

福建連江地方法院民事判決

108年度重訴字第2號

原告 新店李國際有限公司

法定代理人 王阿寶

訴訟代理人 朱俊雄律師

被告 馬祖酒廠實業股份有限公司

法定代理人 陳秀華

訴訟代理人 徐則鈺律師

上列當事人間請求返還違約金事件，本院於110年4月7日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

被告應給付原告人民幣168萬6,500元，及自民國109年1月4日至清償日止，按週年利率5%計算之利息。

原告其餘之訴駁回。

訴訟費用由被告負擔2分之1，餘由原告負擔。

本判決原告勝訴部分於原告以新臺幣250萬元為被告供擔保後，得假執行。但被告如以新臺幣750萬元為原告預供擔保，得免為假執行。

原告其餘假執行之聲請駁回。

事實及理由

壹、程序部分：

不變更訴訟標的，而補充或更正事實上或法律上之陳述者，非為訴之變更或追加，民事訴訟法第256條定有明文。本件原告起訴時，原聲明被告應給付原告新臺幣（本判決除標明為人民幣別外，以下均同）1,500萬元及其遲延利息，後來因被告抗辯原告為擔保履約所繳納的保證金並非新臺幣，而係以相當於新臺幣1,500萬元的3張彰化銀行人民幣定期存款存單（金額合計人民幣337萬3000元）替代，如應返還違約金，應返還人民幣等語，原告乃於民國109年11月14日具狀

更正聲明為被告應給付原告人民幣337萬3000元（見本院卷三第67頁），合於前述規定，應予准許。

貳、實體部分：

一、原告起訴主張：

- (一)原告從事酒品經銷事業，因相信被告公司營業組長鄭豐議（下稱鄭組長）所提供的被告酒品銷售及經銷商提貨數據，先於107年1月8日與被告簽訂2.4億元的「一定金額以上酒類商品供銷契約書」（下稱前合約），約定原告經銷期間自107年1月8日至108年1月7日止。因被告當時考慮要甄選臺灣地區「總經銷商」，非但於先合約中已明定該契約於被告公開招標甄選總經銷商契約生效日得終止，鄭組長亦提供被告公司近年銷售總金額給原告作為參考，並鼓勵原告參與競標，原告因相信鄭組長所提供之105至106年臺灣地區經銷商銷售額及被告自101至106年間之銷售總金額，認為原告得標後應可達到甄選須知所要求之經銷金額3億元，乃決定參與投標，並終止前合約。後來原告提出「行銷企劃書」經被告甄選得標，雙方於107年4月20日簽訂「甄選馬祖高粱酒臺灣地區總經銷契約書」（下稱系爭合約），大致內容為：除被告在臺已設有及未來設置分公司展售處不受影響外，原告就合約第3條所列15項酒品在臺灣地區有總經銷權，合約期間第1年自107年4月20日至108年4月19日，第2年自108年4月20日至109年4月19日止，第1年期及第2年期之最低經銷金額各為3億元（未含營業稅），履約保證金1,500萬元（即2年期經銷金額總計除以2所得金額，以其金額的5%作為履約保證金），但原告係以相當於1,500萬元之3張彰化銀行人民幣定期存款存單合計人民幣337萬3000元繳交，原告於各年期末達成該年期最低經銷金額時，被告得不經通知逕行終止契約，並沒收履約保證金。
- (二)簽約後，原告才發現被告原先所提供之客戶名單如「承鮮捷」、「鑫鼎」所進之貨品並非在臺灣銷售，而係在馬祖地區銷售，因此被告銷售總金額如扣除該2家提貨金額，僅餘1

01 億餘元是在臺灣地區銷售的金額，則鄭組長所提供數據實為
02 灌水，原告係遭誤導而簽訂系爭合約，無奈之下只能盡力履
03 約。但因下述原因，導致原告銷售困難而無法繼續履約：

04 1. 原告得標107年總經銷採購案而取得臺灣地區之獨家經銷
05 權，同時被告負有將臺灣地區之原有經銷權收回移轉與原告
06 之附隨義務，但被告不僅未收回，仍違約販售酒品給中華郵
07 政股份有限公司、世華企業股份有限公司、采盟股份有限公
08 司、昇恆昌股份有限公司(以下簡稱中華郵政、世華、采
09 盟、昇恆昌公司)及其他臺灣地區之公司行號，甚至被告與
10 中華郵政合約屆滿後仍任由中華郵政刊登促銷廣告，於各地
11 郵局以「買大送小」方式販售50°「馬祖陳高15年」禮盒，
12 形成與原告在臺灣地區銷售競爭。原告另於107年7月間發
13 現，曾與被告合作之原經銷商，遭法院就50°「馬祖陳高15
14 年」禮盒以單瓶500元賤賣，數量高達23,040瓶，經其他酒
15 商購得後，再轉手以低於行情之750元價格販售，明顯低於
16 原告向被告進貨之成本價819元，如此一來，縱原告以成本
17 價出售，對消費者也沒有吸引力而無法銷售出去，原告屢次
18 要求被告收回經銷權，但被告均不肯配合。

