臺灣臺北地方法院刑事裁定

110年度聲判字第199號

聲　請　人　睿能創意股份有限公司

000000000000000000

代　表　人　陸學森

代　理　人　余明賢律師

　　閻正剛律師

被　　告　蔡至兼

000000000000000000

000000000000000000

000000000000000000

上列聲請人因被告涉嫌妨害名譽等案件，不服臺灣高等檢察署檢察長110年度上聲議字第5156號駁回再議之處分（原不起訴處分案號：臺灣臺北地方檢察署檢察官110年度調偵字第975號），聲請交付審判，本院裁定如下：

主　文

聲請駁回。

理　由

壹、聲請交付審判意旨如附件「刑事交付審判聲請狀」、「刑事聲請交付審判補充理由狀」、「刑事聲請交付審判補充理由(二)狀」所載。

貳、按聲請人不服上級法院檢察署檢察長或檢察總長認再議為無理由而駁回之處分者，得於接受處分書後10日內委任律師提出理由狀，向該管第一審法院聲請交付審判。法院認為交付審判之聲請不合法或無理由者，應駁回之。刑事訴訟法第258條之1、第258條之3第2項前段，分別定有明文。本件聲請人睿能創意股份有限公司以被告蔡至兼涉嫌妨害名譽等罪提出告訴，經臺灣臺北地方檢察署（下稱地檢署）檢察官於民國110年4月29日以110年度調偵字第975號為不起訴處分後，聲請人不服而聲請再議，經臺灣高等檢察署（下稱高檢署）檢察長於110年8月6日以110年度上聲議字第5156號，認再議

無理由而駁回其聲請，處分書於110年8月13日送達，聲請人於110年8月20日委任律師向本院聲請交付審判等情，業經本院依職權調取前揭檢察署偵查卷證核閱無誤，並有高檢署送達證書、聲請人所提刑事交付審判聲請狀上所蓋之本院收狀戳各1份可稽，是聲請人在法定期間內提出本件交付審判之聲請，程式上於法有據，合先敘明。

參、按法院認為交付審判之聲請不合法或無理由者，應駁回之，刑事訴訟法第258條之3第2項前段定有明文。而刑事訴訟法第258條之1至4所定「交付審判制度」，主要目的在建立對於檢察官不起訴或緩起訴裁量權之外部監督機制，法院僅就檢察官所為不起訴或緩起訴之處分是否正確加以審查，用以防止檢察機關之濫權。依此立法精神，同法第258條之3第3項規定法院審查聲請交付審判案件時「得為必要之調查」，調查證據之範圍，自應以偵查中曾顯現之證據為限。而依同法第260條對於「不起訴處分已確定或緩起訴處分期滿未經撤銷者得再行起訴」規定之立法理由說明，該條所謂不起訴處分已確定者，包括「聲請法院交付審判復經駁回者」之情形在內。故前述「得為必要之調查」，其調查證據範圍，即應以偵查中曾顯現之證據為限，不得就聲請人新提出之證據再為調查，亦不得蒐集偵查卷以外之證據，否則將與刑事訴訟法第260條之再行起訴規定混淆不清。又法院於審查交付審判之聲請有無理由時，除認為聲請人所指摘不利被告之事證未經檢察機關詳為調查或斟酌，或不起訴處分書所載理由違背經驗法則、論理法則或其他證據法則者外，不宜率予交付審判，業據法院辦理刑事訴訟案件應行注意事項第118項揭示甚明。至上開所謂聲請人所指摘不利被告之事證未經檢察機關詳為調查，係指聲請人所提出請求調查之證據，檢察官未予調查，且若經調查，即足以動搖原偵查檢察官事實之認定及處分之決定，倘調查結果，尚不足以動搖原事實之認定及處分之決定者，仍不能率予交付審判。

肆、聲請意旨主張：被告係自由撰稿人，其意圖散布於眾，基於

指摘足以毀損他人名譽之事、公然侮辱及損害他人信用之犯意，撰寫如附表所示不實內容，於附表所示各該時間，在該表所示網址刊載，使不特定人得以觀覽、傳閱，足以妨害聲請人之商譽、社會評價，及損害聲請人之信用。因認被告涉犯刑法第309條第1項公然侮辱、第310條第2項加重誹謗及第313條第2項妨害信用罪嫌等語。

