告額外報價後遭原告拒絕，兩造遂合意調整原系爭網站系統內容後，於同年7月12日再簽訂系爭合約B。嗣被告依系爭合約B所約定之系統功能及範圍，於同年8月11日將系爭網站系統建置完成，並將系統使用權限交付原告暨完成教學，原告並持續使用系爭網站系統至112年8月28日(即租期屆滿之日)，是被告既已依約完成承攬工作(即將系爭網站系統建置完成並交付予原告)，且系爭合約B於期滿前亦經被告表示期滿不再續約，原告自無從解除該約。

(二)對於原告主張之系爭瑕疵，分述如下：

1. 廣告積分無法於會員間互轉部分：

原告誤將廣告積分與紅利點數混為一談，兩者為不同項目，且原告直至111年12月5日系爭網站系統驗收檢測暨教育訓練期日始提出有廣告積分需要於會員間互轉之需求，事後並經被告向原告說明此部分要求非屬系爭合約B所約定之範圍，尚需客製及另外報價，是此部分難認屬系爭網站系統之瑕疵。

2. 紅利點數無法使用一鍵隱藏功能部分：

原告誤將廣告積分與紅利點數混為一談，前已述及，是紅利點數自無如同廣告積分般可使用一鍵隱藏功能，且原告直至111年12月5日系爭網站系統驗收檢測暨教育訓練期日始提出有紅利點數需要有一鍵隱藏功能之需求，被告當時即回復原告得透過系爭網站系統內「商城專區〉商品資訊〉贈送紅利點數〉紅利點數填0」之方式將紅利點數隱藏，足以佐證原告上開要求並非系爭合約B所約定之範圍。

3. 數位名片與商品上架於編輯送出前無法預覽部分：

原告雖以各大商城(如蝦皮、momo、PChome等賣場)系統之商

品頁面，於商品上架均有編輯送出前可預覽之功能為由，主張系爭網站系統未有該功能，而存有未達通常使用瑕疵。然業界亦有其他知名平台(如QMD、統一Pay Uni、綠界EC Pay等平台)未有上開功能，且系爭網站系統雖未有預覽功能，然商品上架後資訊、數位電子名片等如需做調整，係可於後台為及時修正，自不影響使用，況上開大型商城之系統製作費用甚鉅，自非本件所能比擬。

4. 電腦版之商城無法以快速登入方式登入部分：

(1)系爭合約B中就電腦版會員登入之功能敘述欄中已載明

「使用LINE快速登入，可掃描LINE QRcode登入或輸入LINE帳號登入」，是電腦版會員登入既已約定需另以手機版LINE掃描LINE QRcode或輸入LINE帳號方式始得完成，而系爭網站系統確實可以上開方式登入，自無存有欠卻約定品質之瑕疵。

(2)至於原告主張系爭網站系統電腦版會員登入後，欠缺如手機版會員登入有綁定上下線功能部分等語，然系爭合約B並未載明電腦版會員登入可達到如手機版般之相同功能，此係原告自行將契約內容擴張解釋至雙方所未約定之電腦版會員登入操作範圍，原告此部分主張實屬無據。

5. 商品頁面底端無法點擊將商品加入購物車部分：

原告就此部分功能欠缺有違網路銷售系統之一般性功能一節，應負舉證責任。且實際上，系爭網站系統可透過「登入會員>商城>點選商品>進入商品頁後，加入購物車按鈕」達到相同成果，是原告此部分主張是否可採，不無疑問。

6. 分潤明細報表無法顯示明細部分：

(1)原告如主張此部分屬欠缺約定品質之瑕疵，則應由原告負舉證責任。

(2)原告若主張此部分屬不符通常使用之瑕疵，則因會員無後台之帳號密碼，其等自無從查看，然系統經營者係可自後台查看分潤明細表，是原告此部分所指，應有誤會。

7. 是以，系爭瑕疵均難認屬系爭合約B所約定之範圍或系爭網

01 站系統所應具備之功能，遑論認為被告對此有製作之瑕疵。

02 (三)至於原告主張被告拒不履行系爭和解契約一節，然系爭和解
03 契約僅係草寫和解意向，其上並未蓋有兩造公司之大小章，
04 自不拘束兩造，且兩造嗣後雖有以系爭和解契約為和解意向
05 多次溝通，但原告卻無故拖延，遲未於修改後之和解契約用
06 印，嗣經被告以存證信函撤回原欲在和解契約上簽約之意思
07 表示，是兩造間並未存有任何和解契約等語，資為抗辯。並
08 聲明：原告之訴駁回。