19 2. 依系爭合約第3條第3、4項約定，原告得為開拓市場或應節
20 慶或活動促銷而開發新包裝或新品項，被告也應配合開發新
21 瓶裝及行銷，原告積極提出諸如「橡木桶」高粱酒、「好市
22 多」試飲活動等，曾致電或函請被告舉行產銷協調會議、
23 「三五成行」遊馬祖活動、菸酒專賣店陳列活動、轉運站燈
24 箱廣告企劃，但被告不論對於開發新瓶裝或找網紅廣告行
25 銷，均概不回應，原告不得已只能擱置計畫；此外，被告出
26 貨屢見外包裝箱破爛，原告多次向被告反映也未改善，影響
27 原告之銷售，被告實已違反配合行銷之附隨義務。至108年1
28 月間，原告順應「韓流」風潮提議被告開發「韓國瑜拚經
29 濟」主題紀念酒，雙方於107年12月24日簽訂「增補附
30 約」，被告同意原告購買「0.6L-58度陳年馬祖高粱酒賣菜
31 郎CEO韓國瑜拚經濟紀念」(下稱賣菜郎紀念酒)不低於

18,000瓶(即1500箱)，但被告漠視原告經銷壓力，只為增加自己營收，拒絕將銷售金額計入總經銷合約之年度經銷金額計算，且要求原告須以原告子公司名義進貨，拒絕將原告子公司「馬引竿行銷有限公司」所購買14,580瓶、「馬引竿營業處」購買1,800瓶，列入原告銷售金額計算。

(三)原告為達到系爭合約每年3億元的經銷金額，即便遭遇前述困難仍勉強將第1年訂單下滿，甚至超額訂購達3億1,604萬9,544元，導致原告連同子公司包含已下訂未提貨庫存高達8,396萬1,663元，但被告未依約與原告進行爭議處理，致原告於第2年期無法繼續履約，遭被告於108年9月10日發函通知原告終止系爭合約並全數沒收履約保證金。

(四)原告無力繼續履約實因被告違約拒不配合行銷及收回其他經銷商之經銷權所致，應可歸責於被告，原告無可歸責之事由，況且被告持續授權與其他經銷商並已公開招標新的總經銷商，實際上未受損害，違約金(沒收履約保證金)顯屬過高，爰依民法第252條規定訴請本院將違約金酌減至零，而依民法第179條請求被告返還全數之履約保證金。

(五)聲明：被告應給付原告人民幣337萬3,000元及自起訴狀繕本送達被告翌日起至清償日止，按週年利率5%計算利息；願供擔保，請准宣告假執行。

二、被告答辯：

(一)被告鄭組長提供給原告謝慶選處長之金門酒廠、馬祖酒廠的年度銷售額，並未提及馬酒年度銷售額僅為臺灣地區之銷售額，原告斷章取義，指摘被告將銷售金額灌水，並非事實。

(二)原告係有18年豐富酒類銷售經驗之知名酒商，雙方簽約前已知悉中華郵政公司經銷馬祖高粱酒之情事，依系爭合約第3條約定，除該15種品項於經銷期間、經銷地區由原告銷售外，被告仍經營各式業務，原告既非獨家經銷，並無要求被告必須收回其他經銷商經銷權之法律上依據。中華郵政公司經銷馬祖高粱酒限於其各地郵局據點，相較於原告未受經銷據點限制，應不至於影響原告的銷路；而法院法拍第三人的

馬祖高粱酒，拍定人再低價售出，為不可預測之市場因素，非被告所應負責。原告表列世華公司、昇恆昌公司及采盟公司等商家與被告間之銷項金額，乃境外銷售或被告代工生產部分，原告本無權經銷，且合約本無限制被告將酒品銷售其他公司，被告無違約情事。

(三)依系爭合約第11條約定，原告開發新品或行銷方案，需得被告同意，被告為連江縣政府轄下事業單位，受到連江縣議會、被告股東及政府審計單位監督，無法如同民營事業單位可隨意進行促銷活動，且依系爭合約第11條第1項新產品開發必須檢附產品開發企劃書送被告審核，原告未舉證已檢附企劃書，被告自無從同意。

