

臺灣臺南地方法院民事判決

111年度重訴字第184號

原告 豪聲唱片有限公司

法定代理人 吳欽源 地址：臺南市○○區○○路0段00號2樓

訴訟代理人 黃溫信律師

被告 王喬幼

吳泓毅

共同

訴訟代理人 蘇文斌律師

許婉慧律師

郭子誠律師

方彥博律師

上列當事人間請求給付違約金事件，本院判決如下：

主 文

原告之訴及其假執行之聲請均駁回。

訴訟費用新臺幣10萬元由原告負擔。

事實及理由

壹、原告主張略以：

一、聲明：

1. 被告王喬幼、吳泓毅應連帶給付原告新臺幣（下同）1,000萬元，及自起訴狀繕本送達之翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。

2. 原告願供擔保，請准宣告假執行。

二、原告與被告王喬幼簽訂基本歌星合約（下稱系爭合約），被告吳泓毅則擔任被告王喬幼之連帶保證人。由原告聘請被告王喬幼為基本歌星，約定自民國108年9月1日至113年8月31日止，共五年之期間。有關被告王喬幼之一切數位影碟、影像、聲音等一切有聲出版品均授權原告處理，且於合約期間內，被告王喬幼之一切錄音、視聽著作權、肖像權（包括臺灣及世界）全部歸由原告所有，且其未經原告之書面同意，

01 不得另為其他公司或個人錄製或發行數位影碟、音樂等一切
02 有聲出版物。若被告王喬幼未能履行上開義務，且未事前以
03 書面通知原告，並經原告認可時，視同違約。

04 三、不料，被告王喬幼於合約期間，未經原告同意，即與訴外人
05 陳玉立合作，由陳玉立為其錄製「感謝有恁作伴」、「用心
06 用愛看世界」、「幸福的鎖匙」歌曲（下稱系爭歌曲），被
07 告王喬幼並於如附表所示之日期、地點公開演唱系爭歌曲，
08 且上傳影片至Youtube網站頻道，供不特定人觀賞，其已違
09 反系爭合約第3條之約定，原告依系爭合約第4條、第8條之
10 約定，得請求被告王喬幼給付1,000萬元之懲罰性違約金。
11 又被告吳泓毅為系爭合約之連帶保證人，依系爭合約第10條
12 之約定，其對於被告王喬幼因違約而致原告蒙受損失時，其
13 應連帶負損害賠償責任，其等二人併聲明同時放棄先訴抗辯
14 權，原告依連帶保證之法律關係，得請求被告吳泓毅就被告
15 王喬幼所負之債務負連帶保證責任，故依上開約定及民法第
16 739條、第272條之規定，請求被告王喬幼、吳泓毅連帶給付
17 1,000萬元及遲延利息。

18 四、原告對於被告王喬幼、吳泓毅之答辯，陳述意見如下：

19 （一）被告王喬幼委由陳玉立為其錄製單曲音樂「感謝有恁作
20 伴」，並藉由Youtube網站頻道播送與不特定人觀賞，該單
21 曲首播日為111年4月22日。另被告王喬幼於Youtube網站頻
22 道公開播送前，其於各大廟會場合公開演唱上開歌曲，諸如
23 111年2月3日臺中新社廟會、2月10日王喬幼社團、2月12日
24 花蓮花燈元宵活動、2月15日臺中樂成宮、3月4日臺中沙鹿
25 晚會、3月19日臺中大里瓦瑤福德宮、4月2日鹽行天后宮、5
26 月14日三立電視台超級夜總會錄影節目、6月3日桃園竹圍福
27 海宮廟會等，被告王喬幼均有公開演唱「感謝有恁作伴」歌
28 曲。

29 （二）陳玉立為被告王喬幼錄唱單曲音樂「用心用愛看世界」，並
30 由Youtube網站頻道播送給不特定人觀賞，該單曲首播日為
31 111年4月25日。被告王喬幼在Youtube網站頻道播送前，亦

01 將上開歌曲於各廟會場合演唱，例如：111年5月14日超級夜
02 總會錄影現場、6月3日桃園竹圍福海宮廟會，其均有公開演
03 唱「用心用愛看世界」歌曲，並上傳至Youtube網站頻道。

