

臺灣臺北地方法院民事判決

110年度簡上字第122號

上訴人 天蔥國際股份有限公司

法定代理人 盧俊賢

訴訟代理人 朱瑞陽律師

許雅婷律師

被上訴人 必思維品牌顧問有限公司

法定代理人 賴盈菁

上列當事人間給付訂金等事件，上訴人對於本院臺北簡易庭於民國109年12月4日所為109年度北簡字第10407號第一審判決不服，提起上訴，本院於110年10月27日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

原判決關於命上訴人給付逾新臺幣肆拾參萬壹仟捌佰壹拾參元本息部分及該部分假執行之宣告，暨訴訟費用之裁判均廢棄。

上開廢棄部分，被上訴人在第一審之訴及假執行之聲請均駁回。其餘上訴駁回。

第一、二審訴訟費用由上訴人負擔百分之九十八，餘由被上訴人負擔。

事實及理由

一、被上訴人主張：兩造於民國108年4月9日簽訂「點8號餐飲品牌規劃合約書」（下稱系爭合約），由伊為上訴人進行餐飲品牌「點8號」之品牌規劃設計，約定契約價金新臺幣（下同）70萬元（稅後金額為73萬5,000元），按進度分3期給付。伊已於108年8月間完成合約工作，惟上訴人僅於簽約時支付第1期設計費29萬4,000元，拒絕給付第2、3期設計費44萬1,000元。為此依系爭合約之法律關係，求為命上訴人給付44萬1,000元及起訴狀繕本送達翌日起至清償日止法定遲延利息之判決。並為第二審程序答辯聲明：上訴駁回。

二、上訴人則以：依系爭合約，被上訴人應完成附表所示工作，

01 惟兩造簽約後，被上訴人僅提供2份簡報檔及數個未經驗收
02 之設計檔，尚有未完成或不合債之本旨部分如附表「上訴人
03 抗辯未完成工作」欄所示。伊係因「點8號」餐飲已預計於
04 108年8月15日開幕，囿於新店開幕之壓力，方不得不以半成品
05 之方式先行使用。被上訴人既未完成工作，自不得請求設
06 計費等語，資為抗辯（原審判決上訴人敗訴，上訴人不服，
07 提起上訴）。並為上訴聲明：(一)原判決廢棄；(二)被上訴人在
08 第一審之訴及假執行之聲請均駁回。

09 三、兩造於108年4月9日簽訂系爭合約，約定被上訴人應完成之
10 工作如附表各工作項目，及契約價金約定含稅73萬5,000
11 元，上訴人已支付29萬4,000元，尚餘44萬1,000元未支付等
12 情，均為兩造所不爭，堪信為真實。惟被上訴人主張其已完
13 成工作，上訴人應給付設計費等情，則為上訴人所否認，並
14 以被上訴人尚有未完成之工作項目或工作不合債之本旨等詞
15 置辯。經查：

16 (一)關於附表編號A工作部分：

17 被上訴人已交付關於編號A品牌企劃之簡報設計等情，為上
18 訴人所不爭。上訴人固抗辯：伊對被上訴人提出之A1品牌研
19 究簡報不滿意，請被上訴人再發想，被上訴人未再進行調
20 整；另A2之品牌故事、品牌價值文案，及A3品牌風格板部
21 分，被上訴人之簡報未提出其創作之論述，皆未依債之本旨
22 給付云云。然查，①依系爭合約所載，關於A1品牌研究之工
23 作內容如附表「規格說明」欄所示，乃藉由客戶訪談及客戶
24 提供之資料，進行相關分析及研究（原審卷第85頁），既非
25 提出創意性之設計，即無所謂「需由被上訴人另行發想」之
26 可言。上訴人抗辯其要求被上訴人再發想，被上訴人未再調
27 整云云，難認屬實。②就A2之品牌故事與品牌價值文案部
28 分，被上訴人主張其已完成工作，經上訴人採用放在官方網
29 站等情，業據提出其簡報資料及上訴人網頁為憑（本院卷第
30 160、213頁）。上訴人徒言抗辯被上訴人未提出創作之論述
31 云云，並非可採。③A3品牌風格板部分，依附表「規格說