(四)賣菜郎紀念酒為新品項，依系爭合約第3條第3項係約定「得」併入契約書中銷售，而非「必」併入，何況被告已將賣菜郎紀念酒銷售金額1,092萬1,715元計入銷售額，而「馬引竿行銷有限公司」、「馬引竿營業處」與原告為不同法人，原告主張其等之採購量應計入銷售金額計算，於法無據。又即使計入子公司銷售額，亦無法達成原告第2年期之銷售金額。

(五)合約所定各年度最低經銷金額3億元，為未含營業稅之金額，原告第1年度總提貨金額實為3億99萬9,560元(未稅)，原告主張第1年訂單下滿且超額訂購達3億1,604萬9,544元實為稅後金額。原告既未能履行第2年度第1季經銷金額，又未能於次1季第1個月補足，被告依合約第6條第4項終止契約並不發還履約保證金，於法有據。

(六)被告108年9月10日合法終止與原告之系爭合約，重新招標並自同年12月起與新經銷商開始履約，等同於第2年期自108年4月20日至同年12月，被告均無經銷商代為銷售產品，近8個多月產能閒置，期間所受損害及所失利益總額顯然超過原告繳納的履約保證金金額。原告投標107年總經銷採購案已瞭解各年期最低經銷金額，對於馬酒及其競爭對手之市場銷量應有充分評估風險及損失，原告未能足額履約，反而以各種

不實理由歸咎於被告，其請求返還及酌減違約金，均無理由。

(七)聲明：原告之訴駁回；願供擔保請准宣告免為假執行。

三、雙方不爭執之事實(見本院卷三第332至333頁)：

(一)兩造於107年1月8日簽訂「一定金額以上酒類商品供銷契約書」(即前合約)，合約期間自107年1月8日至108年1月7日止，原告經銷金額不得低於2億4千萬元，並特約被告臺灣地區公開招標徵選總經銷案契約生效日起得終止契約。被告於107年3月21日公告招標「甄選107年度馬祖高粱酒台灣地區總經銷採購案」，由原告得標，並於107年4月20日簽訂「甄選馬祖高粱酒臺灣地區總經銷契約書」，除被告在臺已設有及未來設置分公司展售處不受影響外，原告就系爭合約第3條所列酒品有總經銷權，合約期間第1年自107年4月20日至108年4月19日，第2年期自108年4月20日至109年4月19日，第一年期及第二年期之最低經銷金額各為3億元(未含營業稅)，前合約經雙方合意終止。

(二)原告於簽訂系爭合約後，即依約繳交履約保證金合計為人民幣337萬3,000元之彰化銀行定期存款存單(下稱系爭保證金)。如在原告無違約情事下，被告應返還同幣別(即人民幣)等值保證金。

(三)依系爭合約約定，原告第1年期訂購金額經被告認可而可計入經銷金額為3億1,604萬9,544元(含稅)。

(四)兩造於107年12月24日簽訂「增補附約」，被告同意原告購買「0.6L-58度陳年馬祖高粱酒賣菜郎CEO韓國瑜拚經濟紀念」(即賣菜郎紀念酒)不低於18,000瓶(即1,500箱)，金額以每瓶新台幣730元(含營業稅)供應。被告將「賣菜郎紀念酒」27,360瓶(銷售金額1,902萬1,715元)計入原告年度經銷金額中計算，而原告子公司「馬引竿行銷有限公司」購買14,580瓶(銷售金額1,013萬6,571元)、「馬引竿營業處」購買1,800瓶(銷售金額131萬4,000元)，合計數量16,380瓶(銷售金額1,145萬571元)，則未列入原告銷售金額計算。

01 (五)原告因認系爭合約第1年期雙方間有履約之爭議，即依系爭
02 合約第20條約定，分別於108年7月4日、25日函請被告協調
03 解決爭議。

04 (六)被告於108年9月10日以公廠營字第1080001436號函，通知原
05 告以原告未達第2年第1季實際經銷金額之應經銷金額為由，
06 終止系爭合約，並沒收保證金。

07 (七)被告終止系爭合約後，於108年9月20日重新公開招標108年
08 度馬祖高粱酒臺灣地區總經銷，由承釀醇酒業有限公司得
09 標，得標契約有效期限自108年12月起3年，合約條件為最低
10 銷售金額3年合計15億元(第一年4億以上，第二年5億以上，
11 第三年6億以上，均未稅)。