伍、經本院依職權調閱前開不起訴處分及再議駁回處分之偵查案卷結果，認不起訴處分書及駁回再議聲請處分書，其理由均已論列詳盡，認事採證亦無違背經驗法則、論理法則或證據法則之處。且查：

一、按言論自由為人民之基本權利，憲法第11條有明文保障，國家應給予最大限度之維護，俾其實現自我、溝通意見、追求真理及監督各種政治或社會活動之功能得以發揮。但為兼顧同受憲法所保障的個人名譽、隱私及公共利益，法律仍得對於言論自由，依其傳播的方式，為合理的限制。刑法第310條第1項及第2項所定的誹謗罪，即係調和上揭各法益而設，符合憲法第23條規定的意旨。至刑法同條第3項前段所定「對於誹謗之事，能證明其為真實者，不罰」，則係針對言論內容與事實相符之情形，予以保障，俾限定刑罰權之範圍；即便如此，仍非謂指摘或傳述誹謗事項之行為人，必須自行證明其言論內容確屬真實，始能免於刑責。甚且，進一步言，行為人雖不能證明其言論內容為真，但如依其所提證據資料，足以認為其有相當理由，確信係真實者，即不能以誹謗罪刑責相繩，自另方面言，亦不得因此項規定，而免除檢察官或自訴人於訴訟程序中，依法本應就所訴的行為人，存有故意毀損受害人名譽的舉證責任負擔，或法院發現其為真實之義務（參見司法院釋字第509號解釋意旨）。是以，言論自由為人民之基本權利，國家應給予最大限度之維護，然為兼顧對個人名譽、隱私及公共利益之保護，法律當得對言論自由依其傳播方式為合理之限制，刑法第310條誹謗罪之規定，即為保護個人法益而設。而言論可區分為陳述事實

與發表意見，事實固有證明真實與否之問題，意見則為主觀之價值判斷，無所謂真實與否。立法者為兼顧言論自由之保障，復於同條第3項、第311條分就「事實陳述」及「意見表達」之不同情形，明定阻卻違法事由：

(一)就事實陳述部分，刑法第310條第3項前段以對所誹謗之事，能證明其為真實者不罰，係針對言論內容與事實相符者之保障，並藉以限定刑罰權之範圍，然非謂指摘或傳述誹謗事項之行為人，必須自行證明其言論內容確屬客觀之真實，始能免於刑責。行為人雖不能證明言論內容為真實，但依其所提證據資料，可認行為人有相當理由確信其為真實，並非故意捏造虛偽事實，或非因重大過失或輕率而致其所陳述與事實不符者，即不能以誹謗罪之刑責相繩。

(二)就意見表達部分，因涉及個人主觀之價值判斷，無所謂真實與否之問題，惟為容許各種價值判斷，對於可受公評之事項，縱然以不留餘地或尖酸刻薄之語言文字予以批評，亦應認為仍受言論自由權之保障，是刑法第311條第3款規定對於可受公評之事，為適當之評論而善意發表言論者，自得免其刑事責任。而所謂「善意」與否，自非以被評論人名譽是否受損、評論人是否意在使被評論人名譽受損為判斷之依據，而仍應以其評論客觀上是否適當為準。如評論人本於就事論事原則，對被評論人之言行為適當合理之評論，即以所認為之事實為依據，加以論證是非，縱其意在使被評論人接受此負面評價，亦難認非屬善意發表言論。

(三)刑法第309條所稱「侮辱」及第310條所稱「誹謗」之區別，一般以為，前者係未指定具體事實，而僅為抽象之謾罵；後者則係對於具體之事實，有所指摘，而損及他人名譽者，稱之誹謗。然而，言論中事實陳述與意見表達在概念上本屬流動，有時難期其涇渭分明。是若言論內容係以某項事實為基礎而評論，或發言過程中夾論夾敘，將事實敘述與評論混為一談時，即不能不考慮事實之真偽問題。亦即，此時不能將評論自事實抽離，而不論事實之真實與否，逕以「意見表

達」粗俗不堪，論以公然侮辱。否則屬於事實陳述之言論因符合刑法第310條第3項之要件而不罰，基於該事實陳述而為之意見表達，反因所為用語損及名譽而受處罰，自非法理之平(最高法院109年度台上字第5012號判決參照)。