明」欄所載，被上訴人應提出2款風格板供上訴人選擇，其作用係供討論顏色線條字型、網站、室內設計調性，俾進行後續之品牌規劃設計。而查，被上訴人於108年5月10日即已在簡報中提出風格板乙情，為上訴人所自承（本院卷第145頁）；被上訴人在該簡報中提出2款風格板，展示不同風格之主輔色、色調、文字、圖騰、個性氣氛、影響風格，並提供各不同風格可使用之店面設計，亦有上訴人提出之簡報可佐（本院卷第92至106頁）。參諸被上訴人108年5月10日提出風格板後，兩造持續於同年5月15日、6月3日、6月17日就品牌規劃設計進行簡報討論，此為上訴人所自承（本院卷第52頁），應認被上訴人業已提出風格板供兩造後續討論使用，上訴人徒稱被上訴人未提出其創作之論述云云，亦難信可採。④況查，兩造於系爭合約約定付款方式為「簽約時甲方（即上訴人）應支付總價之40%；A-B1之logo設計項目經甲方確認後，甲方應支付總價之40%；B2-C8所有項目完成經甲方確認後，甲方應支付總價之20%」等語（原審卷第89頁），而上訴人就第2期款即「A-B1之logo設計項目經甲方確認後，甲方應支付總價之40%」部分，已由其董事林恩加向被上訴人表示「有關LOGO設計項目的第2期款項部分，我可以處理支付給您」、「目前針對LOGO使用部分，我這邊可以代表公司處理第2期款」等情，亦有被上訴人提出之公司網頁及LINE對話擷圖可稽（原審卷第107、171、173頁），亦足見上訴人確認編號A工作已完成。上訴人抗辯被上訴人未完成編號A工作云云，無足採信。

(二)關於附表編號B1工作部分：

上訴人抗辯：系爭合約表頭「Our Methodology」載有步驟「3. 設計應用-命名與識別」，被上訴人就B1工作自應完成品牌新命名或提出新LOGO之工作，惟被上訴人未提出，B1工作自屬未完成云云。然查：①觀諸系爭合約，其合約表頭「Our Methodology」雖載有「1. 洞察探索-商業模式聚焦、品牌資產分析、市場趨勢分析；2. 策略發展-品牌價值主

張、品牌調性發展、品牌故事；3. 設計應用-命名與識別、企業識別系統、基本應用設計；4. 承諾傳遞-延伸應用設計、品牌內化、整合行銷傳播服務」等內容，然契約之具體工作項目則如附表「規格說明」欄所載，並非概與表頭內容一致（原審卷第85至89頁）。被上訴人主張該表頭內容係共用於伊每份契約，在伊官方網站都有，不代表表頭內容就是合約項目等情，乃提出與所述相符之其他合約書為據（本院卷第217頁），可資採信。是系爭合約表頭「3. 設計應用-命名與識別」等語，僅為被上訴人使用於各契約表頭之內容，兩造就具體約定之工作項目仍應以附表「工作項目」及「規格說明」欄為準。②查依系爭合約所載，B1工作內容乃如附表「規格說明」欄所示，僅為品牌名稱之字體及標誌之設計，並不包含重新命名（原審卷第87頁），上訴人抗辯被上訴人依約應完成重新命名之工作云云，難認可採。③至上訴人雖另舉證人洪婷芸之證詞為據。惟依該證人證稱：伊是上訴人顧問，應該有看過系爭合約；系爭合約上記載「命名與識別」，所以品牌跟商標的名稱要重新規劃，但被上訴人提案的品牌名稱都是「點8號」等語（原審卷第188、190至191頁），可知該證人並未參與兩造之簽約，僅係自行解讀系爭合約之文字內容，自無從以該證人所言，認兩造簽約時有約定被上訴人應進行品牌命名之工作。④況查，上訴人就第2期款即「A-B1之logo設計項目經甲方（上訴人）確認後，甲方應支付總價之40%」部分，已由其董事林恩加向被上訴人表示可付款，業如前述；上訴人於原審亦曾表明：對LOGO部分沒有爭執，雙方爭執的是設計成果有些項目沒有去使用等語（原審卷第123頁），益徵被上訴人主張其已完成B1工作並經上訴人確認等情，為屬有據。上訴人抗辯被上訴人未完成B1工作云云，無足採信。

