

智慧財產及商業法院民事判決

111年度民公訴字第5號

原告 新加坡商旭潤有限公司

法定代理人 蔣凱薇

訴訟代理人 葉雅婷律師

被告 雨潔綠能股份有限公司

兼法定代理人 謝麗玲

被告 周瑞華

沅富興業股份有限公司

(原名：宇潔綠能股份有限公司)

兼法定代理人 聶佑霖

共同

訴訟代理人 黃志樑律師

上列當事人間請求公平交易法損害賠償等事件，本院於民國113年4月10日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

原告之訴及假執行之聲請均駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

甲、程序部分：

壹、按民事事件涉及外國人或外國地者，為涉外民事事件，內國法院應先確定有國際管轄權，始得受理，次依內國法之規定或概念，就爭執之法律關係予以定性後，決定應適用之法律（即準據法），而涉外民事法律適用法並無明文規定國際管轄權，應類推適用民事訴訟法之規定（最高法院98年度台上字第2259號判決意旨參照）。本件原告為依外國法設立之外國法人，具有涉外因素，為涉外民事事件；原告主張被告在我國境內侵害其商標權，則應定性為侵害商標權事件，應類推民事訴訟法第15條第1項規定，以侵權行為地之我國法院有國際管轄權。再者，依商標法所保護之智慧財產權益所生之第一、二審民事訴訟事件，智慧財產法院有管轄權，智慧

財產及商業法院組織法第3條第1款、修正前智慧財產案件審理法第7條定有明文。是以，本院對本件涉外事件具有管轄權，並適用涉外民事法律適用法以定本件涉外事件之準據法。又按以智慧財產為標的之權利，依該權利應受保護地之法律。涉外民事法律適用法第42條第1項定有明文。本件原告主張其受我國商標法所保護之商標權受到侵害，且被告行為地在我國，故本件自應適用我國法為準據法。

貳、次按公司法於民國107年8月1日修正、同年11月1日公布施行之第4條規定：「本法所稱外國公司，謂以營利為目的，依照外國法律組織登記之公司。外國公司，於法令限制內，與中華民國公司有同一之權利能力。」，即廢除外國公司認許制度，尊重依外國法設立之外國公司於其本國取得法人格之既存事實，而認與我國公司具有相同權利能力。又按有權利能力者，有當事人能力，民事訴訟法第40條第1項定有明文。本件原告為依外國法律設立之外國法人，與我國公司有同一之權利能力，有當事人能力，自得為本件原告，合先敘明。

參、依現行智慧財產案件審理法（112年1月12日修正、同年8月30日施行）第75條第1項前段規定：本法112年1月12日修正之條文施行前，已繫屬於法院之智慧財產民事事件，適用本法修正施行前之規定。本件係智慧財產案件審理法修正施行前繫屬於本院，應適用修正前之規定，併此敘明。

乙、事實部分：

壹、原告主張：

一、原告係代理、銷售由Proair GmbH Geraetebau製造之「德國海豚空氣及居家清潔系統」商品（下稱系爭產品），被告雨潔綠能股份有限公司（下稱雨潔公司）係代理、銷售「Rainbow牌吸塵器」（下稱被告產品）之公司，並由被告謝麗玲擔任負責人。原告與被告雨潔公司均為販售水過濾式吸塵器之公司，且行銷方式、市場定位、商品定價等相近，在新加坡、馬來西亞、臺灣等多個國家市場均為主要同業競爭者。

01 被告沅富興業股份有限公司（下稱沅富公司）係被告雨潔公  
02 司之臺中經銷商，由被告聶佑霖擔任負責人。被告聶佑霖亦  
03 為被告雨潔公司之總監，且為被告雨潔公司官方臉書粉絲專  
04 頁（下稱雨潔粉專）管理員。被告謝麗玲、聶佑霖共同成立  
05 「德國海豚—退貨自救聯盟」臉書粉絲專頁（下稱系爭粉  
06 專），隱瞞其市場競爭者身分，謊稱為購買系爭產品後欲退  
07 貨不成之受委屈者組成自救組織，並購買假帳戶虛增粉專按  
08 讚人數，以帶網路風向之模式，自108年6月起即不斷於網路  
09 散布如附表所示之不實資訊詆毀原告產品，並挑唆原告之消  
10 費者對原告申請退費、進行申訴、透過媒體鬧事及拍攝不實  
11 之測試影片，營造原告消費糾紛纏身、銷售商品與服務低劣  
12 之不實假象，毀損原告名譽，並藉此蒐集原告客戶資訊，而  
13 接觸客戶詆毀原告及推銷被告產品，亦屬故意以背於善良風  
14 俗之方法，加損害於原告，並致原告受有營業上損失。

15 二、被告雨潔公司業務部總監周瑞華，於102年間錄製被告產品  
16 與系爭產品之比較影片（原證20，下稱系爭影片）並上傳至  
17 YouTube平台。被告周瑞華藉由被告雨潔公司提供之儀器測  
18 試上開吸塵器，不實呈現系爭產品所排放出之空氣品質不  
19 佳，而侵害原告之名譽權、信用權。