二、訊據被告有於附表所示時間在網路上發表該表所示內容之言論，據其坦承在卷（他卷一第131頁），復有網路列印資料可憑（他卷一第107-119頁，他卷二第9-12頁反面），惟否認公然侮辱、加重誹謗及妨害信用犯行，辯稱：聲請人經營之「GOGORO」電動機車品牌市佔高達8成，接受政府補助，國家發展基金為其股東，是用納稅者血汗錢，我身為媒體人有監督的第四權。聲請人銷售業績下滑係因政府補助減少、資費及換電爭議與油價下跌等諸多因素，非我一人所能影響等語。

三、查：

(一)依聲請人歷年募資情況（他卷二第76頁），於聲請人第二輪募資時，經行政院國家發展委員會（下稱國發會）以「創業天使投資方案」於106年間投資國家發展基金美金3千萬元（約合新臺幣9億元）。嗣國發會於108年間發表聲請人已達到成立10年內，市場估值10億美元之「獨角獸」新創企業資格（他卷一第97頁），可見聲請人規模擴大，其中亦有國家資金即納稅人所繳稅費之挹注，是其經營管理、財務狀況及其他重大決策事項，自為公眾所關注，加以臺灣機車使用密度高，民眾對於機車之依賴程度甚深，此為眾所周知之事，則就聲請人營運之電動機車相關議題，亦為輿論所檢視注意，而觀諸附表所示言論之出處，各為被告探討貨物稅、政府對電動機車之補助、電動機車及燃油機車銷售情況與環保議題、聲請人營業模式、獲利情況、資費及電動機車使用等事項所著文章，可認均為可受公評之事。

(二)而由附表言論內容以觀，被告撰述方式乃夾敘夾議，而同時具有事實陳述與個人主觀意見表達，依上說明，自應就被告主觀上是否確信其所述為真實，及被告所為陳述是否符合合

理評論原則分別判斷：

1.聲請人主張附表所示言論中，被告指稱聲請人靠關係、靠關說做生意（附表編號2）；利用媒體宣傳造成油電對立（附表編號3、8）；提供之優惠方案必須綁約（附表編號7），均非事實，可認被告主觀上有真正惡意等語。然查：

(1)被告在附表編號2言論之末句固有提及「靠關係、靠關說」等語，然觀諸在此之前語句，被告稱「GOGORO聯盟」不樂見燃油機車取消或降低貨物稅，並指電動機車係靠補助與免稅而有競爭力，可認被告就此部分評論所表述之對象，乃泛指所有銷售電動機車之業者，自非僅指聲請人。而被告接續稱「一些有心人」可能運作讓電動機車之補助繼續或阻撓燃油機車取消貨物稅，此非正常市場機制，而係「靠關係、靠關說」做生意，並未指明其此處所指靠關係、關說之「有心人」，復無使人推論而知該人定為聲請人而別無他者之可能，難認被告係指述與真實相左。

(2)被告在附表編號3、8言論中雖分別表達聲請人「有意營造油電兩大陣營的對立」、「在不少媒體大外宣造成油電對立」、「利用廣宣來造成油電對立」，然於109年5月間即有報導指出聲請人之發表會、車主活動及廣告，有以環保為自家產品宣傳，而指對手不環保，連帶培養不少車主對其他機車有自負感，此種優越感導致對立出現（他卷二第141-142頁），對於聲請人公司宣傳策略提出觀察所得。又細譯被告前開言論出處所在之文章，被告主述者乃政府對於電動機車為產業補貼，在電動機車及燃油機車形成差別之議題，而在被告為此部分言論前，於108年12月間即有評論認為產業補貼造成無效需求，扭曲市場價格（他卷二第155頁）；109年1月復有報導指出有機車行出面抗議並高喊「油電平權」，而進一步探討是否只有電動機車才應該享有更優渥之環保補助，及在油電轉換過渡期中是否要採取環保燃油車及電動機車並重之方式（他卷二第70-74頁），均已觸及燃油機車與電動機車間在補助政策上公平性之探討，是以被告上揭言