(三)關於附表編號B2工作部分：

- 1.上訴人主張被上訴人就B2工作應交付個人名片設計1款及店卡設計1款，惟被上訴人僅交付店卡設計1款，未提供個人名

片設計等節，為被上訴人所不爭（本院卷第205至206頁）。而被上訴人主張：因上訴人簽約後已無名片需求，僅提供店卡資訊，未提供個人名片資料讓伊進行設計，故伊未提供名片設計之完稿等情，亦未據上訴人否認，可堪採信。是應認就B2工作部分，兩造因簽約後上訴人已無名片需求，而減做名片部分之工作。又被上訴人經與上訴人討論後，同意減做此項目，亦為被上訴人所自承（本院卷第280頁）。則因實際工作項目減少，上訴人抗辯其就上開減做項目無庸給付設計費等情，應屬可採。

2. 查依系爭合約以觀，兩造係約定由被上訴人完成附表所示各項工作，而由上訴人支付一總價金額，未針對各工作項目分別定價。而依被上訴人提出該公司之「品牌規劃服務價目表」所載，被上訴人為既有客戶提供後續設計方案係以扣點數方式進行，其中名片設計係每款扣點數4點。至點數價格則依客戶採用方案而異，9萬元方案為3,000元1點、15萬元方案為2,727元1點、20萬元方案為2,500元1點（本院卷第224頁）。系爭合約之契約價金70萬元，已超過前述最高金額方案，如以該最高金額方案即每點2,500元計算，名片設計費為1萬元（ 2500×4 ），再佐以被上訴人就系爭合約提供之優惠價70萬元，約略為原定總價85萬元之82.35%，則名片設計價格應在8,235元左右（ $10000 \times 82.35\%$ ）。被上訴人主張系爭合約中名片設計費為8,750元等情（本院卷第257至258頁），應屬可採，從而上訴人就系爭合約無庸給付名片設計費8,750元。

(四)關於附表編號C工作部分：

被上訴人主張其已完成編號C工作等情，乃據提出圖檔明細及照片等件為證（原審卷第137至159頁）。上訴人固抗辯C1圍籬招牌材質未與廠商溝通，及C2廁所指標設計、C3制服設計、C4包裝設計、C5菜單設計不符其需求云云。然查，被上訴人主張上開設計均經上訴人承辦人員黃紹軒確認無誤，乃據提出其與黃紹軒之LINE對話擷圖為證（本院卷第164、

166、169頁）。依上開對話擷圖可知被上訴人持續以LINE通訊軟體與上訴人承辦單位確認設計內容，若確有不符之處，上訴人應可提出曾要求改善之相關佐證，惟上訴人概未提出，其徒言抗辯被上訴人相關設計未符需求，不合債之本旨云云，自無足採。

(五)綜上所述，被上訴人主張其已完成系爭合約之工作，上訴人應給付設計費等情，應值採信。查兩造約定契約價金為70萬元（未稅），扣除兩造同意減做部分即名片設計費8,750元後，上訴人應給付之契約價金為69萬1,250元（未稅），稅後金額72萬5,813元【 $691250 \times (1+5\%) = 725813$ ，元以下四捨五入】。扣除上訴人簽約時已付29萬4,000元，上訴人應再給付43萬1,813元。

四、綜上所述，被上訴人依系爭合約之法律關係，請求上訴人給付43萬1,813元及自起訴狀繕本送達翌日即109年3月21日起（送達證書附於原審卷第41頁）至清償日止，按週年利率5%計算之利息，為有理由，應予准許；逾上開範圍之請求則屬無據，不應准許。原審就被上訴人請求不應准許部分，為上訴人敗訴之判決，尚有未洽，上訴意旨指摘原判決此部分不當，求予廢棄，為有理由，爰由本院廢棄改判如主文第2項所示。至被上訴人請求應准許部分，原審為上訴人敗訴之判決，經核並無不合，上訴意旨指摘原判決此部分不當，求予廢棄，為無理由，應駁回此部分之上訴。又本件事證已臻明確，未經援用之證據，經審酌後核與判決結果不生影響，爰不一一論述，附此敘明。