09 三、兩造不爭執事項(本院卷第224頁反面至225頁反面，本院依
10 判決格式調整文字)：

11 (一)兩造於111年5月4日簽定系統合約A(見本院卷第8至13頁反
12 面)。

13 (二)原告於111年5月7日匯款訂金14萬4000元予被告(見本院卷第
14 21頁)。

15 (三)兩造於111年7月12日合意變更系統合約A內容後，另簽定系
16 統合約B取代系統合約A，並約定費用減為19萬4000元，原告
17 尚有5萬元尾款未支付(見本院卷第14至20頁反面)。

18 (四)系爭合約B為承攬與租賃之混合契約，系統製作及維護是承
19 攬，系統製作完交付後為租賃關係(111年7月11日至112年8
20 月28日，租用被告所開發之網頁)，19萬4000元為承攬報
21 酬。

22 (五)被告已完成系爭網站系統製作，兩造並於111年8月11日、18
23 日、23日進行驗收的程序。

24 (六)原告委託被告所設計之系爭網站系統，係購物網站加上會員
25 推廣的網站，於網站中有買東西的人也可以透過分享給他
26 人，有分享成功會有一定的分潤獎勵給分享人，類似蝦皮的
27 商城，但是會員只能賣原告所提供的商品，賣出後可以分
28 潤，另外會員也可以進行產品的推廣，性質上類似直銷。

29 (七)被告於112年8月23日對原告寄發存證信函，催告原告給付尾
30 款5萬元，並表示期滿後不再續約等語，並於同年月24日送
31 達被告(見本院卷第64至67頁)。

- 01 (八)原告於112年9月26日以存證信函催告被告於7日內修補系爭
02 瑕疵，並於同年月27日送達被告(見本院卷第22至25頁)。
- 03 (九)原告於112年10月11日對被告寄發存證信函，表示解除系爭
04 合約B，並已送達被告(見本院卷第26頁反面)。
- 05 (十)兩造曾於112年3月29日於台中市北屯區調解委員會調解，且
06 草擬手寫和解書，並由甲○○、乙○○在和解書上簽名(見
07 本院卷第69頁)。
- 08 (十一)被告所開發設計之網頁「廣告積分無法於會員間互轉」、
09 「紅利點數無法一鍵隱藏」、「數位名片與商品上架編輯
10 送出前無法預覽」。
- 11 (十二)被告所開發設計之網頁可以電腦版之LINE登錄會員帳號。
12 電腦版登入後未具備與手機版登入有相同之綁定上下線功
13 能。
- 14 (十三)被告所開發設計之網頁，商品頁底端無法點擊將商品加入
15 購物車，但可透過「登入會員>商城>點選商品>進入網
16 頁」路徑後，以加入購物車按鈕達到加入購物車結果。
- 17 (十四)被告設計之分潤系統，系統平台管理者於系統後台可在
18 「資訊報表」中之「分潤明細報表」查看分潤明細報表，
19 但推廣會員無法得知自己獲得之分潤、來源及其明細為
20 何。

21 四、本件之爭點：

- 22 (一)被告設計之網頁是否有原告主張之系爭瑕疵？
- 23 (二)原告主張解除契約並請求返還已支付之報酬14萬4000元，有
24 無理由？

25 五、得心證之理由：

- 26 (一)被告設計之網頁是否有原告主張之系爭瑕疵？

- 27 1. 按承攬人完成工作，應使其具備約定之品質及無減少或減失
28 價值或不適於通常或約定使用之瑕疵；工作有瑕疵者，定作
29 人得定相當期限，請求承攬人修補之。承攬人不於前項期限
30 內修補者，定作人得自行修補，並得向承攬人請求償還修補
31 必要之費用。如修補所需費用過鉅者，承攬人得拒絕修補，

