臺灣臺中地方法院民事簡易判決

114年度中簡字第2693號

原　　告　甲男　　（真實姓名住居詳卷）
訴訟代理人　夏家偉律師
　　康皓智律師
上　一　人
複 代理 人　蕭凡森律師
　　洪家駿律師（言詞辯論終結後解除委任）
被　　告　張禮安
訴訟代理人　史洱梵律師

上列當事人間請求損害賠償事件，經刑事庭移送前來，本院於民國115年6月9日言詞辯論終結，判決如下：

主　文

一、被告應給付原告新臺幣貳拾柒萬零伍佰伍拾元及自民國一百一十四年七月十九日起至清償日止，按週年利率百分之五計算之利息。

二、原告其餘之訴駁回。

三、訴訟費用由被告負擔百分之九，餘由原告負擔。

四、本判決第一項得假執行；但被告如以新臺幣貳拾柒萬零伍佰伍拾元為原告預供擔保，得免為假執行。

五、原告其餘假執行之聲請駁回。

事實及理由要領

一、本判決依民事訴訟法第434條第1項規定，合併記載事實及理由要領，其中兩造主張之事實，並依同項規定，引用當事人於本件審理中提出之書狀及言詞辯論筆錄。

二、本院之判斷：

㈠原告主張被告於民國112年12月16日，在臉書網頁上貶損原告之名譽等情，有本院114年度簡字第563號刑事簡易判決在卷可稽（見本院卷第15至20頁），並經本院調取該案卷宗核閱無誤，自堪信為真實。被告固抗辯係因原告騙取被告感情並發生性行為，被告始為前開判決所指言論（下稱系爭言

論），原告係與有過失云云。按損害之發生或擴大，被害人與有過失者，法院得減輕賠償金額，或免除之，民法第217條第1項固有明文。惟過失相抵原則，必須被害人之行為與加害人之行為均為損害之共同原因，且被害人之行為須就損害之發生或擴大予以助力，而與損害之發生或擴大有相當因果關係，始足當之。查被告所為系爭言論已涉及原告之性生活資訊，為憲法性自主權及隱私權保障範圍，本不得任意公開揭露，被告不循合法途徑理性解決，竟故意以系爭言論妨害原告之名譽，此為原告難以預料之結果，且與被告所指兩造間之感情糾紛，並無相當因果關係，況依卷內證據，亦無從認定原告有何過失行為致其名譽及隱私受侵害，原告就本件損害之發生即無過失可言，自無民法第217條過失相抵規定之適用。被告否認應負賠償責任，委無可採。

㈡原告得請求之損害賠償金額：

1.代言廣告費用之損失：

原告主張其因被告所為系爭言論，致其與訴外人紅心整合行銷工作室（下稱紅心工作室）間之雪鐵龍汽車新車上市宣傳代言，及訴外人三艾創意有限公司（下稱三艾公司）間之New Balance品牌合作案，均因而終止，以每件原定報酬新臺幣（下同）250,000元為計，共受有500,000元之損失等情，並提出合約書、電子郵件、通訊軟體LINE對話紀錄為憑（見本院卷第49至77頁），此為被告所否認，並抗辯被告所為系爭言論僅係對於原告本人，而非對於原告所成立之工作室（真實名稱詳卷，下稱乙工作室）云云。經查：

⑴按私人獨資經營之商號，雖亦係以商號名義為交易，然既與非法人之團體有別，自仍應以該私人為當事人。獨資與合夥不同，前者為一人出資之事業，後者為二人以上互約出資以經營共同事業之契約，在訴訟上前者等於該出資之自然人，後者則為非法人團體。獨資經營之商號，固難認為有當事人能力，其以商號名稱為當事人，並列自己名義為法定代理人而為訴訟行為者，因與實際上自為當事人無異。妨害商號之