20 三、被告雨潔公司官方網站於106年10月25日發布影片貼文（原  
21 證21，下稱系爭貼文），該影片內容先以儀器測試被告產  
22 品，復以同一儀器測試系爭產品，藉由測試之數據影射被告  
23 產品能夠百分百去除pm2.5，讓空氣達到零汙染，然系爭產  
24 品卻無法，誤導消費者認為系爭產品清潔效果不如被告產  
25 品，而侵害原告商譽、名譽權。

26 四、綜上所述，被告上開侵權行為，自108年6月起至109年12月3  
27 1日為止，已造成原告受有新臺幣（下同）68,777,946元之  
28 退貨損害，且影響消費者購買意願，保守估計因此所受利益  
29 損失已高達數十億元，爰依民法第184條第1項前段及後段、  
30 第185條第1項、第188條第1項、第28條規定，請求被告雨潔  
31 公司、謝麗玲、沅富公司、聶佑霖連帶賠償財產上損害1億

元；並依民法第184條第1項前段、第185條第1項、第188條、第195條第1項前段、第28條規定，連帶賠償非財產上損害賠償300萬元；再依公平交易法第30條（違反同法第24、25條）、第31條請求被告雨潔公司、沅富公司賠償財產上損害；原告對被告雨潔公司、沅富公司基於公平交易法及基於民法侵權行為之請求，乃選擇合併關係，請擇一為有利判決。並依民法第184條第1項前段、第185條第1項、第195條第1項後段規定，請求被告雨潔公司、謝麗玲、沅富公司、聶佑霖連帶負擔費用，刊登本判決於新聞紙，以回復原告名譽之適當處分。就被告周瑞華錄製影片詆毀原告行為，依民法第184條第1項前段及後段、第185條第1項、第188條第1項、第195條第1項規定，請求被告雨潔公司、謝麗玲及周瑞華連帶賠償非財產上損害300萬元。就被告雨潔公司發布不實比較影片行為，依民法第184條第1項前段及後段、第185條第1項、第195條第1項、第28條規定，請求被告雨潔公司、謝麗玲等連帶賠償非財產上損害300萬元。並聲明：(一)被告雨潔公司、謝麗玲、沅富公司、聶佑霖應連帶給付原告1億300萬元，並自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，按年息百分之5計算之利息。(二)被告應連帶負擔費用，將本件判決以新細明體10號字體，刊登於聯合報、中國時報、自由時報全國版頭版各壹日。(三)被告雨潔公司、謝麗玲、周瑞華應連帶給付原告300萬元，並自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，按年息百分之5計算之利息。(四)被告雨潔公司、謝麗玲應連帶給付原告300萬元，並自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，按年息百分之5計算之利息。(五)聲明第一、三、四項如受有利判決，願以現金或等值之銀行可轉讓定期存單供擔保，請准宣告假執行。

貳、被告則以：

一、被告雨潔公司與銷售業務人員間，係承攬行銷契約關係，非僱傭關係，銷售業務人員以抽取業績佣金為收入，在被告雨潔公司並無任何管理公司事務之職位、權限。被告聶佑霖於

01 101年9月至104年7月、被告周瑞華於103年5月至108年1月分  
02 別為被告雨潔公司銷售業務之承攬人，此由該2人之勞保，  
03 均非以被告雨潔公司為投保單位可證。嗣被告周瑞華、聶佑  
04 霖因銷售能力甚佳，決定各自開設行銷公司，均有經銷被告  
05 雨潔公司產品，然上開2公司均係獨立公司，非被告雨潔公  
06 司之分公司或子公司。

07 二、系爭粉專並非被告謝麗玲所設立，亦不知悉系爭粉專。被告  
08 聶佑霖係開設經銷公司，經銷許多不同公司之各類產品，而  
09 被告雨潔公司產品僅係所經銷之部分產品。被告聶佑霖因工  
10 作上常接觸到系爭產品之消費者，常聽聞原告違背消費者保  
11 護法規定，而消費大眾無力單獨向原告爭取合法權益後，決  
12 定創立系爭粉專，提供消費大眾得以交流之平台，被告聶佑  
13 霖會管理該平台上不理性的謾罵，或情緒過於激烈之貼文、留  
14 言，系爭粉專之發文、留言均係消費者基於自由意志之言  
15 論，並非被告聶佑霖所唆使。被告聶佑霖從未主動聯繫受害  
16 消費者，亦未花錢來虛增粉絲人數，也未向系爭粉專上之受  
17 害消費者推薦任何產品，更無其他任何侵害原告名譽權、信  
18 用權之行為。

19 三、系爭影片係「Jack Mok外匯、黃金、期指短炒專家」於102  
20 年11月22日上傳至YouTube發布，而非被告周瑞華所製作、  
21 上傳發布，被告周瑞華因故在網路上搜尋到系爭影片，認有  
22 助向消費者銷售時，可詳細講解產品功能、使用方式、優點  
23 等資訊，而收藏該影片。又系爭影片內容，係以檢測儀檢測  
24 不同機器之排出空氣數字，影片中未作任何說明、評價，應  
25 無侵害原告名譽權、信用權。且系爭影片於6至8年前在YouT  
26 ube公開發布，眾人皆可觀看。原告應於本件起訴日起2年前  
27 就已看過該影片，故此部分已罹於時效。