04 (三)陳玉立為被告王喬幼錄唱單曲音樂「幸福的鎖匙」，並於自
05 行接洽之廟會活動中演唱，且上傳影片至Youtube網站頻道
06 供不特定人觀賞。被告王喬幼於111年6月3日在桃園竹圍福
07 海宮廟會演唱「幸福的鎖匙」歌曲，並上傳至Youtube網站
08 頻道。

09 (四)被告辯稱系爭合約第3條之真意，應只限於數位影碟、音樂
10 之實體出版物，與現行唱片業之唱片合約不符。

11 1. 以前實體唱片年代，音樂人需要與唱片公司或是代理發行商
12 合作，將製作好的實體唱片販售到唱片行等店面通路。惟在
13 串流音樂已經成為主流的現在，音樂串流平臺取代了實體唱
14 片，成為大眾聆聽音樂的主要管道。音樂人不需要灌錄實體
15 唱片，只要數位音檔、封面素材、專輯資訊，即可上傳串流
16 平臺。

17 2. 現行唱片業之音樂傳銷方式，均非僅錄製實體光碟，包含網
18 路單曲或網路音樂串流之播送，被告辯稱：「原告為唱片公
19 司，業務亦多為製作傳統專輯影片，故探究系爭合約第3條
20 之意思，應只限於數位影碟、音樂之實體出版物。」，顯屬
21 個人主觀之曲解，誤解現行唱片公司經營傳銷，不符合兩造
22 締約真義。

23 (五)被告王喬幼辯稱：「其僅將歌曲上傳至Youtube網站頻道，
24 使用者只得於該網站之網頁端或使用手機程式進行觀看，並
25 無法下載重製影音檔案，未有散布重製物之行為。」等語，
26 惟：

27 1. 縱使用者係無償自Youtube網站頻道觀賞系爭歌曲，被告王
28 喬幼公開將其自行製作之音樂播送，已屬著作權法第3條第1
29 項第10款規定之「公開傳輸」，被告王喬幼在歌星合約期
30 間，不得以個人名義自行散布或發行音樂著作。上開約定之
31 主要目的在於「利益衝突原則」，因兩造簽訂系爭合約，被

告王喬幼在音樂市場已被認定係原告旗下歌星，若可任其自由發行或錄製音樂專輯，則被告王喬幼發行自己之音樂，必然與原告發生利益衝突，易使閱聽大眾誤信或混淆係原告為被告王喬幼製作，亦有品牌認同之混淆危險，是為避免音樂發行市場上之利益衝突，唱片公司均會限制旗下歌手自行或與第三人聯合發表創作音樂，此為系爭合約第3條限制之目的。

2. 兩造間有收益分配之爭議，被告王喬幼故意讓其他製作人為其製作唱片，且透過Youtube網站頻道無償公開播送，顯然違約。被告王喬幼雖辯稱：「該詞曲並非原告製作，著作權並非原告所有。」，然原告從未爭執被告王喬幼委託陳玉立製作系爭歌曲之著作權利歸屬，原告係爭執被告王喬幼在系爭合約之有效期間，未經原告同意即自行與第三人公開發表音樂創作，而違反系爭合約。

(六)被告王喬幼以翻唱歌曲在網路上分享而舉例辯解，惟未經授權就翻唱他人受到著作權保障之歌曲，並上傳影片，即為以重製及公開傳輸之方法侵害他人的著作權，被告王喬幼明知故犯，顯見其惡意。又被告王喬幼在Youtube網站經營「喬幼-芒果公主」之個人專屬頻道，供不特定人訂閱，訂閱人數約23萬人，「喬幼-國際粉絲後援會」訂閱人數約7萬6,000人。而被告王喬幼將自己錄製歌曲放在Youtube網站頻道，提供不特定人點閱瀏覽，其獲利來源主要是廣告營利、廠商業配、聯盟行銷，被告王喬幼辯稱其僅係供粉絲聆聽並無獲利等語，顯然不實。

(七)系爭合約第3條約定「不得另為其他公司或個人錄製或發行數位影碟、音樂等一切有聲出版物」，係為避免利益衝突，被告王喬幼在系爭合約之有效期間內，應以原告之利益為重，豈能自行經營Youtube網站頻道，並自行錄製新歌或接洽演藝活動而與原告競爭。