01 前項規定，不適用之，民法第492條、第493條分別定有明
02 文。而定作人主張工作有瑕疵，請求承攬人負瑕疵擔保責任
03 者，須舉證證明工作有瑕疵之事實，所謂瑕疵，係指存在於
04 工作物之缺點而言，凡依通常交易觀念，或依當事人之決
05 定，認為工作物應具備之價值、效用或品質而不具備者，即
06 足當之。（最高法院73年台上字第1173號、105年度台上字
07 第1257號民事判決意旨參照）。

08 2. 廣告積分無法於會員間互轉部分：

09 (1)原告主張被告製作之系爭網站系統，具有「廣告積分無法
10 於會員間互轉」之約定品質瑕疵等語，而被告固不否認有
11 「廣告積分無法於會員間互轉」之情形，惟辯稱此非屬系
12 爭合約B所約定之內容，故不構成瑕疵。故此部分應審酌
13 者即為「廣告積分於會員可互轉」是否屬於系爭合約B約
14 定之內容。

15 (2)經查，觀諸系爭合約B之系爭網站系統後台功能規格表，
16 「會員專區>功能說明」欄記載「管理會員資料、查看點
17 數明細、會員資料匯出。企業可在會員中心首頁當廣告版
18 面使用，上傳圖片與文字介紹。1. 會員資料、2. 會員首頁
19 設定、3. 點數管理、4. 會員資料匯出」（見本院卷第14頁
20 反面），並未詳細記載該功能所謂「點數」究竟係指何種
21 點數。而參以系爭合約B之網羅媒體客製功能文件，會員
22 中心頁之「1. 我得紅利查詢>1-1獲得紅利紀錄：點數類
23 別、訂單ID、點數值...」欄位，所例示之獲得點數資料
24 之點數類別為「廣告獎勵積分」（見本院卷第17頁）；另
25 「2. 我得積分查詢>2-1獲得積分紀錄：點數類別、訂單I
26 D、點數值...」欄位，所例示之獲得點數資料之點數類別
27 亦為「廣告獎勵積分」（見本院卷第17頁反面），顯見該文
28 件係將「廣告獎勵積分」作為會員點數之一種。再參同一
29 份功能規格表於「主機規格說明>商品專區」欄記載「1.
30 最多可直紅利點數設定... b. 廣告積分+最多可折抵紅利點
31 數，不能大於商品售價」（見本院卷第15頁反面），亦是使

01 用「紅利點數」與「會員積分」不同用語，而非使用會員
02 點數表示「紅利點數」，由此可知系爭合約書B會員專區
03 所稱之會員點數包含為紅利(經由消費獲得)及廣告獎勵積
04 分點數(經由推播廣告獲得)2種。

05 (3)次查，系爭合約B之系爭網站系統功能規格表，「會員專
06 區>備註」欄記載「...*超強功能*...2. 會員點數互
07 轉...」，可見系爭合約B已約定被告製作之系爭網站系統
08 需具有會員點數可互轉之約定功能，而系爭合約B會員專
09 區所稱之會員點數應包含紅利及廣告獎勵積分點數，已如
10 前述。故上開備註欄既係約定需具備「會員點數互轉」功
11 能，又未特別約定排除廣告獎勵積分點數，則「會員點數
12 互轉」功能自應包含廣告獎勵積分點數。而被告亦不否認
13 系爭網站系統有「廣告積分無法於會員間互轉」之情形，
14 則原告主張被告所製作之系爭網站系統不具有「廣告積分
15 無法於會員間互轉」之約定品質瑕疵，堪已採信。

16 (4)至被告雖辯稱原告所稱廣告積分，實係設定於系爭合約B
17 所約定系統中經營者管理後台介面內「紅利點數管理」項
18 目內，與約定於前台客製化客戶介面中之「積分管理」，
19 所稱之「紅利點數」、「廣告積分」兩者不僅名稱相異，
20 操作介面亦有前、後台不同之差異，取得來源及用途、目
21 的均為不同等語。惟系爭合約B之系爭網站系統後台功能
22 規格表僅泛稱會員點數，並無被告所稱之情形，而前台客
23 製化客戶介面中之雖區分為「紅利查詢」及「積分查
24 詢」，但內容均以「點數」相稱，故可知系爭合約B中
25 「紅利點數」、「廣告積分」雖為兩種不同之來源及用
26 途、目的，但均屬系爭合約B中所謂「會員點數」。另被
27 告辯稱原告於111年8月11日、18日、23日進行系統教育訓
28 練時未提及此需求，直至同年12月5日才提出此需求，被
29 告員工亦向原告員工說明當初約定兩者適用機制不同，且
30 有向原告表明此需求需另客製化項目等語，並提出兩造員
31 工對話紀錄為證(見本院卷第137至141頁)。然該對話紀錄