28 四、系爭貼文內容係介紹網路上可購買之簡易版「居家懸浮微粒  
29 測試器」在各場合下之檢測功效與豪華版「專業用懸浮微粒  
30 測試器」，檢測結果有無差別。經測試後，在各種場合下，  
31 兩者檢測結果差別不大，一般家庭如要檢測空氣品質，在網

01 路上購買簡易版「居家懸浮微粒測試器」即可。又系爭貼文  
02 未提及系爭產品相關資訊，僅有以簡易版「居家懸浮微粒測  
03 試器」在各場合下，檢測數字為何，應無侵害原告名譽權、  
04 信用權。且系爭貼文於106年10月25日公開在雨潔粉專，眾  
05 人皆可觀看，原告應於本件起訴日起2年前就已看過系爭貼  
06 文，故此部分已罹於時效等語，資為抗辯。並答辯聲明：(一)  
07 原告之訴駁回。(二)如受不利判決，願以現金或等值銀行可轉  
08 讓定存單供擔保，請准宣告免假執行。

09 參、兩造不爭執事項：(本院卷一第439至440頁、本院卷二第154  
10 至156頁，並依判決格式修正或刪減文句)

11 一、原告於90年在新加坡設立，係代理、銷售由Proair GmbH Ge  
12 raetebau製造之系爭產品，並於106年3月15日經過經濟部核  
13 准辦理外國公司之登記。

14 二、被告雨潔公司係代理、銷售被告產品，於102年在臺灣設立  
15 登記。被告雨潔公司之3位董事兼股東謝麗玲、林本中及Jam  
16 es Kiong均為新加坡籍人士。被告謝麗玲為被告雨潔公司代  
17 表人，其配偶林本中為雨潔新加坡公司(Healthy Homes Ma  
18 rketing Pte. Ltd.，下稱新加坡雨潔公司)總經理兼股  
19 東，另董事James Kiong為新加坡雨潔公司股東及董事經  
20 理。

21 三、被告沅富公司係於104年8月11日所設立，為被告雨潔公司之  
22 臺中經銷商，代理銷售Rainbow牌吸塵器；被告聶佑霖係被  
23 告沅富公司之代表人及股東，被告聶佑霖同時係被告雨潔公  
24 司之銷售總監以及雨潔粉專之管理員。

25 四、被告周瑞華係被告雨潔公司之業務部總監。

26 五、被告雨潔公司與原告均為銷售過濾式吸塵器之公司，且行銷  
27 方式、市場定位、商品定價等均相近，在新加坡、馬來西  
28 亞、臺灣等多個國家市場均為主要競爭者。

29 六、被告聶佑霖於108年6月間設立系爭粉專。

30 七、YouTube平台上有102年上傳之系爭影片，內容係被告產品、  
31 系爭產品、其他品牌吸塵器，共4台吸塵器比較之影片，供

01 不特定多數人瀏覽，被告周瑞華有收藏上開影片。上開影片  
02 於104年11月25日張貼於雨潔粉專。

03 八、原告針對106年4月到8月間，被告雨潔公司、謝麗玲、周瑞  
04 華，與訴外人陳宗軒、林沅陞涉嫌以假消費方式向主管機關  
05 及消費者保護團體為不實申訴，並透過媒體不實爆料，毀損  
06 原告商譽及信用，藉以詐欺取財及恐嚇取財等案件（下稱TV  
07 BS假消費者案件），TVBS查明報導不實後便已立即將報導從  
08 網路上移除，而其中陳宗軒、林沅陞業經士林地檢署（下稱  
09 士林地檢）檢察官於110年10月25日以110年度偵續一字第9  
10 號提起公訴，經臺灣士林地方法院（下稱士林地院）於112  
11 年10月18日以111年度易字第12號判決陳宗軒、林沅陞共同  
12 犯詐欺取財未遂罪，各處有期徒刑5月，如易科罰金，以1,0  
13 00元折算1日在案。

14 九、被告雨潔公司、謝麗玲、周瑞華後業經士林地檢以107年度  
15 偵續字第296號、109年度偵字第15298號不起訴處分、士林  
16 地院110年度聲判字第126號裁定聲請駁回。另原告執相同原  
17 因事實另向本院對被告雨潔公司、謝麗玲、周瑞華提起民事  
18 訴訟，業經本院109年度民公訴字第1號判決駁回原告之訴，  
19 經原告提起上訴後，經本院於112年12月14日以111年民公上  
20 訴字第4號判決上訴及變更之訴均駁回。

21 肆、兩造間主要爭點：（本院卷二第373至374頁，並依判決格式  
22 修正或刪減文句）

23 一、被告雨潔公司、沅富公司、聶佑霖是否有設立系爭粉專，散  
24 布如附表所示訊息，以網路人頭製造原告消費者投訴眾多之  
25 假象；以不當之方式操作系爭產品，營造系爭產品不如被告  
26 產品之假象；聯絡原告顧客申請退費，並向財團法人中華民  
27 國消費者文教基金會（下稱消基會）申訴，透過媒體為不實  
28 之報導？