12 四、本件爭點(見本院卷三第333頁，此處僅列主要爭點，其餘於
13 判決理由交代)：

14 (一)原告就被告產製之系爭合約第3條所列酒品，在臺灣地區是
15 否有「獨家」經銷權？

16 (二)系爭合約經被告依第6條第4項之約定終止，是否有可歸責被
17 告之事由？

18 (三)被告沒收系爭保證金充當違約金是否過高？如有過高，應如
19 何酌減？

20 五、得心證之理由：

21 關於上述爭點，本院判斷如下：

22 (一)對於系爭合約第3條所列酒品，原告在臺灣地區有無「獨
23 家」經銷權？

24 1. 契約之解釋，首在於探求當事人共同主觀之意思，但當事人
25 意見不一致者，此時即須為契約客觀之解釋，並依民法第98
26 條規定為之。又為平衡契約當事人的利益及合理分配危險，
27 其解釋方法應以客觀上表示價值作為認定意思表示內容之準
28 據：一方面要求表意人於表示其意思時，應顧及相對人了解
29 可能性；他方面相對人亦須盡必要注意以正確了解表意人之
30 所欲，故在解釋上應特別斟酌相對人明知或可得而知的事
31 實，並就磋商過程、交易目的及利益狀態，依交易慣例及誠

實信用原則加以判斷。

2. 觀察原被告雙方訂定系爭合約之經過，雙方先於107年1月8日簽訂前合約，約定經銷期間自107年1月8日至108年1月7日止，經銷酒類品項共計12項，原告經銷總金額不得低2.4億元，履約保證金人民幣270萬6,000元，而其合約已明定「本合約甲方（即被告，下同）馬祖高粱酒臺灣地區公開招標甄選總經銷商案契約生效日起，甲方得終止契約，乙方（即原告）在無其他違約情事下，退還履約保證金」等語，而先契約簽訂後未滿3個月，被告即於107年3月21日公告招標「甄選107年度馬祖高粱酒臺灣地區總經銷」採購案，依其公開招標公告（見本院卷一第45至46頁）顯示，該標案係採取「最有利標」，預算金額6億元，履約期限自簽約日起2年，採購契約不採用主管機關訂定之範本，係「本案履約條件簡單，故沿用本公司既有版本」等情，並附「總經銷商甄選須知」而於第貳條第三項明定：經銷金額第1、2年期最低經銷金額各為3億元以上（未稅），經銷酒品包括契約書第3條所列品項項次及本公司與得標廠商依契約規定開發之馬祖高粱酒新品項，經銷金額屬公告廠商最低「參選」經銷金額，經銷商經銷金額之認定應以「行銷企劃書」內廠商敘明之經銷目標為主等語（見本院卷一第51頁）。另對照卷內由原告於公告招標前（107年3月11日）已提案之馬祖高粱酒臺灣地區總經銷行銷企劃書（見本院卷一第217至313頁）所載，可知原告因與被告簽訂先契約，對於被告甄選所謂臺灣地區「總經銷」無論是經銷商之資格及履約條件，並將來契約相關細節，均已提前大致知其內容，並有意參與標案因而先行製作行銷企劃書。因此，關於被告甄選馬祖高粱酒臺灣地區總經銷，無論是在招標公告使用「甄選」字樣，並採取「最有利標」的決標方式，並嚴格要求廠商須符合特定經營規模及酒品銷售經驗，也就是說，廠商是否得標，是必須經過被告組織評選委員會「評選」過程，方能脫穎而出。而前述所謂各年期之「最低經銷金額」雖同為被告招標時所列條件之一，

01 但廠商能否達成目標？能否依現實契約之條件，衡量現存市
02 場狀況（包括顯在及隱藏競爭），以自我行銷通路或計畫策
03 略而達成，廠商當然在投標前應多方面考量、審慎評估，評
04 估以後，若仍認為有利可圖，欲參與投標，在評選階段自應
05 凸顯出自己與其他競標者間之優勢，博取評審的青睞，雀屏
06 中選，自不待言。此見原告得標後，由馬祖地區唯一平面媒
07 體「馬祖日報」於107年4月20日報導本次甄選過程「馬祖酒
08 廠日前辦理甄選馬祖高粱酒臺灣地區總經銷商案評選會議，
09 結果由具18年專業酒類經銷經驗的知名酒商…順利取得臺灣
10 地區經銷權…馬祖酒廠總經理說明…為嚴格審視合作廠商之
11 通路佈建完整性、銷售經驗、物流實力、財務資金等合作指
12 標，首度以公司體質、計畫書和簡報答詢內容為主要評選標
13 準…評選過程中，新店李公司董事長充分說明其優勢，且該
14 公司過去經銷各類國產及進口知名酒品期間，在行銷推廣與
15 市場營銷上的努力，更獲得與會評選委員一致肯定，因而雀
16 屏中選」等語（見本院卷一第189頁），更可以明瞭被告
17 「甄選」經銷商之目的，是從被告的利益及角度出發，絕不
18 可能因甄選「總經銷」，反而使自己處於較之前不利的地
19 位。反之，從原告的角度而言，若原告認知所謂「臺灣地區
20 總經銷」與前合約所指的經銷條件不同，前者「總經銷」之
21 意即為臺灣地區「唯一」、「獨家」可銷售者，被告負有於
22 訂約後應維持原告唯一、獨家銷售的地位，不得再將契約第
23 3條所示15項酒品，供貨給其他人在臺灣地區銷售，被告亦
24 不得在臺灣地區銷售該酒品，而與原告從事競爭行為，則在
25 契約書草案已公開之情況下（見本院卷一第47頁所示招標文
26 件一覽表），原告豈有不在投標就前請被告釋疑「總經銷」
27 之契約地位及其意義？甚至要求在契約中增加被告應配合原
28 告「獨家」經銷的附隨義務條款？然而，本院仔細比對先合
29 約與系爭合約的異同，先合約名稱為「一定金額以上酒類商
30 品『供銷』契約書」；系爭契約則為「臺灣地區『總經銷
31 商』契約書」，但兩者條文均一概使用經銷產品、經銷金額