01 僅能證明原告員工於測試後向被告提出此部分待確認項
02 目，被告員工則於確認後向原告員工做說明等情，而是否
03 有約定需具備「廣告積分於會員可互轉」功能，仍應回歸
04 系爭合約B之約定為何。

05 3. 紅利點數無法使用一鍵隱藏功能：

06 (1)原告主張系爭合約B載明「會員專區」裡的「點數管理」
07 設有「一鍵隱藏點數」功能，然被告製作之系爭網站系
08 統，僅能選擇隱藏積分點數，並無法隱藏紅利點數，故系
09 爭網站系統存有瑕疵等語。惟為被告所否認，並以前揭情
10 詞置辯。

11 (2)經查，原告固主張系爭合約B有約定製作之系統需有「一
12 鍵隱藏點數」功能等語。惟觀諸原告提出之系爭合約B(含
13 功能規格表、報價單、客製功能、分潤機制說明)等文件
14 (見本院卷第14至20頁)，均未見有約定「一鍵隱藏點數」
15 之隻字片語，原告復未提出其他證據資料證明有此約定，
16 則原告此部分之主張，並不可採。故系爭合約B既未約定
17 製作之系統需有「一鍵隱藏點數」功能，則系爭網站系統
18 縱有紅利點數無法使用一鍵隱藏功能之情形，亦難認有瑕
19 疵。

20 4. 數位名片與商品上架於編輯送出前無法預覽：

21 (1)原告主張系爭網站系統之數位名片及商品公開上架前，無
22 法提供預覽，導致每次編輯完成、上架商品都須先將商品
23 公開上架後，才能檢視編輯內容是否有誤或符合預期，而
24 各大商城系統均有提供預覽功能，是預覽功能應為此類系
25 統所應具備之通常功能，故系爭網站系統存有通常使用瑕
26 疵等語，並提出蝦皮、MOMO、PChome、waca、cyberbiz賣
27 場商品上架教學網頁為證(見本院卷第95至125頁)。而觀
28 諸原告提出上開各大商城上架教學網頁資料，均顯示賣家
29 於上架商品前可預覽商品上架資料，並可於上架前即時修
30 改。而參以我國近年因網站標錯賣價所發生之爭議屢見不
31 鮮，可見商品上架前之就販售內容及標價之再次確認，對

於賣家至為重要，而商城賣家於上架前如可藉有預覽商品上架功能，再次確認上架內容及標價，自可減少上架內容錯誤之情形發生，具有保障交易安全之功用，故上述各大賣場上架前均有預覽功能，此應屬商城網站系統於交易上之重要及必要功能。而被告亦不否認系爭網站系統未具有預覽功能，則堪認原告主張系爭網站系統，有未達通常使用之瑕疵，應堪認定。

(2)至被告辯稱業界亦有其他知名平台未有上開功能，且商品上架後資訊、數位電子名片等如需做調整，係可於後台為及時修正，自不影響使用等語。惟被告所提出之平台資料與原告所提出之相比，於我國人民之使用率及知名度均較低，且編輯預覽功能，既經本院認定屬商城網站系統維護交易安全之必要及重要功能，自不能因其他平台之網站無此功能，即認編輯預覽功能不屬於商城網站系統所應具備之維護交易安全之通常功能。

5. 電腦版之商城無法以快速登入方式登入：

(1)原告主張系爭網站系統如以電腦版LINE登入，無法如同手機版般具有內鏈串接綁定上下線關係功能(屬系爭網站系統之核心功能)，尚需另透過手機綁定操作，此即喪失電腦版登入功能之意義，系爭網站系統具有約定品質瑕疵等語。被告則以前詞置辯。