(八)被告王喬幼抗辯違約金應酌減至5萬元等語，惟：

- 01 1. 系爭合約第4條第2項、第8條已明文1,000萬元係屬懲罰性違
02 約金，該違約金之約定係以強制被告王喬幼依約履行為目
03 的，而非僅係為減輕因債務不履行所造成原告之損害。
- 04 2. 被告王喬幼係於111年2月間委託陳玉立製作系爭歌曲，然在
05 此之前，被告王喬幼早已假借報酬計算問題，於110年10月5
06 日發函給原告請求閱覽帳務，且以查帳為名而於110年11月
07 間向本院提起110年度訴字第1664號民事訴訟，更於111年2
08 月18日終止經紀合約，被告王喬幼顯係因與原告有經紀契約
09 之爭議而故意違約以為報復。
- 10 3. 原告對旗下歌星之培養，耗費之成本難以計數，例如：唱片
11 製作暨發行時之行銷費用約為200萬元至300萬元，專輯製作
12 完成後，需要拍攝MV推銷專輯，專輯拍攝、製作、剪輯等每
13 次花費約120萬元至150萬元，廣告行銷部分，花費約300萬
14 元至500萬元，是原告自105年起積極培育被告王喬幼，至今
15 已耗費鉅資。原告將被告王喬幼由默默無名之素人，成功地
16 以芒果公主形象，在臺語唱片市場塑造出個人風格與品牌。
- 17 4. 被告王喬幼於簽立系爭合約時，已盱衡自己履約之意願、經
18 濟能力、違約時可能負擔之責任等主、客觀因素，本諸自由
19 意識及平等地位自主地決定與原告簽立系爭合約，自應受系
20 爭合約之拘束。被告王喬幼未舉證證明其受有強暴、脅迫而
21 簽立系爭合約，其辯稱締約地位不平等，純屬主觀藉詞。又
22 被告王喬幼辯稱：發行1張專輯其僅獲得10萬元之報酬，違
23 約金卻高達1,000萬元等語。然如上所述，原告耗費鉅資培
24 育其成為中南部家喻戶曉之芒果公主，其豈能任意抹煞？其
25 未能證明原告請求之懲罰性違約金有何過高而顯失公平之情
26 事，自不得於違約後，再抗辯應予酌減。是考量被告王喬幼
27 故意違約致與原告形成利益衝突，且有利用原告品牌搭便車
28 之嫌疑，又依系爭合約之違約條款專責之契約關係，當事人
29 有依約履行之義務，否則，當事人可任意拒絕給付，無疑將
30 對債務之履行造成阻力，而妨礙當事人間之意思活動，且將
31 一方之違約導致之不利益歸由他方分攤，亦非公平。原告請

01 求被告王喬幼給付懲罰性違約金1,000萬元，並無不當，且
02 無過高而應予酌減之必要。

03 (九)被告王喬幼應證明本件違約金約定過高：

- 04 1. 原告與被告王喬幼間之歌星契約曾兩度議約（103年至108
05 年、108年至113年），系爭合約第8條關於違約金1,000萬元
06 部分並未修正，顯見被告王喬幼同意該違約金之約定，否
07 則，何以108年續定歌星契約時，未將該條款加以討論或修
08 正。被告王喬幼於111年2月無故終止其與原告間之經紀契
09 約，惡意毀約有意自立門戶，乃找尋陳玉立為其錄唱系爭歌
10 曲，被告王喬幼蓄意毀約，違約情節更非輕微，若被告王喬
11 幼可不附任何理由逕將原約定之1,000萬元，單方主張酌減
12 為5萬元，試問，如何發揮契約確保債權效力之強制效果，
13 兩造又何須締定該歌星契約？
- 14 2. 被告王喬幼辯稱：被告王喬幼於103年與原告議約前，已小
15 有名氣等語，然被告王喬幼並未舉證以實其說，不可採信。
16 且若被告王喬幼當時已屬知名人士，又何須仰賴原告之名氣
17 培養其當歌星，原告耗費鉅資將被告王喬幼打造成臺語界之
18 芒果公主，此種形象塑造，顯非被告王喬幼能力可及。被告
19 王喬幼可提出103年之前自己接廟會活動之收入，與現在之
20 廟會活動收入相比，兩者相比差距懸殊，足見原告型塑有
21 功。且103年之前，被告王喬幼僅係默默無名之素人歌手，
22 亦無廠商接洽代言活動，然經原告數年努力經營型塑被告王
23 喬幼成為芒果公主，現今有多家廠商指定由其代言產品，被
24 告王喬幼實為原告努力經營之最大獲益者。
- 25 3. 被告王喬幼提出新聞報導網頁資料以證明其已小有名氣，然
26 該報導之日期為104年3月10日，此係在原告為被告王喬幼進
27 行形象改造計畫之後，原告對外之廣告宣傳內容。被告王喬
28 幼於103年之前，毫無知名度。惟因其加入原告豪聲唱片
29 （豪記集團），原告自當竭盡全力型塑其形象，包括廣發各
30 項宣傳稿、或由原告自行撰述文稿拜託各大媒體記者改寫並
31 刊登於各新聞公眾媒體，用最短時間型塑被告王喬幼之個人