等字句，後者並未另立特別條文說明所謂「總經銷」與「經銷」究竟有何差別存在，因此前述招標公告所載系爭契約係沿用被告公司「既有版本」自無疑義。且前合約的1年期最低銷售金額為2.4億元，經銷酒類品項共計12項；系爭合約第1年及第2年期最低銷售金額各為3億元，但增加經銷酒類品項至15項（增加「禮盒酒系列」0.6L-50°馬祖陳高十年-福氣滿盈及「釀造酒系列」0.6L及1L裝14°馬祖老酒），並於第二條之一增列「外銷」約定，恰恰足以說明最低銷售金額增加6千萬元之原因。尤其，從被告103至106年銷售明細及銷售排行榜資料（見本院卷一第65-103頁）觀察，被告年度銷售額（包含臺灣及馬祖地區）僅約3至6億元不等，而被告既與原告簽訂前合約供銷酒類，一年期最低銷售金額2.4億元，已佔有整體銷售額相當比例，也沒有僅僅為了增加6千萬元的收入，而將契約變異為「獨家」經銷的必要。是以，原告既然在簽訂系爭契約前3個月，才跟被告簽訂約定內容並無太大差別的前合約，依原告所主張之事實，均未見雙方對於契約「經銷」條款曾有過討論、磋商或互相折衝之情，豈能僅因系爭契約名稱有「臺灣地區總經銷商」字樣，自為有利於自己的解釋？

3. 從而，原告主張依據系爭契約其為第3條所列酒品在臺灣地區的唯一、獨家銷售權人，為本院所不採。

（二）系爭合約終止，是否存有可歸責於被告之事由？

1. 原告已完成第1年期最低經銷金額，但因未能履行第2年期第1季的應經銷金額，經被告發函終止系爭合約等情，已為雙方不爭執的事實，是系爭合約的終止可歸責於原告，可以認定。

2. 然而原告主張：①被告以不實銷售金額誤導原告簽訂系爭合約、②被告未依約收回與其他經銷商簽訂之經銷權限、③被告未配合收回市場上遭法拍之馬祖酒廠酒品、④被告未依約配合原告提出之行銷企劃、⑤被告拒絕提供更多「賣菜郎紀念酒」給原告行銷及拒絕將原告子公司「馬引竿行銷有限公

司」、「馬引竿營業處」合計購買的16,380瓶酒計入經銷金額、⑥被告在履約期間違反系爭合約賦予原告總經銷之地位，違約銷售系爭合約第3條之酒品等情，均為可歸責於被告之事由，是否可採？本院分述如下：

(1)關於原告前述②被告未「依約」收回與其他經銷商簽訂之經銷權限，以及⑥被告在履約期間違反「系爭合約」所賦予原告總經銷之地位，「違約」銷售系爭合約第3條酒品等主張，均基於原告自己解釋其為臺灣地區的唯一、獨家銷售權人，被告不得將契約第3條所示15項酒品，供貨給其他人在臺灣地區銷售，被告亦不得在臺灣地區銷售該酒品之論理基礎。但這種主張，為本院所不採，已如前述，故此部分所指被告違背「附隨義務」，顯不可採。

(2)另原告主張①被告以不實銷售金額誤導原告簽訂系爭合約乙事，原告雖然提出被告公司鄭組長的LINE訊息擷圖（本院卷一第43頁）為據。然而，細查該LINE訊息內容除詳列「馬酒銷售101年5.6億，102年4.6億，103年3.6億，104年3.7億，105年5億，106年5.6億」外，另有同年度「金酒」銷售之對照數據。換句話說，這樣的數據比較，只是顯現馬祖酒廠銷售規模只不過是金門酒廠的幾十分之一而已。或許相對而言，馬祖酒品的銷售量還有成長進步的空間，但生產規模與銷售量息息相關，原告是否要參加系爭合約經銷商的甄選？即便得標後能否在被告客觀的產能、酒品市場競爭等諸多條件限制下，為原告創造經銷利潤？原告還是要如同前述馬祖日報報導內容一樣，審慎評估自己銷售通路佈建完整性、銷售經驗、物流實力、財務資金等等因素，也正如原告在其行銷企劃書所分析：馬祖高粱酒…近年來雖有成長，市佔率仍微不足道，品牌明顯尚未打開，原告因而要從「廣告面、產品面、通路面、價格面、推廣面」破繭而出，應對作法分別為：1.產品力的溝通2.品牌力的強化3.靈活的行銷策略4.創造全通路。因此，被告公司鄭組長所提供的數據，恰恰是原告決定參加