(2)經查，系爭合約B客製功能表之功能敘述欄中係載明「使用LINE快速登入，可掃描LINE QRcode登入或輸入LINE帳號登入」等語(見本院卷第17頁)，而原告亦不爭執系爭網站系統確實可以上開方式登入，堪認系爭網站系統並無電腦版之商城無法以快速登入之情形。至原告雖主張電腦版會員登入欠缺如手機版會員登入般有綁定上下線功能部分等語。然查，系爭合約B客製功能表並未特別約定、載明電腦版會員登入可達到如手機版般之相同功能，而電腦與手機之作業系統、運作方式本即不同，系爭合約B就原告此部分要求，並無特別約定，則難認系爭網站系統有原告

01 所主張之欠缺約定品質之瑕疵。

02 6. 商品頁面底端無法點擊將商品加入購物車：

03 原告固主張系爭網站系統中會員上架之商品銷售頁面底部無
04 「加入購物車」按鈕，導致消費者瀏覽商品至頁面底端而欲
05 購買時，無法直接該商品加入購物車，有違網路銷售系統之
06 一般性功能，故系爭網站系統存有通常使用瑕疵等語。惟
07 查，原告固主張商品頁面有「加入購物車」按鈕為網路銷售
08 系統之一般性功能，然未提出任何證據證明。而原告就系爭
09 網站系統可透過「登入會員>商城>點選商品>進入網頁」路
10 徑後，以加入購物車按鈕達到加入購物車結果乙節，亦不爭
11 執。可知系爭網站系統縱使無原告所主張之功能，消費者仍
12 可於瀏覽商品後，加入購物車結帳，並未減損系爭網站系統
13 購物之功能，故原告以此主張系爭網站系統存有通常使用瑕
14 疵，應屬無據。

15 7. 分潤明細報表無法顯示明細：

16 (1)原告主張系爭網站系統中會員無法查看分潤明細報表導致
17 其等無從得知所獲分潤(來源及明細)，僅能被動得知分潤
18 總額，是分潤明細報表固可由系統管理者由後台查看，然
19 仍與系統分潤制度有違，而屬欠缺通常使用之瑕疵等語，
20 被告則以前詞置辯。

21 (2)經查，原告固主張系爭網站系統中會員無法得知自己獲得
22 之分潤、來源及其明細為何，欠缺通常使用之瑕疵，然未
23 提出證據證明此功能屬分潤網站系統應具備之通常功能。
24 而系統平台管理者仍可於系統後台「資訊報表」中之「分
25 潤明細報表」查看分潤明細報表，此為兩造所不爭執，故
26 系爭網站系統並非完全無法觀看分潤報表，只是因為網站
27 權限之原因，僅有系統管理者可看到分潤報表，故未下放
28 會員查看權限，並不會導致系爭網站系統無法正常使用，
29 自難認有原告所主張通常使用之瑕疵。

30 (二)原告主張解除契約並請求返還已支付之報酬14萬4000元，有
31 無理由？

01 1、按承攬人不於前條第1項所定期限內修補瑕疵，或依前條第
02 3項之規定拒絕修補或其瑕疵不能修補者，定作人得解除契
03 約或請求減少報酬。但瑕疵非重要，或所承攬之工作為建
04 築物或其他土地上之工作物者，定作人不得解除契約，民
05 法第494條定有明文。而該條文但書規定瑕疵非重要時不得
06 解除契約，尋繹其立法係源於誠信原則而設，慮及承攬人
07 就已完工之工作必已投入相當之勞力、時間、費用成本，
08 若率然賦予定作人解除契約之權利，承攬人之權益無法得
09 良善保障，將失之公允，則為兼顧定作人權益及維護社會
10 公益之立法本旨，上開規範乃限制定作人解除權行使，應
11 認依承攬之情形，解除契約顯失公平者，為兼顧雙方當事
12 人之利益，定作人僅得請求減少報酬，以免承攬人因此受
13 有重大損失。