01 形象，讓被告王喬幼成為南臺灣家喻戶曉之購物天后，若非
02 原告之努力，被告王喬幼豈有可能在短短約3年時間（103至
03 105年間）即急速竄起而有其現在知名度與芒果公主之高
04 人氣，是被告王喬幼提出之剪報內容既為原告廣告外宣之
05 文案，並非可佐證被告王喬幼於103年加入原告團隊以前，
06 已具有相當之知名度。

- 07 4. 發行唱片之片酬為10萬元，此係兩造商議之約定，並無不公
08 平。自110年7月起至111年10月10日止，僅此15個月期間，
09 被告王喬幼之代言、廟會及商演活動逾百件，獲利逾800萬
10 元。被告王喬幼辯稱：其須將商演活動之純益30%給原告等
11 語，因原告培養旗下歌星，每1張專輯耗費之成本難以計
12 數，此係唱片製作暨發行時之行銷費用約200萬至300萬元，
13 拍攝MV推廣專輯花費約120萬至150萬元，廣告行銷花費約30
14 0萬至500萬元。

15 貳、被告王喬幼、吳泓毅答辯略以：

16 一、聲明：原告之訴駁回。

17 二、被告王喬幼並未違約：

18 （一）系爭合約第3條已明定「在合約期間，乙方一切錄音、視聽
19 著作權、肖像權（包括臺灣及世界）全部歸由甲方所有。乙
20 方未得甲方之書面同意，不得另為其他公司或個人錄製或發
21 行數位影碟、音樂等一切有聲出版物。」，因原告為唱片公
22 司，其業務多為製作傳統專輯影片，所謂「有聲出版物」應
23 只限於數位影碟、音樂之實體出版物。

24 （二）依著作權法第3條第1項第12款、第14款之規定，「發行」
25 者，應係指將重製物散布，而通常散布之方式係指以銷售、
26 贈與等移轉所有權，或以出租或出借之方法，將著作物提供
27 給公眾交易或流通。「散布」者，應指散布有體物之著作原
28 件或重製物，而公開演出、網路上的傳輸或播送等應不屬於
29 散布權之範疇。

30 （三）原告主張被告王喬幼將歌曲上傳至Youtube網站頻道，違反
31 系爭合約等語。惟該網站係線上影音分享網頁，使用者只能

01 在該網站之網頁端或使用手機程式觀看，無法下載及重製影
02 音檔案，自無散布重製物之行為。被告王喬幼雖將系爭歌曲
03 之音樂檔案上傳至Youtube網站而有公開播送之行為。然系
04 爭歌曲並非原告製作，著作權並非原告所有，且Youtube網
05 站頻道只能線上觀看，並非系爭合約約定之「發行有聲出版
06 物」之限制範圍，難認被告王喬幼有違約之行為。再者，系
07 爭歌曲係被告王喬幼參與詞曲創作而生之成果，其無償傳送
08 至Youtube網站頻道供粉絲同樂，並未因此獲利。