29 二、被告雨潔公司、謝麗玲是否透過雨潔粉專，散布不實之內  
30 容，並鼓吹原告消費者轉而購買被告產品，致原告受有重大  
31 損害？

01 三、被告周瑞華是否有於102年間上傳系爭影片至YouTube平台供  
02 不特定多數人瀏覽？如有，該影片是否損害原告之商譽，構  
03 成侵權行為？

04 四、被告雨潔公司、聶佑霖、謝麗玲是否於雨潔粉專發布系爭貼  
05 文，誤導消費者系爭產品不如被告產品，而侵害原告商譽及  
06 信用？

07 五、原告依民法第184條第1項、第185條第1項、第188條第1項、  
08 第28條、第195條第1項前段規定，請求被告聶佑霖、謝麗  
09 玲、沅富公司及雨潔公司連帶負損害賠償責任，有無理由？  
10 若有金額為何？

11 六、原告依公平交易法第24、25、30、31條規定，請求沅富公司  
12 及雨潔公司連帶負損害賠償責任，有無理由？若有金額為  
13 何？

14 七、原告依民法第184條第1項、第188條第1項、第195條第1項前  
15 段規定，請求被告雨潔公司、謝麗玲及周瑞華連帶負損害賠  
16 償責任，有無理由？若有，金額為何？

17 八、原告依民法第184條第1項、第185條第1項、第188條第1項、  
18 第195條第1項前段規定，請求被告謝麗玲及雨潔公司連帶負  
19 損害賠償責任，有無理由？若有金額為何？

20 九、原告主張訴之聲明第二項，有無理由？

21 伍、得心證之理由：

22 一、被告雨潔公司、沅富公司、聶佑霖是否有設立系爭粉專，散  
23 布如附表所示訊息，以網路人頭製造原告消費者投訴眾多之  
24 假象；以不當之方式操作系爭產品，營造系爭產品不如被告  
25 產品之假象；聯絡原告顧客申請退費，並向消基會申訴，透  
26 過媒體為不實之報導？

27 (一)按當事人主張有利於己之事實，就其事實有舉證之責任，民  
28 事訴訟法第277條前段定有明文。是民事訴訟如係由原告主  
29 張權利者，應先由原告負舉證之責，若原告先不能舉證，以  
30 證實自己主張之事實為真實，則被告就其抗辯事實即令不能  
31 舉證，或其所舉證據尚有疵累，亦應駁回原告之請求。原告

01 主張被告雨潔公司、沅富公司、聶佑霖設立系爭粉專，散布  
02 如附表所示訊息，以網路人頭製造眾多消費者投訴原告產品  
03 之假象，以不當之方式操作原告產品，營造原告產品不如被  
04 告產品之假象，聯絡原告顧客申請退費，並向消基會申訴，  
05 透過媒體為不實之報導等情，惟均為被告3人所否認，自應  
06 由原告負舉證責任，合先敘明。

07 (二)原告提出原證10之臉書網頁截圖（北院卷第96至218頁）主  
08 張系爭粉專之按讚人數中有高達644個來自俄羅斯、烏克蘭  
09 蘭、摩爾多瓦等地註冊之帳號，而認被告3人購買「殭屍帳  
10 號」虛增粉絲人數，以營造與原告有退貨消費糾紛之消費者  
11 人數眾多云云，觀之前開臉書網頁截圖，雖可知按讚人數有  
12 許多係外國名稱，然無證據證明前開按讚之外國帳號係被告  
13 3人花錢購買之虛設帳號，原告前開主張為其空言猜測，自  
14 難採信。

15 (三)關於附表所示之訊息無從認定有侵害原告之權利：

16 系爭粉專有附表所示之文字，有系爭粉專截圖在卷可參（北  
17 院卷一第85、225至232頁、本院卷一第131、133、135、139  
18 頁），故此部分事實堪以認定，合先敘明。

19 1.編號1部分，被告聶佑霖雖於系爭粉專上記載「這是受委屈  
20 者無償成立的粉專，目前無管理員」（北院卷一第85頁），  
21 然該粉專所張貼之內容確實均為消費者購買後自行發表文章  
22 內容，故縱使被告聶佑霖於系爭粉專上記載上開文字，亦無  
23 法據此遽認被告聶佑霖有損害原告之行為。系爭粉專上有標  
24 示紅色圈及斜線之海豚吸塵器產品照片（下稱系爭圖片），  
25 該圖片下方有「德國海豚-退貨自救聯盟」之文字（北院卷  
26 一第85頁），由於系爭粉專為德國海豚退貨自救聯盟之粉  
27 專，故該粉專上使用系爭圖片僅能推知不願使用該產品之意  
28 思，亦無法認定被告聶佑霖有影射系爭產品應遭抵制，或煽  
29 動購買系爭產品之消費者退貨、申訴而損害原告之行為。且  
30 108年9月10日消基會臺中分會承辦人劉維寧所召開關於系爭  
31 產品消費糾紛之記者會，確實係因消費者向該會申訴後，原

告未妥適處理消費糾紛，消基會始召開記者會，有該會113年2月16日消總申字第1130000094號函附卷可佐（本院卷二第540至541頁），故原告指稱被告聶佑霖以上開方式聯合消基會發布不實新聞稿，以詆毀原告之企業形象，損害原告商譽，難認有據。