14 2、經查，被告所製作之系爭網站系統具有廣告積分無法於會
15 員間互轉、數位名片與商品上架於編輯送出前無法預覽等
16 瑕疵，業經本院認定如前。而原告雖就上述瑕疵已於112年
17 9月26日以存證信函催告被告於7日內修補系爭瑕疵，並於
18 同年月27日送達被告(見不爭執事項(八))，然被告未修補
19 上述瑕疵，原告復於112年10月11日對被告寄發存證信函，
20 表示解除系爭合約B，並已送達被告(見不爭執事項(九))。
21 惟觀諸系爭合約B相關資料可知，兩造約定由被告製作之系
22 爭網站系統有諸多功能，被告並已花費相當之勞力、時間
23 及費用製作，而系爭網站系統固然具有廣告積分無法於會
24 員間互轉、數位名片與商品上架於編輯送出前無法預覽等
25 瑕疵，該瑕疵雖會造成系爭網站系統使用上之部分限制，
26 但並未影響系爭網站系統之核心功能(見不爭執事項
27 (六))，堪認上開瑕疵就系爭網站系統而言並非重要，故非
28 屬重大瑕疵致不能達使用目的之情形，倘允許原告以此非
29 重要之瑕疵解除系爭合約B，考量被告已花費相當之勞力、
30 時間及費用恐付諸流水，應認原告解除契約顯失公平，依
31 民法第494條但書之規定，原告不得解除系爭合約B。

01 3、從而，原告解除系爭合約B既不法，業已認定如前述，原
02 告復未舉證兩造就解除系爭合約B另有特約，自不符合解約
03 後回復原狀之要件，是原告請求被告返還已給付之報酬14
04 萬4000元，自屬無據。

05 六、綜上所述，原告主張依民法第494條之規定解除契約後，依
06 民法第259條第2款規定，請求被告給付14萬4000元及自111
07 年5月7日起至清償日止，按年利率5%計算之利息，為無理
08 由，應予駁回。

09 七、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊與防禦方法及所提證據，
10 均與判決結果不生影響，不再一一論述，附此敘明。

11 八、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第78條。爰就訴訟費用部
12 分諭知如主文第2項所示。

13 參、反訴部分：

14 一、反訴原告主張：兩造前於111年5月4日簽訂系爭合約A，由反
15 訴原告向反訴被告承攬製作系爭網站系統，嗣經兩造合意調
16 整原關於系爭網站系統內容後，於同年7月12日再簽訂系爭
17 合約B，約定報酬19萬4000元(啟動金14萬4000元；驗收款即
18 尾款5萬元)，反訴被告並於同年5月6日已先給付14萬4000
19 元。而反訴原告嗣已於同年8月11日將系爭網站系統建置完
20 成，並將系統使用權限交付反訴被告暨完成教學，反訴被告
21 卻以系爭網站系統存有系爭瑕疵為由，拒絕驗收而不給付尾
22 款5萬元。然系爭瑕疵均非屬系爭合約B所約定之內容，故反
23 訴被告片面拒絕驗收之行為應類推民法第101條第1項規定，
24 視為反訴被告以不正當行為阻止清償期屆至，並視為反訴原
25 告之尾款5萬元之清償期已屆至。為此，爰依系爭合約B之法
26 律關係提起本件反訴等語，並聲明：(一)反訴被告應給付反
27 訴原告5萬元，及自112年9月1日起至清償日止，按年利率
28 5%計算之利息；(二)願供擔保，請准宣告假執行。

29 二、反訴被告則以：依民法第259條規定，契約解除時，當事人
30 雙方負有回復原狀之義務，是系爭合約B既已遭反訴被告解
31 除，反訴原告即負有將其所受領款項返還之義務，其卻反依

01 系爭合約B要求反訴被告給付尾款5萬元，實屬無據等語，資
02 以抗辯。並聲明：反訴原告之訴駁回。

03 三、得心證之理由：

04 (一)按民法所謂條件，係當事人以將來客觀上不確定事實之發生
05 與否，決定法律行為效力之發生或消滅；而期限則以確定事
06 實或時間（包括時期確定或不確定）的到來而決定該法律行
07 為的效力。倘當事人非以法律行為效力之發生繫於將來不確
08 定之事實，而僅以其履行繫於不確定之事實之到來者，則非
09 條件，應解釋為於其事實之發生時，為權利行使期限之屆至
10 （最高法院111年度台上字第616號判決參照）。

11 (二)經查，系爭合約B報價單關於付款之方式約定為：「1. 已先
12 給付合約啟動金14萬4000元。2. 程式撰寫完成及驗收完成，
13 給付報酬5萬元」（見本院卷第16頁反面）。可知就尾款5萬元
14 之給付，系以程式撰寫完成及驗收完成，作為權利行使期限
15 之屆至。而反訴原告承攬製作系爭網站系統，業經本院認定
16 有上述之瑕疵，且經反訴被告催告修補後，反訴原告未為修
17 補，自難認兩造就系爭網站系統已驗收完成，故5萬元尾款
18 給付期限尚未屆至，反訴原告請求反訴被告給付5萬元尾
19 款，應屬無據。