五、據上論結，本件上訴為一部有理由，一部無理由，依民事訴訟法第436條之1第3項、第449條第1項、第450條、第79條，判決如主文。

中華民國 110 年 11 月 17 日
民事第八庭 審判長法官 鄭侑瑩

法官 宣玉華

以上正本係照原本作成。

本判決不得上訴。

中華民國 110 年 11 月 17 日

書記官 林鈞婷

附表：

編號	系爭合約之工作項目		上訴人抗辯未完成工作
	工作項目	規格說明	
A. 品牌企劃	A1. Brand Research 品牌研究	- 品牌資產分析 - 市場趨勢分析(以客戶提供資料為準) - 消費者洞察分析(以客戶提供資料為準) - 主次要競品品牌概念與視覺研究 *客戶訪談x4場內(經營者、行銷、主廚等關鍵人物)	被上訴人雖提出簡報，但在會議中上訴人表達不滿意，請被上訴人再發想，被上訴人後續未再進行調整，屬「未完整交付」
	A2. Brand Planning 品牌企劃	- 品牌故事撰寫 - 品牌主張 - 品牌價值文案 - 品牌主次要溝通訴求	品牌故事與品牌價值文案部分，被上訴人雖交付簡報，但大部分內容皆為我方提供之內容，被上訴人未提出其創作之論述，屬「未完整交付」
	A3. Mood Board 品牌風格版	- 由品牌企劃延伸視覺風格版 - 二擇一款往下進行設計 - 用於討論顏色線條字型、網站、室內設計調性	被上訴人雖交付簡報，但內容並未提出其創作之論述，屬「未完整交付」。
B. 品牌識別設計	B1. Logo Design 品牌識別	(1)標誌方格比例規範 (2)標誌安全空間規範 (3)品牌名稱標準字設計 (4)中or英文標準字簡稱及全名(橫式)	被上訴人未交付新命名，命名工作未完成。

		(5)中or英文標準字簡稱及全名(直式) (6)標誌與中or英文標準字組合規範(橫式) (7)標誌與中or英文標準字組合規範(直式) (8)標誌與標準字組合規範 (9)標準色規範 (10)標誌準色規範(CMYK) (11)標誌準色規範(RGB) (12)標誌準字規範(PANTONE) (13)標誌單色規範 (14)標誌與中or英文標準字組合色彩規範 (15)品牌中or英文打字體規範 (16)錯誤使用範例 (17)圖騰應用與規範 (18)廣告版型與規範 註：除logo外其餘為結案後提供	
	B2. Application 基本文書系統	-名片設計1款 -店卡設計1款	被上訴人未交付名片
C. 店面相關設計	C1. Signage 招牌設計	針對品牌視覺發展，規範橫式、或直式店內及戶外招牌設計，包含與廠商進行材質溝通	被上訴人未與廠商進行圍籬招牌材質之溝通，屬「未完整交付」。
	C2. Direction 室內指標系統	針對品牌視覺發展，設計室內指標系統，包含與廠商進行材質溝通	廁所指標之設計不符上訴人需求，無法使用，屬「未完整交付」。
	C3. Uniform 制服設計	VI在制服上之呈現方式與完稿	制服設計不符上訴人需求，無法使用，屬「未完整交付」。
	C4. Package Design 包裝設計	-冷、熱外帶杯設計與完稿 -大、小包裝手提袋設計與完稿	包裝設計不符上訴人需求，無法使用，屬「未完整交付」。

	C5. Menu Design 菜單設計	A3菜單設計與完稿	菜單設計不符上訴人需求，無法使用，屬「未完整交付」。
	C6. DM Design DM設計	上市單張DM設計(三折8面內)與完稿	
	C7. Advertising 廣告版型設計	品牌廣告直式與橫式版型設計	
	C8. FB版型設計	FB po圖版型設計1組4款	