論，非無相當理由可認知所述為真。

(3)被告於附表編號7中述及聲請人推出電池服務資費優惠方案須「綁定」、「第一年給你的優惠第二年再賺回來」，固稱消費者選擇此等方案需與聲請人間約定綁約，且契約期間須超過1年，意指聲請人藉由長期契約收取之資費攤平因優惠而對消費者形成實質補貼之成本。然觀之聲請人提出之「首年騎到飽，資費享優惠」之注意事項（上聲議卷第111頁及反面）中資費優惠包括「非綁約型」，即無須綁約即可在第一年即享資費優惠有別（注意事項第1點）。然於非綁約之情況下，一年優惠期間屆滿如消費者如未選擇聲請人當時任一資費方案，將自動轉為騎到飽方案未折扣型認購電池服務（注意事項第7點），則選擇上開優惠資費方案而未綁約之消費者，如無注意及之，非無可能肇致其等誤認一旦選擇此優惠方案，則可持續享有折扣，但實際上只享1年優惠之情形，則被告前開所稱難謂全然無由。且被告為前開言論之後隨即提醒消費者要注意合約，且該等言論出處所在文章於篇幅安排上，主要在探討聲請人銷售之電動機車有關維修保養及服務品質事項，亦難遽以非通篇意見主軸之聲請人資費優惠是否綁約乙節，即認被告所言故意背離真實而有惡意。

2.聲請人另主張被告評論用語偏激，且似為特定機車廠商商業利益及自身報酬始為附表言論，其所言均屬商業性言論，而刻意貶低聲請人，並非出於善意等語。惟查：

(1)聲請人就上開主張，於偵查中固提出被告對其他機車品牌為正面評價之文章（上聲議卷第90-99頁）及網友指被告為品牌寫手之留言（上聲議卷第104、110頁及反面），然前者至多可認被告有其偏好；後者則為網友個人意見，無從逕認被告所言係有償地為特定廠商之競爭利益，任意指摘聲請人商品及商譽而誇大誤導，致不能與非商業性言論之免責標準等同而視。縱認被告所言乃商業性言論，惟非欠缺事實或相當理由，尚難謂係僅出於惡意的單純指摘，而應全不受言論自由之保障。

(2)而基於民主多元社會容許各種價值判斷，並無所謂意見正確與否可言，是被告就前揭可受公評之事敘事議論所發表之意見，其用字遣詞縱使不留餘地，然依一般社會通念客觀以觀，實難認以毀損聲請人商譽、社會評價為唯一目的，聲請人復自陳被告於表示電動機車係靠補助及免稅之同時，並有對貨物稅政策提出評論（本院卷第8頁反面-9頁），自未逾越合理評論之範圍，亦難認被告係出於惡意所為，無從以公然侮辱或誹謗罪相繩。

(三)按刑法第313條規定係以散布「流言」為其構成要件，客觀上須以所散布者係毫無事實根據之資訊，主觀上須行為人認知所散布者確係「流言」，始為處罰之對象；而自法益保護必要性觀之，參與經濟活動者，其經濟信用原即得受公評，倘係真實有據之指述，反而利於健全市場競爭秩序，即仍針對言論內容與事實相符者予以保障。職是，倘行為人所散布者確有實據，或者主觀上未認知所散布者係「流言」，即與刑法第313條之構成要件有間，自不得以妨害信用罪相繩。查聲請人前開主張被告所述不實部分，並非憑空虛捏而毫無根據，業如前述，被告辯稱其經相當查證後為適當評論等語，非無可採，是被告行為自與「散布流言損害他人信用」構成要件有間。

四、聲請意旨另認本案偵查檢察官傳喚被告到庭卻未調查附表言論出處之文章內容，及其撰寫動機及原因等語，而主張調查並不完備。然查，檢察官傳喚被告到庭所訊問之內容，本得由檢察官依案件之情況有無釐清必要而加以斟酌，既本案偵查檢察官認依既存事證已得認定，而無訊問被告前開事項，尚不能據之指摘檢察官職權之行使有何違法失當之處。