20 四、從而，反訴原告依系爭合約B請求被告給付尾款5萬元及自11
21 2年9月1日起至清償日止，按年利率5%計算之利息，為無理
22 由，應予駁回。反訴原告之訴既經駁回，其假執行之聲請即
23 失所附麗，應併予駁回。

24 五、本件反訴部分事證已臻明確，兩造其餘攻擊與防禦方法及所
25 提證據，均與判決結果不生影響，不再一一論述，附此敘
26 明。

27 六、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第78條，爰依職權諭知如
28 主文第4項所示。

29 中 華 民 國 113 年 11 月 28 日
30 中壢簡易庭 法 官 張博鈞

31 以上為正本係照原本作成。

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（須附繕本）。

如委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

中 華 民 國 113 年 11 月 28 日

書記官 黃建霖

附表：

編號	原告主張製作之瑕疵	說明
1	廣告積分無法於會員間互轉(屬約定品質瑕疵)	依系爭合約B可知被告將系爭網站系統中之會員點數細分為紅利(經由消費獲得)及積分點數(經由推播廣告獲得)2種，合約中「標準功能」之備註欄亦載明「會員專區」中具有「會員點數互轉」之「*超強功能*」，而系爭網站系統既將會員點數分為紅利及積分點數，故所謂「會員點數互轉」中「點數」範圍即應涵蓋紅利及積分點數，然被告交付之系爭網站系統，會員間僅能移轉紅利點數，並無法移轉積分點數，故系爭網站系統存有瑕疵。
2	紅利點數無法使用一鍵隱藏功能(屬約定品質瑕疵)	依系爭合約B載明「會員專區」裡的「點數管理」設有「一鍵隱藏點數」功能，即平台管理者可自行選擇要將商城中各商品購買後會員可獲得之會員點數公開或隱藏，而系爭網站系統將會員點數分為紅利及積分點數，已如前述，是「點數管理」中「點數」範圍即應涵蓋紅利及積分點數，兩者均可一鍵隱藏才是，然被告交付之系爭網站系統，僅能選擇隱藏積分點數，並無法隱藏紅利點數，故系爭網站系統存有瑕疵。
3	數位名片與商品上架於編輯送出前無法預覽(屬未達通常使用瑕疵)	系爭網站系統之數位名片及商品公開上架前，無法提供預覽，導致每次編輯完成、上架商品都須先將商品公開上架後，才能檢視編輯內容是否有誤或符合預期，如不符則要將商品下架重新編輯後再上架，以此循環，徒增手續。反觀各大商城系統(如蝦皮、momo、PChome等賣場)均有提供預覽功能，可在商品公開上架前，即可知悉上架後商品於賣場係如何呈現，免去上開困擾，是預覽功能應為此類系統所應具備之通常功能，故系爭網站系統存有瑕疵。
4	電腦版之商城無法以快速登入方式登入(屬約定品質瑕疵)	系爭網站系統固可以電腦版之LINE登入會員帳號，然系爭合約B於「功能敘述」欄中既無特別說明，堪認以電腦版LINE及手機登入系爭網站系統使用之系統功能理應相同。然系爭網站系統如以電腦版LINE登入，卻無法如同手機版般具有內鍵串接綁定上下線關係功能(屬系爭網站系統之核心功能)，尚需另透過手機綁定操作，此即喪失電腦版登入功能之意義，故系爭網站系統存有瑕疵。
5	商品頁面底端無法點擊將商品加入購物車(屬未達通常使用瑕疵)	會員上架之商品銷售頁面底部無「加入購物車」按鈕，導致消費者瀏覽商品至頁面底端而欲購買時，無法直接該商品加入購物車，有違網路銷售系統之一般性功能，故系爭網站系統存有瑕疵。
6	分潤明細報表無法顯示明細(屬通常使用瑕疵)	會員無法查看分潤明細報表導致其等無從得知所獲分潤(來源及明細)，僅能被動得知分潤總額，是分潤明細報表固可由系統管理者由後台查看，然仍與系統分潤制度有違，而屬欠缺通常使用之瑕疵，故系爭網站系統存有瑕疵。