01 經銷商甄選，分析自我優勢，擬定行銷企劃之素材之一，
02 是其在本案訴訟，反而將自身具有十數年經銷酒品經驗，
03 蒐集相關資料，製作行銷企劃書、且公司董事長親自參與
04 評選會議簡報說明，博取評選委員青睞，方能與被告簽訂
05 系爭合約的種種努力成果，簡化推諉係遭鄭組長前開數據
06 「誤導」之結果，如何能採？

07 (3)針對原告主張③被告未配合收回市場上遭法拍之馬酒一
08 節，原告雖提出臺灣新北地方法院封條照片1張（見本院
09 卷一第115頁）為憑。姑且不論，原告並未說明本於何種
10 法律關係，被告有回收市場上遭法拍馬酒的義務，如檢視
11 該封條照片顯示查封日期係107年3月28日，尚在系爭合約
12 107年4月20日簽約之前，原告如此泛論被告對於系爭合約
13 終止，同有可歸責事由，顯不可採。

14 (4)又原告主張④被告未依約配合原告提出之行銷企劃乙事，
15 雖已提出大頭佛娛樂有限公司報價暨合作確認書、報價
16 單、鄭組長LINE對話擷圖、原告公司函（見本院卷一第
17 117至127頁）為證。然系爭合約第11條第1項約定：「為
18 共同行銷本契約經銷之酒品，乙方(原告)得向甲方(被告)
19 提報特定通路或消費者推廣活動案請求行銷支援，甲方於
20 評估審核通過後，在甲方經連江縣議會通過之行銷預算項
21 下之業務宣導費預算中，逐案給與該次活動案總經費不超
22 過50%以內之行銷資源，以為協助配合。」，即原告提報
23 之行銷企劃，應經被告評估審核通過，並在議會通過之預
24 算下比例支應，此條款經核無顯失公平之處，換句話說，
25 被告對於原告所提出之行銷活動企劃及支援與否有決定
26 權，除非原告能證明被告拒絕支援為權利濫用外，應不得
27 逕指為違反約定。何況，前述大頭佛娛樂有限公司報價暨
28 合作確認書中，查無一語與馬酒行銷有關，報價即高達78
29 萬餘元之譜，原告指稱被告未予回應，實可預料。又原告
30 所稱「橡木桶」高粱酒及「好市多」試飲活動，被告均未
31 同意一節，依原告所提出的LINE對話擷圖顯示，亦僅止於

原告與被告公司鄭組長討論而已，尚未達到前述約定的提報評估審核階段，原告以此事由指稱被告違約，難以採取。此外，針對原告提案舉辦「三五成行遊馬祖」（見本院卷一第125頁）、「菸酒專賣店陳列活動」（見同卷第127頁）

函請被告提供補助乙事，依各函文說明3.所載原告係於「活動結束後將旅遊相關費用彙整，提報貴公司審議」或「活動結束後將彙整相關資料，提報貴公司審議」等語，換言之，單純以該2函為據，還不能證實原告已辦理相關促銷活動，及被告有濫權否准等情事，是此部分原告所指被告同有終止系爭合約的可歸責事由，並無證據足以證實。

- (5)關於原告主張被告拒絕提供更多「賣菜郎紀念酒」給原告經銷，更拒絕將原告子公司「馬引竿行銷有限公司」及「馬引竿營業處」購買的酒品計入銷售金額，亦屬違約等情，然而，依系爭合約第3條第3項約定「除上表所列酒品（即前述15項）外，如甲方(被告)以不同包材或不同品質及容量產製之馬祖高粱酒及乙方(原告)依契約第七條規定開發之新產品，均視為新品項，『得』併入契約書中銷售，並列入年度經銷金額中計算」等語。既條文曰「得」，而非「應」，表示被告就第3條列舉以外之新品項，本不在原經銷約定之內（因為年度最低經銷金額3億元，也應由原告依實際市場銷售量作安全庫存準備，依淡旺季及節日，按月、季、金額比例作不同之提貨規劃，其提報給被告之提貨規劃，見本院卷一第309頁），而是另外就新酒品有特別約定，被告有權決定是否將新品項列入年度經銷金額；另外，雙方於107年12月24日另簽訂之「賣菜郎紀念酒」增補合約(見本院卷一第353頁)第一條約定：「乙方(原告)同意向甲方(被告)購買『0.6L-58度-陳年馬祖高粱酒-賣菜郎CEO韓國瑜拚經濟紀念』（即賣菜郎紀念酒)不低於18,000瓶」等語，係約定原告最低購