名譽，自與該商號股東或經理人之名譽有關（最高法院41年台上字第1040號判例、99年度台上字第948號、97年度台抗字第666號裁判意旨、司法院院字第534號解釋參照）。乙工作室由原告獨資設立經營，係一獨資事業，其性質與獨資商號無異，有經濟部商工登記公示資料可佐。被告對原告為系爭言論，侵害原告之名譽，自係侵害乙工作室之名譽，是乙工作室以其為本件名譽受侵害之被害人自居，核屬有據。則乙工作室即原告主張被告應負財產及非財產上之損害賠償，為有理由。

⑵乙工作室與紅心工作室於112年11月20日簽立合約書，約定自112年11月20日起至同年12月20日止，由紅心工作室安排乙工作室為寶嘉聯合股份有限公司旗下代理汽車品牌雪鐵龍CITROËN進行新車上市相關之線上宣傳，報酬總金額為250,000元等情，有合約書在卷可稽（見本院卷第271至279頁）。又紅心工作室函覆本院略以「紅心工作室與乙工作室合作之原因，係紅心工作室品牌傳達之精神，包含設計、風格、個人特色，與乙工作室傳達之價值符合。嗣與乙工作室終止合作，確實是因為原告與異性之風波事件，考量品牌形象與整體觀感，決定暫停合作，此外，紅心工作室在審視已拍攝之影片內容時，也發現其中題材選擇與呈現方式上，皆存在較高風險與爭議性。即便未發生該風波事件，該支影片內容本身仍有多處需要調整與重新討論之處（包含題材方向與拍攝設定），但原則上並不至於因此直接終止合作關係。當時的決定，是在多重考量下所做出之綜合判斷。又紅心工作室就本合作案之臨時暫停，亦受有經濟上不利益與營運損失，最終僅就已實際發生之必要支出以實報實銷方式處理，致紅心工作室原可取得之專案報酬及預期利潤未能實現」等語，有紅心工作室函文、合約書、電子郵件及統一發票附卷可考（見本院卷第265至335頁）；三艾公司函覆本院略以「三艾公司與乙工作室自108年起即建立合作關係，迄今仍持續合作。三艾公司選定乙工作室合作之原因，主要係依據品牌需

求、創作者之市場知名度及內容風格等因素進行評估與推薦。被告在臉書網頁上為系爭言論當時，三艾公司直接受影響之合作案件，包含與New Balance品牌之合作，以及其他客戶之商業合作，均因相關輿論影響而中止或暫停執行，因此，三艾公司基於商業合作考量，已暫停與乙工作室之合作安排。至於是否與被告於臉書網頁發表之系爭言論直接相關，係因相關言論所引發之市場反應及合作風險評估，進而影響合作之繼續進行。決定停止合作之因素，是因三艾公司所提案皆因品牌係綜合考量品牌形象、公眾觀感、合作客戶需求及整體商業利益後，作成停止合作之決定」等語，有三艾公司函文、委刊單、LINE對話紀錄及付款憑證存卷足參（見本院卷第357至365頁）。

⑶由上可知，乙工作室於被告發表系爭言論前，已分別與紅心工作室及三艾公司成立品牌代言合作案，嗣因受系爭言論之影響，考量品牌形象、公眾觀感、商業利益與整體觀感等因素後，始與乙工作室結束代言合作關係，堪認原告確因被告所為系爭言論而受有代言廣告費用之損失甚明。被告雖否認上情，惟並未提出反證證明原告未因此而受影響，所辯自無可採。

⑷乙工作室與紅心工作室及三艾公司終止原定之品牌代言合作案時，亦同時免於相關成本支出，自亦減省營業成本，故扣除乙工作室之營業支出等成本後，始為乙工作室所受營業損失。而乙工作室於112年間之純益率為4.11%，有112年度損益及稅額計算表為憑（見本院卷第89頁），且為兩造所不爭執（見本院卷第382頁）。又乙工作室與紅心工作室約定之品牌代言報酬為250,000元，業如前述，原告雖未提出乙工作室與三艾公司約定之報酬金額，惟按當事人已證明受有損害而不能證明其數額或證明顯有重大困難者，法院應審酌一切情況，依所得心證定其數額，民事訴訟法第222條第2項定有明文。本院審酌三艾公司與乙工作室合作之初，三艾公司所考量之品牌需求、創作者市場知名度及內容風格，綜合品