陸、綜上所述，原檢察官所為不起訴處分及高檢署駁回再議之處分書，並無聲請人所指摘得據以交付審判之事由存在，揆諸前揭說明，本件交付審判之聲請為無理由，應予駁回。

柒、依刑事訴訟法第258條之3第2項前段，裁定如主文。

中　　華　　民　　國　　110　　年　　11　　月　　26　　日

刑事第八庭　審判長法　官　解怡蕙

法　官　許凱傑

法　官　李陸華

上正本證明與原本無異。

本裁定不得抗告。

書記官　張閔翔

中　　華　　民　　國　　110　　年　　11　　月　　29　　日

附表

編號	日期(民國)	文章標題及刊載網址	言論內容
1	108年12月30日	【市場評論】虧很大能成獨角獸？大玩EBITDA自抬身價？（https://www.liancar.com/articles/read/30703.html）	親愛的陳主委，我所知道的一隻獨角獸至今仍賠錢中，從募資到借貸通通都來耶！…當然並非每個新創公司或者創辦人都想玩金錢遊戲，每個人創業肯定都有夢想支撐，只是若政府有意培植，恐怕就得先看清楚到底是獨角獸還是「毒攪獸」，倘若是靠著粉飾裝扮表面光鮮亮麗，但骨子裡卻已經是病入膏肓的重症患者，為了別讓老百姓荷包和國家財政增加負擔，乾脆就宣告「不治」千萬別歹戲拖棚，畢竟面子隨著四年就可能換一次也值不了多少錢，永續經營且不債留子孫才是真的，不是嗎？
2	109年3月17日	【市場評論】吃乾抹淨不吐骨，貨物稅真是「呷老百姓夠夠」（https://www.lian-car.com/articles/read/31329.html）	而且對已經免徵貨物稅的GOGORO聯盟來說，最不樂見的當然是燃油機車取消或降低貨物稅，因為電動機車是靠補助與免稅才有今天這般田地，一旦價格差距縮小補助已逐漸減少，那麼電動機車還有什麼競爭力嗎？或許，我是說或許，一些有心人將可能開始運作，讓電動機車的補助繼續、或是阻撓燃油機車業者取消貨物稅，但這已經不是正常的市場機制，而是靠關係、靠關說在做生意，不是嗎？
3	109年4月23日	【市場評論】得了便宜賣乖還矯情，GOGORO你有事嗎？（https://www.liancar.com/articles/read/31673.html）	背後有著包含國發基金、新加坡淡馬錫、日本住友商事、美國前副總統高爾等強大股東支撐的GOGORO，2015年推出第一款電動機車至今，與YAMAHA、PGO、SUZUKI、宏佳騰共組聯盟外，更締造出Gogoro Network將近30萬的車主，並建置超過1,300座電池交換站，然而將近30萬輛電動機車是靠政府高額補助才有這般成績，且五年來至今仍未獲利，加上近日又因嚴抓騎到飽方案使用外送等商用行為引發輿論批評，再

			者今年起銷售大幅下滑將矛頭指向政府補助燃油機車，似乎有意營造油電兩大陣營的對立，並藉由「球員兼裁判」的SMAT台灣智慧移動產業協會之手要求政府給予關愛眼神，甚至還藉由媒體之手將問題擴大，種種舉動不禁令人懷疑GOGORO的真正目的與心態應該不單純。不過近期來GOGORO動作頻頻，我個人推測恐怕是受到國內外股東的壓力所致，因中國武漢疫情波及全球，不少投資股東的荷包大縮水，原本先將至今未獲利的GOGORO擺在一旁，如今開始檢視所有投資標的損益，導致GOGORO嚴抓並計較騎到飽資費的一分一毫，甚至在不少媒體大外宣造成油電對立，試問靠著補助而崛起的市場佔有率，到底有什麼好嘴的，產品好壞是一回事，民眾會購買電動機車正因為補助…
4	109年5月3日	【熱議】引發眾怒終於道歉Gogoro公主病大發？憑一紙對廣大使用者下重手（網址QR　CODE：）	從問世至今已經五年的GOGORO，可稱得上政府獨厚貢養出來的獨角怪獸，幾年來締造出將近30萬輛的銷售驚人成績，一出世就打著環保科技大旗口號一副救世主的架勢，好不嚇人，不僅政府相關單位在環保口號之下推出呼應的政策，製造足了絕對有利於其經營的環境下，的確吸引不少民眾開始接觸電動機車。...然而GOGORO近期卻因微不足道地使用者資費問題對著廣大愛用者，憑著一紙一面倒的霸王條款合約對消費者下了重手，又補資費又是違約罰款，引發社會大眾的爭議，GOGORO尚且一方面大讚3月份業績成長3~40%，一方面又大放厥詞直指政府不該補助七期環保燃油機車，影響其銷售而且還搬出其背後龐大政商背景，美國前副總統及紅頂商人來說嘴政府的不該?...今年起銷售比起去年旺季時大幅下滑.一股怨氣將矛頭指向政府補助七期環保燃油機車不應該，似乎有意營造油電兩大陣營的對立的激化，並藉由「球員兼裁判」PBGN台灣智慧移動產業協會聯盟之手要求政府給予關愛眼神，甚至不斷地假媒體之手將問題擴大，種種舉動不禁令人懷疑GOGORO的真正目的與心態應該不單純？...購買GOGORO祇等於是空殼車，付了高價的車購款8、9萬但買了車照說是完整的應含電池（官方稱兩顆50,000元）電池並不是屬於車主所有，如果說是購車說明電池另購，空車有能這價值？！倒不如說買一台電動機車卻還要向GOGORO租電池，到頭來車主並不是完整地擁有一輛機車，近來GOGORO動作頻頻，推測恐怕是受到國內外股東的壓力所致，因中國武漢疫情波及全球，不少投資股東的荷包大縮水，原本先將至今未獲利的GOG