09 (四)被告王喬幼雖在公開場合演唱系爭歌曲，然系爭歌曲之著作
10 權並非原告所有，原告不得主張其權利。且系爭合約僅限制
11 被告王喬幼不得發行有聲出版物，公開演出並非著作權法規
12 定之發行行為，難認被告王喬幼有違約之行為。

13 三、被告吳泓毅無須負保證責任：

14 (一)被告吳泓毅雖為被告王喬幼之連帶保證人，然連帶保證人之
15 身分僅為擔保債務人於不履行債務時代負履行責任，如債務
16 人並無債務，自不得向連帶保證人求償。被告王喬幼既無違
17 約行為，原告對被告吳泓毅自無請求之權利。

18 (二)系爭合約對被告王喬幼相當不利，因契約中約定被告王喬幼
19 需為原告所屬歌星，需配合進行歌曲錄製、宣傳等活動，且
20 如原告要求，則需不分次數重複錄製，被告王喬幼之契約責
21 任十分沈重；反觀原告並未有相對應之契約義務，無庸提供
22 教育訓練、演出宣傳、安排活動，亦未約定原告需多久發行
23 專輯，令被告王喬幼之所得處於遭原告把持之不確定之狀
24 態。

25 四、系爭合約僅限制不得發行出版物：

26 (一)原告主張兩造間唱片約限制範圍廣泛，然系爭合約之真意，
27 應只限於數位影碟、音樂之實體出版物，已詳如上述。縱使
28 認為現今音樂銷售方式，並非僅限實體出版物，然數位版本
29 之音樂、串流音樂等授權，應仍係消費者付費後，得以擁有
30 該重製物之權利，如購買數位檔案、於串流平臺中跨聽數位
31 音源等方式。然被告王喬幼之行為，並未出售音源或將其置

01 入串流平臺以此獲利，使用者亦無法重製而擁有該歌曲之數位權利，則與原告所述發行之限制並不相同，自不得認被告王喬幼有違約之情事。

04 (二)原告主張被告王喬幼之行為可能使其與原告有利益衝突等語，然系爭合約為發行唱片之合約，並非演藝活動之經紀契約。此由兩造唱片契約之內容，亦僅針對發行唱片之錄音、宣傳、訓練等工作，並未規範藝人演藝活動之接洽或創作即可得知。而藝人之唱片公司品牌歸屬，對於一般消費者而言，並非決定購買唱片之決定因素，原告主張此有「搭便車」之嫌，實際上過度放大唱片公司品牌之作用，與現實狀況不符。

12 (三)被告王喬幼僅係為自己委請他人製作音樂後演唱與粉絲分享，並未公開販售，亦無因此獲利。就如同藝人有時候會自行翻唱其他人的作品在網路上分享，跟唱片發行之概念不同，自不得認為被告王喬幼之行為有違反系爭合約。

16 五、原告所受利益遠大於被告王喬幼所得：

17 (一)原告主張製作1張唱片須支出逾1,000萬元等語，原告並非未替被告王喬幼發行唱片，其得敘明製作被告王喬幼之唱片的實際支出，唱片製作完成後，唱片售出、歌曲授權等收入，均有資料可以提出。原告捨此不為，足見原告知悉其收入實際上高於被告王喬幼收入百倍，其卻請求被告王喬幼收入千倍之違約金，顯失公平。

23 (二)被告王喬幼之商演活動係以勞力賺取，且其須將純益之30%給原告，故原告之收入除唱片之收益外，尚有被告王喬幼之演藝活動收益，且該演藝活動之稅務等成本，係由被告王喬幼負擔，原告逕收取純益。

27 (三)被告王喬幼為錄製唱片，須花費相當之成本：

28 1. 專輯正式錄製時，一般約為8首歌曲，每首歌錄製時間大約是3至4小時。原則上原告會安排約3日讓歌手進行錄製，如錄製的時間越短，錄音室及人員的承租成本就越低。被告王喬幼錄製時間基本上不會超出預期，為原告節省成本。

01 2. 被告王喬幼錄製唱片須前往臺北之錄音室，其須自行負擔住
02 宿費、車資，正式錄製前，被告王喬幼接獲原告給予之歌曲
03 內容，需先自行練習，熟悉內容旋律，方得有效率完成錄
04 製。故被告王喬幼錄製每張專輯，均須花費相當時日準備，
05 並非輕易即可取得報酬。