2.編號2系爭粉專封面相片文字記載「當初看到這公司年輕人背著機器到我家進行體驗也許是欣賞他的勤勞也許是被現場效果打動總之我相信了他但我現在想要退貨，怎麼辦？」該段文字之內容僅單純表示想退貨該如何處理之意思，並無法認定有何貶低系爭產品之意，又由上開文字亦無法認定該內容所記載即係被告聶佑霖之經驗，故原告指稱被告聶佑霖以該文字詆毀原告之企業形象，損害原告商譽，尚無理由。

3.編號3所示文字係在表明如果有消費者購買系爭產品，若後悔欲退貨可以來此粉專分享心得，也可獲得相關經驗，並分享退貨經驗及相關法條規定；編號4係分享消保會線上申訴系統之申訴方式；編號6係分享消基會之申訴方式，均無法認定被告聶佑霖有損害原告之行為。

4.被告聶佑林辯稱：編號5所示文字係網友將消費者向原告要求退貨時，不同業務拒絕退貨之各種藉口之截圖，整理而成等語，觀之甲證31所示系爭粉專頁圖在如編號5所示文字前記載「最近幾位版友分享，我們發現不同的業務回覆漸漸開始有了固定的回覆SOP，整理了一下截圖，大約內容如下：」等文字，又參酌被告所提之對話記錄截圖確實係消費者與業務就是否退貨之協調內容，該對話內容有提及味道能否過濾、過濾煙的問題、是否有在家抽菸、同業R牌攻擊等之內容（本院卷三第117至127頁），是被告聶佑霖前開所辯尚非顯不可信，故編號5之內容既係消費者與業務間協調之內容非被告聶佑霖所杜撰，自無侵害原告之情事。

5.編號7所示文字僅係說明原告未積極處理消費者之問題，反而推卸責任，難以認定被告聶佑霖有損害原告之行為。

01 (四)原告雖主張被告聶佑霖透過系爭粉專MESSENGER通訊方式聯  
02 繫消費者與張明輝，並刻意引導張明輝主張產品功能不符、  
03 該消費行為屬訪問買賣等不實事項，向消基會或媒體投訴，  
04 藉以申請退貨，並藉由系爭粉專串連消費者互相分享申請退  
05 貨、拍攝不實測試影片及訊息，並以業務員拖時間、為中飽  
06 私囊而收取退貨費用、煽動張明輝及其他消費者參加消基會  
07 所舉辦之記者會助勢並提議可攜帶大煙量之電子煙、測試儀  
08 器及系爭產品，在記者會上演示，營造消費爭議眾多假象，  
09 造成消費者對原告之企業形象及商譽產生負面之評價及觀感  
10 云云，然觀之原告所提附表3（本院卷二第172至198頁）之  
11 對話內容，可知係張明輝先主動表示其購買系爭產品後，覺  
12 得系爭產品空氣濾淨功能不顯著，想退貨而詢問被告聶佑  
13 霖，被告聶佑霖請張明輝先閱讀置頂文章，並詢問是否曾向  
14 業務員表示要退貨及付款方式，張明輝表示已向消保官詢問  
15 可以退貨，並寄發存證信函與原告，亦打電話聯絡原告客服  
16 表示要退貨，經客服表示要交由業務處理，不知可否退款成  
17 功，被告聶佑霖表示其不確定，但建議張明輝堅定態度，並  
18 留下文字截圖，張明輝表示有將整理之法條傳給業務，被告  
19 聶佑霖表示僅係分享過去經驗，另表示看消基會願不願意幫  
20 忙，有版友準備調解，準備好多資料，張明輝詢問例如何種  
21 資料，被告聶佑霖表示張明輝認為系爭產品非空氣清淨機之  
22 資料，並表示可以找版上許黎兒，建議張明輝可以錄製測試  
23 系爭產品之影片作為證據，嗣告知組群之消費者要協同消基  
24 會召開記者會及相關資訊等情，依前開對話可知張明輝確實  
25 係購買系爭產品之消費者，因欲退貨而與被告聶佑霖聯繫，  
26 被告聶佑霖前開陳述均係客觀提供版友分享之經驗、法條規  
27 定、建議張明輝留存資料，並與消基會聯絡，均非違法之方  
28 式，縱被告聶佑霖假稱其為系爭產品之消費者，然此並不足  
29 以認定被告聶佑霖前開行為有何違法之處。

30 (五)原告復主張被告聶佑霖佯稱為系爭產品消費者與消費者黃致  
31 銘聯繫，索取與原告簽立訂有保密約款之協議書及協議時之

01 錄音，並挑唆黃致銘產生對原告之對立情緒及違反前開保密  
02 約款，造成原告企業形象及商譽受損云云。觀諸原告所提附  
03 表4所示之對話內容（本院卷二第198至199頁），被告聶佑  
04 霖與黃致銘確認是否退貨成功，黃致銘表示是，被逼簽協議  
05 書，不簽不給退，並主動提供退貨協議書照片，被告聶佑霖  
06 詢問黃致銘是否有錄音，黃致銘表示原告太過份欺負消費  
07 者，被告聶佑霖只是提供意見幫助大家，反而被提告，其是  
08 想退貨求助無門才上網搜尋方法，無意間發現系爭粉專，並  
09 非系爭粉專慫恿其退貨，其認為原告想將錯誤推到被告聶佑  
10 霖身上，以求全身而退，其有錄音可以提供，可知協議書、  
11 錄音內容均係黃致銘主動提供，非被告聶佑霖主動索取，被  
12 告聶佑霖並未唆使黃致銘退貨及對原告產生負面想法，此均  
13 為黃致銘主觀之認知，故原告前開主張，顯然無據。