			ORO擺在一旁，如今開始檢視所有投資標的損益，導致GOGORO嚴抓並計較騎到飽資費的一分一毫，甚至在不少媒體大外宣造成油電對立，試問靠著補助而崛起的市場佔有率，到底有什麼好嘴的？
5	109年6月11日	【市場評論】離從神壇摔下不遠矣？GOGORO的一切自找的！（https://www.liancar.com/articles/read/32049.html）	2020年一開春GOGORO在銷售出師不利，理由卻先怪罪到補助短缺，然而至五月份銷售掛牌只剩下六千輛不到，資費問題浮上檯面，加上「鎖龍頭」、「斷電」等騎乘安全等層出不窮，以及用戶最常抱怨的「售後服務」都是由來已久的原因，這長久下來自然會影響民眾購買意願，也因此為了挽救逐漸離去的消費者，…
6	109年8月5日	【市場評論】電動機車淪為純小眾，三倍券奏效台灣七月機車銷售近十萬（https://www.liancar.com/articles/read/32515.html）	「...而曾經是市場寵兒的電動機車，也因GOGORO爆發一連串的爭議，連帶將其他品牌給拖累，導致電動機車在七月的總銷售佔有率剩下10.5%，燃油機車和電動機車也延續六月維持在9：1的局面」、「去年度那種『電動熱潮』的盛況已不復見，雖說廠商將矛頭指向補助減少，實際上最大問題還是出在GOGORO身上，畢竟資費和所龍頭等爭議是品牌一大重傷，縱使為了挽救頹勢大打『GOGORO 360』，卻仍難以平撫消費者的心…」
7	109年8月19日	【市場評論】靠簡報與話題而活，GOGORO只會讓電動化離市場更遠（https://www.liancar.com/articles/read/32630.html）	...然而會創造話題與賣車及服務卻是兩碼子事，因為從口碑與反應來看，其實GOGORO真的離消費者很遠。其中所標榜的「GOGORO 360」更是一絕，找媒體進行大外宣，卻往往對問題癥結處「顧左右而言他」，似乎有「報喜不報憂」之嫌。仔細看看方案內容就會發現，「羊毛還是出在羊身上」，第一年給你的優惠第二年再給你賺回來，你有拿到真正的好處嗎？並沒有！先以文字把你騙進來後再屠宰，總之你就是要綁定兩顆電池每月1,199元才可有優惠，不明究理、沒有詳讀合約的衝動者，就必須小心這些「文字遊戲」下的陷阱。
8	109年9月4日	【市場評論】吃到飽還要繳到飽，台灣電動機車神話破滅恐GG！（https://www.liancar.com/articles/read/32777.html）	...說起電動機車，就必須提到該領域龍頭的GOGORO，這家以智慧雙輪發跡的新創公司，從第一款產品問世五年來，獲得國發基金、紅頂商人、海外資金、美國前副總統的大力贊助，並將電動化塑造為環保無汙染的新世代移動工具，而換電機制更因為高新鮮度讓市場樂於嘗試，其背後的睿能更自詡為能源科技公司，靠著政府大力補助，以及導入3C概念、充滿話題性行銷手法已締造超過30萬名車主，2019年以年銷售106,640輛一度造成台灣機車廠莫大的威

（續上頁）

			脅，不可一世之姿甚至還利用廣宣來造成油電對立，儼然成為電動機車國家代表隊的領頭羊。然而2020年因政府對補助款的遞減，以及受疫情影響油價大跌，加上GOGORO本身因品質與服務，和後來發生的資費爭議，縱使日後打出「GOGORO360」、吃到飽等策略來因應，並大外宣建置更多的換電站及GoShare投入共享經濟(可增加掛牌數)，卻仍無力乏天換救頹勢…