06 3. 被告王喬幼尚須配合原告之宣傳活動約2個月，其須由臺南
07 自行前往北部電視臺進行宣傳，並自行負擔交通、住宿等全
08 部開銷。然唱片宣傳期中，被告王喬幼之通告費僅為1,350
09 元，扣除所得稅後，原告還要再抽3成作為經紀費用，每次
10 通告均係虧損。專輯錄製後，原告會將版權授權給弘音伴唱
11 機以獲取高額之版權費用，然被告王喬幼無法從中獲利，因
12 唱片版權係原告所有，被告王喬幼錄製1張唱片只能獲得10
13 萬元，扣除稅款後，實拿9萬元，再扣除交通、食宿費用，
14 實際上不符合成本。

15 六、縱認被告王喬幼違約，原告請求之違約金明顯過高：

16 (一)兩造係於103年間第一次簽訂唱片契約，108年間又再次簽
17 約，被告王喬幼當時相當信任原告，認為其會遵守每年發行
18 1張專輯之承諾，原告當時在業界有一定影響力，被告王喬
19 幼不敢對唱片報酬、違約金部分有所爭執。原告於合約尚未
20 屆期前，就要求被告王喬幼再簽立經紀契約，合約期間自10
21 8年9月1日至113年8月31日。然該經紀契約僅執行約1年，尚
22 未屆期，原告又催促要提早續約。被告王喬幼心生疑慮，未
23 立即答應，卻遭以「公司希望續完約之後再來完成下一張專
24 輯」等語威迫被告王喬幼須再續簽經紀契約，才能發行唱
25 片，原告將兩契約捆綁在一起，以不正手段威逼。嗣被告王
26 喬幼發現原告接洽之演藝活動報酬為8萬元，原告卻說只有5
27 萬元。因經紀契約係以收入比例拆帳，報酬短少即代表被告
28 王喬幼之收入減少，而有遭原告中飽私囊之情事，故被告王
29 喬幼曾數次欲查閱帳冊，確認收入金額，卻遭原告拒絕，被
30 告王喬幼遂提起本院110年度訴字第1664號之訴訟，雖經判
31 決認定無帳冊資料可供交付，然此過程中，原告對於被告王

01 喬幼之質疑均未有妥善回覆，且冷藏被告王喬幼。再者，被
02 告王喬幼之經紀契約係由原告掌控，其擔心會被原告冷藏，
03 或減少通告，故被告王喬幼並無太多磋商契約之優勢地位，
04 僅能被動接受，兩造地位並不平等。

05 (二)原告之實際負責人於被告王喬幼詢問是否有出唱片之問題
06 時，一再以「…就之前我們談再續約的事OK，我們就可以著
07 手進行啦」、「公司希望續完約之後再來完成下1張專
08 輯」，在此情形下，被告王喬幼與原告豈會基於平等地位簽
09 訂系爭合約？原告以「沒出片儘量不要常上節目」，作為其
10 拒絕發通告給被告王喬幼之藉口，原告係以此威脅被告王喬
11 幼再續簽不平等內容之契約，其等簽約之地位及實力懸殊，
12 違約金係原告基於優勢地位而為約定，自有酌減之必要。

13 (三)懲罰性違約金如約定之金額過高，仍得由法院依據一般客觀
14 事實及當事人所受損害情形加以衡量而酌定。而原告主張之
15 違約金高達1,000萬元，被告王喬幼發行唱片僅獲得報酬10
16 萬元。且被告王喬幼於加盟原告唱片公司前，實際上就已經
17 於電視臺主持購物及歌唱節目，已小有名氣，其擔任電視購
18 物節目主持人，於8年締造5億元之銷售額，足見其實際上已
19 有自己之人氣基礎，且有歌唱技能之專業，並非依靠原告訓
20 練而來。系爭合約約定之違約金顯然過高，被告王喬幼認為
21 5萬元即已足夠。