14 (六)原告另主張被告聶佑霖於向消費者KIMI LIN HUANG（黃婉  
15 琳）對話時表示原告「很故意要栽贓」、「無所不用其極」  
16 等，煽動消費者與原告對立之情緒，產生負面之觀感及評  
17 價，造成原告企業形象及商譽受損云云。觀之原告所提附表  
18 5（本院卷二第200至201頁）之對話記錄，黃婉琳表示原告  
19 有讓其退貨，但其退貨流程怪怪的，原告所簽之保密條款蠻  
20 賤的，與其等想像的一樣，被告聶佑霖回稱很故意要栽贓，  
21 黃婉琳表示每次，被告聶佑霖回稱至少黃婉琳已圓滿結束，  
22 黃婉琳表示非常針對，被告聶佑霖詢問有無否認條約，真是  
23 無所不用其極，黃婉琳表示否認沒用，原告就是要簽名才肯  
24 退，可知黃婉琳先陳述其對於退貨過程不舒服之感想，被告  
25 聶佑霖係順著黃婉琳之說法表示感想，並非主動挑起黃婉琳  
26 對原告不滿之態度，故原告前開主張，難認有據。

27 二、被告雨潔公司、謝麗玲是否透過雨潔粉專，散布不實之內  
28 容，並鼓吹原告消費者轉而購買被告雨潔公司之產品，致原  
29 告受有重大損害？

30 系爭粉專上關於消費者使用系爭產品後使用感想不佳，而欲  
31 退貨之發表內容，均確係有真實存在並購物之消費者，並非

01 被告所假扮，有證人黃致銘之證述、訂購單、統一發票、臺  
02 中市政府消費爭議調解委員會調解筆錄、LINE對話記錄、存  
03 證信函、消費爭議申訴資料表、消費者之對話記錄、消費者  
04 明細表格（臺灣臺中地方檢察署〈下稱臺中地檢〉108年度  
05 偵字第29620號卷一第559至591頁、本院卷一第273至285  
06 頁、本院卷二第39至65、313至331頁），足認消費者於購買  
07 系爭產品後於系爭粉專發表其真實心得，無證據證明係被告  
08 雨潔公司、謝麗玲所鼓吹，且系爭粉專亦記載「很多消費者  
09 因為業務到府展示而買，申請退貨卻遭遇各種阻礙，導致許  
10 多網友感到無助，因此成立粉絲專頁提供受委屈者尋求德國  
11 海豚退貨退款法律諮詢」、「#不勸買#不勸退#不批判#  
12 只為公平發聲#只為事實發聲#再次提醒版友避免情緒言  
13 論」、「再次重申，本粉絲團的所有熱心版友只協助跟退  
14 貨自救有關的內容，請勿在私訊詢問商品值不值得買、好不  
15 好用之類的問題！我不會做出關於這方面的回應」（本院卷  
16 二第31頁）、「您好，我們沒辦法給您選擇產品上的建議，  
17 我們不做任何的勸買或勸退，您需要的是上網做功課，然後  
18 做出一個聰明的選擇喔！」（北院卷一第461頁）。且遍觀  
19 全卷，原告並未提出有關雨潔粉專有要求消費者購買被告雨  
20 潔公司產品之證據，故原告就此部分並未舉證證明，是原告  
21 主張雨潔粉專鼓吹消費者不要購買系爭產品，轉而購買被告  
22 雨潔公司產品等情，顯然無據。

23 三、被告周瑞華是否有於102年間上傳系爭影片至YouTube平台供  
24 不特定多數人瀏覽？如有，該影片是否損害原告之商譽，構  
25 成侵權行為？

26 原告不爭執被證20至23之真正（本院卷二第153頁），合先  
27 敘明。系爭影片（即被證22）係「Jack Mork外匯、黃金、  
28 期指短炒專家」於102年11月22日上傳至YouTube公開發布，  
29 非被告周瑞華所製作、上傳，而係被告周瑞華收藏之YouTub  
30 e之一，有被告周瑞華收藏影片資料可參（被證20、21，北  
31 院卷一第495至545頁）；又上開影片內容係以檢測儀器檢測

01 不同機器排出之空氣數字，影片中完全無任何旁白、字幕為  
02 任何評價，業經本院當庭勘驗如勘驗筆錄及附件（本院卷二  
03 第492、496至497頁），並無原告所稱不實呈現系爭產品所  
04 排放之空氣不佳而詆毀原告商譽之情事。原告雖主張該影片  
05 係被告周瑞華所上傳，並提出天正聯合事務所109年度民公  
06 彭字第170020號公證書及其附件為證（本院卷一第243至261  
07 頁），然觀之該公證資料並無針對該影片為被告周瑞華上傳  
08 之記載，故原告前開主張尚難認定。