牌形象、公眾觀感、商業利益與整體觀感等因素，認原告主張其為三艾公司負責之New Balance品牌合作案之報酬250,000元，應屬可採，且純益率亦為4.11%，則於扣除營業成本後，原告所受代言廣告費用之損失應為20,550元〔計算式：（250,000＋250,000）×4.11%＝20,550〕，逾此部分之請求，則屬無據。

2.商譽權損害：

⑴原告主張被告所為系爭言論侵害其名譽，致多家廠商與其解約、終止合作，連帶影響原告後續接案、廣告代言、業務配合，業務量大幅減少近50%，受有3,000,000元之商譽權損害，固提出電子郵件、Google網頁新聞搜尋、111至113年度營利事業所得稅結算、損益及稅額計算表為據（見本院卷第75至93頁）。惟按當事人主張有利於己之事實者，應就其事實有舉證責任，民事訴訟法第277條有明文規定；又主張法律關係存在之當事人，須就該法律關係發生所須具備之特別要件，負舉證責任。民事訴訟如係由原告主張權利者，應先由原告負舉證之責，若原告先不能舉證，以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舉證，或其所舉證據尚有疵累，亦應駁回原告之請求。次按關於侵權行為賠償損害之請求權，以受有實際損害為成立要件，若絕無損害亦即無賠償之可言。損害賠償之債，以有損害之發生及有責任原因之事實，並二者之間，有相當因果關係為成立要件。故原告所主張損害賠償之債，如不合於此項成立要件者，即難謂有損害賠償請求權存在。申言之，侵權行為所發生之損害賠償請求權，應具備加害行為、侵害權利、行為不法、致生損害、相當因果關係、行為人具責任能力及行為人有故意或過失等成立要件，若任一要件有所欠缺，即無侵權行為責任之可言，且原告應就上開要件負舉證責任。

⑵經查，原告雖提出上開電子郵件、Google網頁新聞搜尋、111至113年度營利事業所得稅結算、損益及稅額計算表為證，惟原告自承為網路名人（簡稱網紅），其收入來源為直播時

之觀眾贊助、直播及Youtube影音平臺之廣告費、廠商廣告代言及業務配合之報酬等（見本院卷第43頁），而該等工作收入之高低與否，除受網紅個人內在之形象、魅力、特質等條件影響外，尚與外在之經濟環境、社會時事、國際局勢、觀看者主觀心態等非可由原告控制之不特定因素所影響，則原告主張其因被告所為系爭言論而影響其整體收入云云，已屬有疑。

⑶原告所舉111至113年度營利事業所得稅結算、損益及稅額計算表，雖可見其自111年至113年間之整體營業收入總額有逐年下降之趨勢，惟該等資料無法呈現原告因被告所為系爭言論所減少之具體金額究竟為何，且亦無法排除係因原告個人以外之外在因素所致，自無從為有利原告之認定。

⑷再者，原告所稱因被告上開行為，致其所合作之統一純喫茶廣告廠商，要求其將廣告貼文撤除下架等情，經訴外人瑞奧股份有限公司（下稱瑞奧公司）函覆本院略以「瑞奧公司曾受統一企業股份有限公司（下稱統一公司）之委託，與乙工作室進行統一公司旗下產品純喫茶之網路宣傳服務合作。瑞奧公司選定乙工作室進行本專案合作，係因其符合合作產品之品牌形象與統一公司提出之本專案宣傳需求。於本專案完成後，因乙工作室與被告間之爭議事件，瑞奧公司按與統一公司間之協議共識，於112年12月22日以電子郵件通知乙工作室及其團隊協助將前為本專案所發布之社群軟體Instagram貼文予以隱藏」等語，有該公司115年3月4日瑞法字第1150003002號函及檢附合約書、統一發票、電子郵件在卷足憑（見本院卷第235至251頁），參以瑞奧公司與乙工作室於109年8月27日簽立之合約書，雙方合約期間係自109年8月27日起至109年9月30日止，且瑞奧公司業於109年9月9日將製作費給付予乙工作室，有上開合約書及統一發票為佐（見本院卷第237至249頁），足見原告已取得瑞奧公司與其合作之廣告報酬，且該合約已於109年9月30日期滿終止，原告並未受有損害甚明。縱原告因被告所為系爭言論而遭瑞奧公司通知將前