22 七、原告於被告王喬幼質疑收入短少後，即以契約有爭議為由，
23 未繼續執行被告王喬幼之經紀契約，未替被告王喬幼接洽演
24 藝活動。原告限制被告王喬幼不得演唱自己之代表作品，被
25 告王喬幼因而創作歌曲，才不受原告版權之限制。被告王喬
26 幼演唱新歌曲並與粉絲同樂，並未侵害原告之利益，亦未違
27 反契約「另發行唱片」之規定。被告王喬幼之行為實際上係
28 因原告違背兩造發行唱片之默契，以發行唱片為籌碼，威迫
29 被告王喬幼簽立經紀契約，被告王喬幼不從後即遭原告冷
30 藏。被告王喬幼為求不被觀眾遺忘，而分享歌曲，並未違反
31 系爭合約。縱認上開行為有瑕疵，亦情有可原，系爭合約約

01 定之鉅額違約金顯非公平，應予酌減。

02 參、經查：

03 一、依原告之主張及被告王喬幼、吳泓毅之答辯，顯見其等對於
04 系爭合約部分條款之含義及適用範圍尚未完全達成合致，且
05 部分條款之語意不明，可能兩造於簽約當時根本未曾討論
06 過，實難僅憑系爭合約所載之文字去探究兩造當時內心之真
07 意，僅能依法理情為妥適之解釋及適用，始為正辦，茲分述
08 如下：

09 二、綜觀系爭合約第1條「有關乙方（王喬幼）一切數位影碟、
10 影像、聲音等一切有聲出版品。」及第3條後段「乙方未得
11 甲方之書面同意，不得另為其他公司或個人錄製或發行數位
12 影碟、音樂等一切有聲出版物」，所謂「出版品」或「出版
13 物」者均須附著於有形體之媒介物，始足當之。Youtube係
14 影音交流平台，被告王喬幼將歌曲或演出傳輸至Youtube網
15 站頻道，並未附著在有形體之媒介物上，自非出版品或出版
16 物。又遍查系爭合約並未限制或禁止被告王喬幼公開演出之
17 行為，則被告王喬幼將其公開演出之活動傳輸至YouTube，
18 供眾人觀賞，並未違反系爭合約第1條及第3條之約定。雖原
19 告陳稱：所謂「出版品」或「出版物」應包含Youtube在
20 內，且一般人更常使用Youtube，被告王喬幼違約之程度更
21 大等語，但錄製或發行出版品或出版物與傳輸至Youtube之
22 行為態樣、觀賞方式，均不盡相同，對被告王喬幼而言，應
23 屬不同呈現在眾人面前之權利，不可等同視之。既然原告已
24 知悉Youtube使用如此普遍，而系爭合約之條款又係原告所
25 草擬的，若原告認此項約束對原告較為有利，亦屬重要，原
26 告理應將限制或禁止被告王喬幼擅將演出之內容傳輸至交流
27 平臺之方式亦明確記載於系爭合約內，惟原告竟未記載，足
28 見原告於草擬系爭合約時並無如此禁止或限制之意，則被告
29 王喬幼自無遵守之義務。又縱原告將之明確記載於系爭合約
30 內，但被告王喬幼亦未必會同意簽訂如此之合約。換言之，
31 上開事項攸關被告王喬幼之權利至為重大，不應由原告事後

單方面將如此重要之事項予以擴張解釋而將之包含在內，任意損及被告王喬幼之權利。況依系爭合約所載，被告王喬幼僅於原告為其出專輯時始能獲得報酬，若未出專輯時，即不能獲得報酬，顯然被告王喬幼獲取報酬之次數及金額並不穩定，更不應將系爭合約過度解讀為原告可任意限制或剝奪被告王喬幼另求謀生或自我發展之機會。

三、系爭合約係規範原告與被告王喬幼間工作上之事項，則其中第3條所謂「在合約期間，乙方一切錄音、視聽著作權、肖像權（包括臺灣及世界）全部歸由甲方所有。」等語，應係指原告與被告王喬幼於合約期間內，被告王喬幼為原告工作因而產生之錄音、視聽著作、肖像等事項而定其權利之歸屬，至於被告王喬幼在為原告工作以外而產生之錄音、視聽著作、肖像權則不包括在內。如此解釋，始能與著作權法第11條或第12條關於職務上完成著作之著作權歸屬或著作利用之規定相互輝映。否則，若與原告無關之著作亦歸原告享有著作權，則顯不合情理。況陳玉立替被告王喬幼完成之錄音著作或視聽著作，被告王喬幼未必能取得著作權，亦有可能係由陳玉立取得著作權，則原告更不可能透過系爭合約而取得著作權，益見上開約定應限於被告王喬幼為原告工作而產生錄音著作或視聽著作之著作權、肖像權而言。若解讀為包含被告王喬幼為原告工作以外而產生之權利，則該條將難以履行。