09 四、被告雨潔公司、聶佑霖、謝麗玲是否以雨潔粉專發布系爭貼  
10 文，誤導消費者原告產品不如被告產品，而侵害原告商譽及  
11 信用？

12 原告主張系爭貼文（即被證23影片）先測試被告產品（0.3u  
13 m測試之數據為0），再測試系爭產品（0.3um測試之數據為3  
14 0,000），然被告雨潔公司人員測試被告產品時將儀器之吸  
15 氣口堵在吸塵器之過濾器上，只要儀器之吸氣口被堵住，測  
16 試結果即為0，測試系爭產品時，該儀器並未對著產品啟用  
17 空氣正常清洗空氣時之出口，而係對著吸塵器用來清洗空調  
18 之噴氣口，以此方式影射系爭產品之清潔效果不如被告產品  
19 云云，為被告所否認，辯稱被證23影片係介紹網路上可購買  
20 之簡易版「居家懸浮微粒測試器」在各種場合之檢測功能與  
21 豪華版「專業用懸浮微粒測試器」檢測結果有無差異，其目  
22 的係說明一般家庭如要檢測空氣品質在網路上購買簡易版  
23 「居家懸浮微粒測試器」即可，該影片完全未提及系爭產  
24 品，何來侵害原告名譽權、信用權等語（北院卷一第316  
25 頁）。經查，該影片拍攝內容係測試者淇淇分別在吃火鍋、  
26 便利超商、馬路邊、公園、正在燃燒之香菸旁，測試檢測器  
27 時所檢測出之數據，及測試彩虹牌吸塵器、市售一般吸塵  
28 器、外型類似系爭產品吸塵器時檢測之數據等情，業經本院  
29 當庭勘驗如勘驗筆錄及附件（本院卷二第492至493、498至5  
30 00頁），其中雖有外型雖與系爭產品相似之吸塵器出現之畫  
31 面，然並未拍攝到該產品完整外型及廠牌標示，是僅從該影

01 片出現之畫面無法判斷是否為系爭產品，且依原告所提出經  
02 公證之影片譯文（本院卷二第421頁），可知該影片拍攝之  
03 目的係為測試輕巧版本之測試儀器與豪華版本之測試儀器是  
04 否如專家所述誤差只有5-10%，並非測試系爭產品空氣濾淨  
05 效果如何，故原告此部分主張顯無理由。

06 五、原告主張被告雨潔公司、沅富公司構成公平交易法第24條、  
07 第25條之不公平競爭行為，要屬無據：

08 (一)按事業不得為競爭之目的，而陳述或散布足以損害他人營業  
09 信譽之不實情事，公平交易法第24條定有明文。又同法第25  
10 條規定「除本法另有規定者外，事業亦不得為其他足以影響  
11 交易秩序之欺罔或顯失公平之行為。」所謂顯失公平之行  
12 為，係指顯然有違市場之公正倫理而從事競爭或營業交易行  
13 為。

14 (二)查被告雨潔公司與原告均在臺灣代理銷售吸塵器為業，彼此  
15 雖具有競爭關係，惟依原告所舉證據，無法證明被告有以前  
16 揭方式陳述或散布損害其營業信譽之行為，業經本院認定如  
17 前，即無原告主張構成公平交易法第24條陳述或散布足以損  
18 害原告營業信譽之不實情事，亦無涉及不當之商業干擾而違  
19 反同法第25條足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為規  
20 定。是原告依同法第30條規定，主張被告雨潔公司、沅富公  
21 司應負連帶賠償責任，並依同法第31條請求酌定損害額以上  
22 之賠償，即屬無據。

23 六、綜上所述，本件原告主張被告等構成侵害信用權、名譽權或  
24 違反公平交易法等行為，均不可採，因此原告請求被告等連  
25 帶賠償財產上及非財產上損害及登報，均無理由，應予駁  
26 回。原告之訴既經駁回，其假執行之聲請失所依據，自應併  
27 予駁回。至於被告雨潔公司聲請傳喚證人林麗嬌證明被告周  
28 瑞華、聶佑霖為被告雨潔公司之員工，然本件已認定被告並  
29 無侵權行為，已如前述，亦無傳喚之必要。

30 陸、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及所援用之證  
31 據，經核均與本件結論無涉，爰無一一論駁之必要，附此敘

明。

訴訟費用負擔之依據：修正前智慧財產案件審理法第1條、民事訴訟法第78條。

中 華 民 國 113 年 4 月 24 日

智慧財產第三庭

法 官 王碧瑩

以上正本係照原本作成。

如對本判決上訴，須於判決送達後20日內向本院提出上訴狀。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 4 月 24 日