買量，但非約定被告有無限量提供新品項酒品之義務，因為新品項酒類的熱銷，必然壓縮表列15項酒品的銷量，被告當然不可能無限量供應新品。況且原告於本院準備程序也自陳：被告並無義務提供賣菜郎紀念酒超過18,000瓶之數量義務(見本院卷三第58-59頁)，從而其指稱被告拒絕提供賣菜郎紀念酒供其銷售為違約，顯然毫無根據。另觀察前述增補合約之契約主體為原被告，並不包含原告之子公司，即使原告與「馬引竿行銷有限公司」及「馬引竿營業處」有從屬關係，但法律上仍為不同之法人格，該增補合約之效力本不及於原告之子公司，從而原告主張「馬引竿行銷有限公司」及「馬引竿營業處」之銷售金額也應列入年度銷售額計算，並無法律上理由，不足採取。

(三)被告沒收系爭履約保證金充當違約金是否過高？

1. 當事人得約定債務人不履行債務時，應支付違約金；違約金，除當事人另有約定外，視為因不履行而生損害之賠償總額。但約定債務人不於適當時期，或不依適當方法履行債務時，即須支付違約金者，債權人於債務不履行時，除違約金外，並得請求履行或不履行之損害賠償，民法第250條定有明文。是違約金者，係以確保契約之履行為目的，於當事人間約定債務人不履行債務時，應支付之金錢；而當事人約定債務人有不履行契約義務時，除支付違約金外，尚應負損害賠償責任者，該違約金即為懲罰性違約金；如無此特別約定者，該違約金即為債務不履行時債務人所應賠償之數額，而為賠償額預定性之違約金，亦即一旦有債務不履行情事發生，債權人即不待舉證證明其所受損害係因債務不履行所致及損害額之多寡，均得按約定之違約金，請求債務人支付。
2. 系爭合約第10條約定原告應於簽約日前3日繳交履約保證金1,500萬元，而原告依此約定已繳交相當於1,500萬元之3張彰化銀行人民幣定期存款存單合計人民幣337萬3000元，已為雙方所不爭執。該履約保證金，係由原告預納用以擔保

01 原告契約的履行，與前述違約金係以確保契約之履行為目
02 的，於當事人間「約定」債務人不履行債務時，應支付之
03 金錢，彼此性質相同。惟針對系爭合約中關於「沒收履約
04 保證金」的約定，分別有第6條第4項：「甲方（即被告，
05 下同）按乙方（即原告，下同）所提各年期『分月提貨計
06 畫書』每季度檢討金額乙次，若乙方每季度經銷金額未達
07 當年期「分月提貨計畫書」之當季應經銷金額時，應主動
08 於次季度之第一個月內逕行補足，屆期未補足，甲方得不
09 經通知逕行終止契約，並『沒收履約保證金』」；第5項：
10 「乙方於各年期未達成該年期最低經銷金額時，甲方得不
11 經通知逕行終止契約，並『沒收履約保證金』」；第6項：
12 「乙方拒絕履行契約，或其情形可認為拒絕履行契約時，
13 甲方得終止本契約，並『沒收乙方履約保證金』」以及第
14 13條當契約簽訂後，乙方發生營運或財務上重大事故，履
15 約無從確保，甲方得通知乙方終止契約，並沒收履約保證
16 金。另於第14條第3項約定：乙方將經銷酒類摻製銷售或銷
17 售仿偽品經查獲者，甲方得終止本契約，並沒收履約保證
18 金作為「懲罰性違約金」。如甲方受有其他損害，乙方並
19 應負損害賠償責任；第19條則約定「除本契約另有規定，
20 乙方有下列情形之一者，甲方除停止供貨外，並得不經定
21 期催告逕以書面解除或終止契約，並『沒收履約保證金作
22 為懲罰性違約金』，如有損害並得請求損害賠償」等語
23 （另第9條第4項第2款、第10條第4項均有懲罰性違約金之
24 約定，因與沒收履約保證金之情形不同，不予贅述）。由
25 此可見，同為「沒收履約保證金」的約定，有屬懲罰性違
26 約金態樣者，而前述第6條第4、5項「未達最低經銷金額」
27 情形，則均屬損害賠償總額預定性質，此亦經雙方所是認
28 （見本院卷三第57頁）。原告因未達系爭合約第2年期第1季
29 經銷金額，且未主動依約於次季度之第1個月內逕行補足，
30 被告遂於108年9月10日以公廠營字第1080001436號函告原
31 告依系爭合約第6條第4項約定終止契約，並沒收違約金，