開Instagram之廣告貼文予以隱藏，然此僅屬瑞奧公司單方之避險行為，原告執此主張其商譽受有損害，並無所據。此外，原告復未舉證證明其因被告所為系爭言論，受有何商譽權之損害，揆諸上開說明，原告既無法陳明商譽實際受損範圍與金額為何，亦未舉證證明因可歸責於被告之事由，致其收入減少，而確有商譽損失或其他損害，原告此部分請求，自無從准許。

3.名譽權損害之精神慰撫金：

⑴按因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任。故意以背於善良風俗之方法，加損害於他人者亦同。違反保護他人之法律，致生損害於他人者，負賠償責任。但能證明其行為無過失者，不在此限。不法侵害他人之身體、健康、名譽、自由、信用、隱私、貞操，或不法侵害其他人格法益而情節重大者，被害人雖非財產上之損害，亦得請求賠償相當之金額，民法第184條、第195條第1項前段分別定有明文。查被告以系爭言論加重誹謗原告，及非法利用個人資料，足以貶抑原告人格及名譽、隱私等評價，致原告精神上感到相當之痛苦，被告所為自構成侵權行為。是原告本於侵權行為之法律關係，請求被告給付精神慰撫金，核屬有據。

⑵次按不法侵害他人之人格權，被害人受有非財產上損害，請求加害人賠償相當金額之慰撫金時，法院對於慰撫金之量定，應斟酌實際加害情形、所造成之影響、被害人痛苦之程度、兩造之身分地位經濟情形及其他各種狀況，以核定相當之數額。查原告為77年生，大學畢業，獨資經營乙工作室；被告則為81年生，大學畢業，目前為外拍模特兒，業據被告於本院審理時陳明在卷（見本院卷第156頁），並有個人戶籍資料查詢結果為憑（見本院卷證物袋），而兩造之財產所得狀況亦有稅務T-Road資訊連結作業查詢結果可佐（見本院卷證物袋）。本院審酌兩造之身分、地位、經濟能力、本件發生原因、被告之加害情節及原告所受精神痛苦程度等一切情狀，認原告請求精神慰撫金500,000元，尚嫌過高，應以2

50,000元為適當，逾此部分不應准許。

4.綜上，被告應賠償之金額合計為270,550元（計算式：代言廣告費用之損失20,550元＋精神慰撫金250,000元＝270,550元）。

三、綜上所述，原告依侵權行為之法律關係，請求被告給付270,550元，及自起訴狀繕本送達翌日即114年7月19日（見簡附民卷第11頁）起至清償日止，按週年利率百分之5計算之利息，為有理由，應予准許。逾此範圍之請求，為無理由，應予駁回。

四、本件原告勝訴部分係就民事訴訟法第427條訴訟適用簡易程序所為被告敗訴之判決，依同法第389條第1項第3款規定，應職權宣告假執行。被告陳明願供擔保，請准免為假執行，核無不合，併酌定相當擔保金額准許之。至原告就敗訴部分所為之聲請，因訴之駁回而失所依據，不予准許。

五、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及證據，核與判決之結果不生影響，爰不一一論列，併此敘明。

六、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第79條。

中　　華　　民　　國　　115　　年　　7　　月　　21　　日

臺灣臺中地方法院臺中簡易庭

法　官　董惠平

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　　115　　年　　7　　月　　21　　日

書記官　張隆成