書記官 楊允佳

附表：原告主張被告聶佑霖於系爭粉專於108年6月起散播不實資訊一覽

| 編號 | 張貼內容                                                                                                 | 張貼時間                 | 證據出處                |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------|
| 1  | 被告聶佑霖設立名為「德國海豚-退貨自救聯盟」之臉書粉絲專頁並擔任管理員，將大頭貼設為德國海豚吸塵器商品照片其上加有紅色圈示禁止標誌，於系爭粉專基本資料欄記載「這是受委屈者無償成立的粉專，目前無管理員」 | 108.06.04            | 北院卷一第85頁（甲證8）       |
| 2  | 系爭粉專封面相片文字記載「當初看到這公司年輕人背著機器到我家進行體驗也許是欣賞他的勤勞也許是被現場效果打動總之我相信了他但我現在想要退貨，怎麼辦？」                           | 108.06.04            | 北院卷一第85頁（甲證8）       |
| 3  | 置頂文記載<br>1. 「#此為教學置頂文…#如果被業務說服而買但使用上發現跟事實有落差#如果你                                                     | 108.06.04<br>PM11:09 | 北院卷一第225至232頁（甲證12） |

事後上網作功課發現某些資訊 #覺得產品不符心中的價值覺得非常後悔 #用沒多久有問題感到失去信心卻只同意換貨…以下是網友來訊息的實際分享，統整過後列出 #可能會遇到的退貨流程歡迎網友來訊補充或是拍影片上傳分享…8. 消費者吞下，結案！！ #集合眾人的力量避免再次有人受委屈」。

2. 「#購買後七天內 #適用法條知識補充

消費者保護法第19條：…

消費者保護法第19-2條：  
…」。

3. 「通常你會在婦幼展、寵物展、XX展、某個活動場合拿到『除塵蟎體驗券』」，也可能你自己看了廣告掃了QR code填報名表，然後他們派人與你聯繫，你就滿心期待的看到他們來『除塵蟎』，然後突然就變成『推銷機器』了，當你要退貨的時候他們一定會極力否認他們不是『訪問買賣』，但很遺憾，這就是訪問買賣，因為你預約的是『體驗除塵蟎』，不是『體驗海豚機器』，當下的你沒得比較、沒有其他的選擇方案，完全符合訪問買賣的精髓」。

4. 「#歡迎回來分享退貨成功的喜訊

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                      |                     |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------|
|   | <p>#若對方吃了秤砣鐵了心不處理<br/>#跟他拚了 #絕對不要怕沒後續」</p> <p>5. 「#發現業務說詞與收到的貨品有落差 #針對業務本人<br/>#適用法條補充</p> <p>刑法第339條詐欺罪：…<br/>詐欺罪有特別的犯罪結構，每個構成要件都要有接續性。以下為詐欺罪的構成要件：…</p> <p>1. 施用詐術：….#例如：中古車商出售汽車，對於該車發生過重大車禍一事不向購買者告知，使購買者仍為購買。<br/>…#德國海豚」。</p> <p>6. 貼文並嵌入標題為「『超級吵』男花6萬5買清淨機 控想退貨碰壁」之youtube影片網址（即上述「TVBS假消費者事件」所衍生，網址：<br/><a href="https://www.youtube.com/watch?v=LpSvAGdvtBo">https://www.youtube.com/watch?v=LpSvAGdvtBo</a>）。</p> |                      |                     |
| 4 | <p>「#消保會線上申訴系統<br/>#不是消基會<br/>線上申訴系統需要填寫詳細的『事實』以及附上憑證，請勿憑空捏造。…」</p> <p>貼文並嵌入標題為「行政院消費者保護會線上申訴系統」之網址；同時系爭粉專「關於」欄位所放之網址，與本貼文同為「行政院消費者保護會線上申訴系統」之網址。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                        | 108.07.06<br>PM03:36 | 本院卷一第131頁<br>（甲證31） |
| 5 | <p>「…搞得我好亂版：1. 味道不</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 108.07.21            | 本院卷一第133頁           |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                          |                      |                     |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------|
|   | <p>能過濾（業務A）2.我家味道都可以過濾，不知你用起來為何不行（業務B）。國中理化要重上版：1.雜質、焦油可以過濾，煙霧是氣體，氣體當然不能過濾編註：除有色氣體外，其他氣體看得見是因為有大量的懸浮微粒折射光線。要賴版：1.我當初又沒有說能過濾香菸3.你在家又不抽煙，有差嗎？廠商攻擊版：1.一定是R牌在攻擊我們，搗亂我們的客人，我們已經在蒐證編註：為了這個我們還特別去蒐尋相關廠牌，原市面上還有三款R牌的，Ritello、Rainbow、Roboclean，一款S牌的Sirena」。</p> | PM05:41              | （甲證31）              |
| 6 | <p>「提供您另外的申訴管道，消費者保護團體，消費者文教基金會！」</p> <p>貼文並嵌入標題為「中華民國消費者文教基金會」之網址。</p>                                                                                                                                                                                  | 108.08.08            | 本院卷一第135至137頁（甲證32） |
| 7 | <p>「很遺憾，新聞爆出後官方電話持續無法撥通，反而是將這一切都推給了競爭對手，甚至質疑我們是受集團所操控，選擇當鴛鴦，而不是面對我們消費者的問題」。</p>                                                                                                                                                                          | 108.09.14<br>AM04:55 | 本院卷一第139頁（甲證33）     |