四、按「肖像權」係指每個人可以自由決定是否要製作、使用或公開自己容貌長相之權利，故肖像權係屬人格權之一種，而人格權具有一身之專屬性，不得移轉或讓與第三人。則系爭合約第3條所稱「肖像權（包括臺灣及世界）全部歸由甲方所有。」等語究係何意呢？語意確有不明之處。因被告王喬幼係自然人，原告係公司型態之法人，實難想像被告王喬幼對其容貌、長相及身材之權利可轉換為原告所有，而被告王喬幼反喪失此權利，故應解讀為被告王喬幼為原告工作時，原告有製作、使用或公開被告王喬幼容貌、長相及身材之權

01 利而不會構成侵害被告王喬幼之肖像權，但肖像權之主體仍
02 為被告王喬幼，亦即肖像權一直為被告王喬幼所有，無法改
03 變。故被告王喬幼在上開視聽著作，製作或公開使用其自己
04 之肖像，當然不違法，亦無違約之可言。

05 五、原告主張其栽培被告王喬幼付出不少財力，被告王喬幼亦因
06 而名聲大增，獲利不少等情，縱然屬實，但系爭合約本來就
07 是要使原告與被告王喬幼間產生「魚幫水，水幫魚」之作
08 用，互蒙其利，此僅能說明原告有眼光而簽對了人，並未白
09 費心力而已，這也正是其等簽訂系爭合約之主要目的，但此
10 終究與被告王喬幼是否違約無關。

11 六、綜上，被告王喬幼並未錄製或發行數位影碟、音樂等一切有
12 聲出版物或出版品，亦未侵害原告之錄音、視聽著作或肖像
13 等權利，自無違反系爭合約之行為。

14 肆、從而，原告請求被告王喬幼、吳泓毅連帶給付1,000萬元及
15 自起訴狀繕本送達之翌日起至清償日止，按週年利率百分之
16 5計算之利息，為無理由，不應准許，應予駁回。又原告之
17 訴既經駁回，則其假執行之聲請，亦應一併駁回。至於被告
18 王喬幼、吳泓毅主張系爭合約所約定之違約金過高，應予酌
19 減等情，因本院認為被告王喬幼、吳泓毅不須賠償違約金，
20 故就此部分自無須審酌，併此敘明。

21 伍、本件訴訟費用10萬元由敗訴之原告負擔。

22 陸、據上論斷，判決如主文。

23 中 華 民 國 112 年 3 月 3 日
24 民事第二庭 法 官 彭振湘

25 以上正本係照原本作成。

26 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。

27 如委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

28 中 華 民 國 112 年 3 月 3 日
29 書 記 官 楊雅惠

30 附表：

31 單曲音樂	原告主張被告王喬幼違約之情事
---------	----------------

感謝有恁作伴	111年2月3日在臺中新社廟會公開演唱。
	111年2月10日在王喬幼社團播放。
	111年2月12日在花蓮花燈元宵活動公開演場。
	111年2月15日在臺中樂成宮公開演場。
	111年3月4日在臺中沙鹿晚會公開演場。
	111年3月19日在臺中大里瓦瑤福德宮公開演唱。
	111年4月2日在鹽行天后宮公開演場。
	111年4月22日上傳影片至Youtube網站頻道，供不特定人觀賞。
用心用愛看世界	在Youtube網站頻道供不特定人觀賞，首播日為111年4月25日。
	111年5月14日在三立電視台超級夜總會錄影現場公開演唱。
	111年6月13日在桃園蘆竹廟會公開演場。
幸福的鎖匙	被告王喬幼於其自行接洽之廟會活動中演唱。
	上傳影片至Youtube網站頻道，供不特定人觀賞。
	111年6月13日在桃園蘆竹廟會演唱，並上傳至Youtube網站頻道。