有該函在卷可查（見本院卷一第151頁），原告自承第1年期最低經銷金額勉強完成，第2年期金額無法履行無誤，則被告依前述約定終止契約及沒收履約保證金，本屬有據。

3. 然約定之違約金額過高者，法院得減至相當之數額，民法第250條第1項及第252條定有明文；而約定之違約金額是否過高、相當，應就債務人若能如期履行債務時，債權人可得享受之一切利益為衡量之標準數額，又是否相當仍須依一般客觀事實、社會經濟狀況及當事人所受損害情形，以為酌定標準（最高法院50年台上字第19號、19年上字第1554號判決意旨參照）。又「債務已為一部履行者，得比照債權人因一部履行所受之利益，減少違約金」，亦為同法第251條所明定。依前所述，依系爭合約第6條第4、5項之「沒收履約保證金」之約定，屬損害總額預定性質。但原告預繳履約保證金金額一致，原告各種違約之情節不同，客觀上所造成被告損害必然不盡相同，被告無論情節輕重，俱為「全額」沒收之約定，已見其不合理之處。至於原告主張被告同有前述終止契約之可歸責事由，本院前已一一說明不可採信的理由，而被告抗辯因原告違約而另行招標，等同於系爭合約第2年期自108年4月20日至同年12月，被告均無經銷商代為銷售產品，近8個多月產能閒置，期間所受損害及所失利益總額顯然超過原告繳納的履約保證金金額等語，雖亦未能提出相關證據證明，但被告產製酒品非一蹴可幾，需經過多道製程及相當時間來儲藏熟成，最後才能裝瓶應市，是本於系爭合約內容，被告須依照原告所提出的分月提貨計畫書，「預先」生產以備原告提貨經銷，原告任意違約，被告必然受到損害，乃當然之理，無須證明。因此，原告主張本件違約金應酌減至「零」，顯不可採。惟本院斟酌本件履約保證金，係擔保全部契約期間之履行責任，依雙方不爭執的事實，原告已盡力履行第1年期的最低經銷金額，換言之，被告仍獲得該年期相應的履行利益，被告如有損害應集中於第2年期部

分，是依民法第251條規定，參酌被告108年度營業收入淨額猶較107年度之金額稍有增長，相對之營業成本確實增加，有被告107、108年度損益及稅額計算表在卷可憑（見本院卷三第213至215頁），因認被告全額沒收履約保證金人民幣337萬3,000元顯然過高，以原告已經履行契約之比例，酌減違約金半數為適當，經酌減部分，原告基於返還不當得利之法律關係，請求被告返還人民幣168萬6,500元之範圍內，為有理由，應予准許。

六、另依民法第229條第2項、第233條第1項前段、第203條規定，給付無確定期限者，債權人以起訴狀繕本催告債務人給付而未給付時，債務人自收受起訴狀繕本時起，負遲延責任，債權人得請求按週年利率5%計算之法定遲延利息。原告主張被告沒收之履約保證金充當違約金過高，請求本院酌減違約金，並依不當得利法律關係請求被告返還，因原告請求被告應給付之金額，並未定有給付之期限，又原告之起訴狀繕本係於109年1月3日送達被告，有送達回證為佐（見本院卷一第171頁），從而，原告請求被告返還人民幣168萬6,500元及自109年1月4日至清償日止，按週年利率5%計算之利息部分，為有理由，應予准許。原告逾上開範圍之請求，為無理由，應予駁回。

七、原告勝訴部分，雙方均陳明願供擔保，請求准予宣告假執行或免為假執行，於法並無不合，爰分別酌定相當擔保金額准許之。至於原告敗訴部分，其所為假執行之聲請已失所依附，應駁回之。

八、本件事證已經明確，雙方所提出的攻擊、防禦方法及證據，經過本院斟酌後，認為均不足以影響本判決的結果，因此不再逐一論述。

八、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第79條。

中 華 民 國 110 年 4 月 28 日

民事庭 審判長法官 王邁揚

法官 黃瑞成

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。

附錄：

民事訴訟法第三百九十二條：

法院得宣告非經原告預供擔保，不得為假執行。

法院得依聲請或依職權，宣告被告預供擔保，或將請求標的物提存而免為假執行。

依前項規定預供擔保或提存而免為假執行，應於執行標的物拍定、變賣或物之交付前為之。

中 華 民 國 110 年 4 月 29 日

書記官 陳建瑜