臺灣臺北地方法院民事判決

110年度訴字第4762號

原　　告　索尼國際有限公司

000000000000000000

法定代理人　高淑華

訴訟代理人　王泓鑫律師

被　　告　香港商蘋果日報出版發展有限公司台灣分公司

000000000000000000

法定代理人　葉一堅

訴訟代理人　蔡世祺律師

　　賴彥杰律師

上列當事人間請求損害賠償等事件，經臺灣新北地方法院裁定移送前來（110年度訴字第1259號），本院於民國110年11月22日言詞辯論終結，判決如下：

主　　文

原告之訴及假執行之聲請均駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

壹、程序方面：

按第168條至第172條及前條所定之承受訴訟人，於得為承受時，應即為承受之聲明。他造當事人，亦得聲明承受訴訟，民事訴訟法第175條定有明文。本件被告法定代理人原為陳裕鑫，嗣於訴訟繫屬中變更為葉一堅，並由其具狀聲明承受訴訟，此有民事聲明承受訴訟狀、經濟部民國110年9月2日經授商字第11001110220號函、變更登記表附卷可稽（見本院卷第117、118、121至126頁），是其聲明承受訴訟，核無不合，應予准許。

貳、實體方面：

一、原告主張：被告於110年2月26日晚間9時在其所經營之蘋果新聞網刊載標題為「【獨家】被當盤子？婦人菜市場買保養品花14K退貨竟得倒貼30K」之新聞報導暨圖片、影音內容

（下稱系爭報導），隔日（即27日）被告所發行之蘋果日報第A16版社會，左下方刊載同一則內容大致相同之新聞報導，另在Youtube網站上刊登相同於系爭報導網頁鑲嵌影音之報導內容（標題為「被當盤子？婦人菜市場買保養品花14K退貨竟得倒貼30K#獨家｜台灣新聞 Taiwan 蘋果新聞網」）。然上開新聞報導內容有如附表A、B、C所示不實之處，侵害原告名譽、商譽、信用、隱私權等權利，且系爭報導目前仍可於被告所經營蘋果新聞網及Youtube被告官網上瀏覽觀看，原告依民法第18條第1項規定，請求移除上開網頁之報導內容，並依民法第195條第1項規定請求被告應將附表1所示道歉啟事，以附表2所示方式刊登於蘋果日報網站及蘋果日報報紙各3日，並應於蘋果新聞網以原告正面形象及已與該消費者和解為內容之平衡報導1則，以回復原告名譽。再者，被告上開新聞報導足使消費者對原告產品品質及評價產生錯誤之認知及貶損，導致原告商譽嚴重受損，原告產品愛用者因看到上開新聞報導，紛紛要求原告退貨，造成原告鉅額損失，原告依民法第184條第1項前段規定請求被告賠償新臺幣（下同）500萬元。並聲明：㈠被告應移除登載於網際網路之標題為「【獨家】被當盤子？婦人菜市場買保養品花14K退貨竟得倒貼30K」之全部平面新聞報導暨鑲嵌之影音、圖片內容及標題為「被當盤子？婦人菜市場買保養品花14K退貨竟得倒貼30K#獨家|台灣新聞 Taiwan 蘋果新聞網」之影音內容。㈡被告應將附表1所示道歉啟事，以附表2所示方式刊登於蘋果日報網站及蘋果日報報紙各三日，並應於蘋果新聞網以原告正面形象及已與該消費者和解為內容之平衡報導一則。㈢被告應給付原告500萬元，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。㈣原告願供擔保，請准宣告假執行。

二、被告則以：

㈠因近年來化妝品、保養品之訪問交易消費紛爭層出不窮，各縣市均曾多次提醒社會大眾注意，而系爭報導之主軸在於投

訴人與原告因購買保養品涉及訪問買賣，並於事後退貨退款產生消費糾紛，且系爭報導內文中有以消費者保護官（下稱消保官）之說明向閱讀大眾傳遞相關消保法之常識，足證系爭報導係基於探討公共議題而發，且與公益有關，自屬可受公評之事。又系爭報導內容係經投訴人依其自身消費經驗陳述外，投訴人於接受撰文記者採訪時，並當場提供購買之保養品、原告開立之發票、其與原告於新北市政府法制局消保官申訴案件處理紀錄、原告員工發給投訴人之Line訊息內容、投訴人發給原告之存證信函等證據資料以供佐證，且系爭報導之撰文記者於報導出刊前有向原告員工進行平衡求證，再一併將前揭平衡求證內容及原告後續處理情形於系爭報導內容之末段予以平衡報導，足認系爭報導之撰文記者已盡合理查證義務，且有相當理由確信投訴人之投訴為真實，自無侵害原告名譽之不法行為。

㈡附表編號A1、B2所示部分，主要係披露投訴人質疑原告於本件處理退貨退款方式不合理，因而認為自己被當「盤子」、「傻子」，衡情尚屬合理評論之範疇，且系爭報導並未提及原告有欺騙消費者之行為，故原告指稱系爭報導記載「盤子」指稱原告欺騙消費者，將該消費者當成「盤子」，洵屬原告對於報導內容誤解之個人主觀感受，無從遽認系爭報導內容不法侵害原告名譽權。另原告委任代理人於申訴過程中強調拆封後之產品需以原價購買，原告員工亦稱不能依鑑賞期之規定退貨、消費者須支付所有發生之相關費用，惟原告SO-9無限亮白素顏霜一瓶定價1萬2,800元、SO-9無限亮顏瞬白精華一瓶定價1萬9,800元，任何一瓶即已接近或超過投訴人本件購買之金額，況投訴人已拆封之大、小商品至少有5項等情，是投訴人控訴原告於本件消費糾紛之處理過程中主張開封過之商品不給退貨，若其欲退貨，需以原價即5萬多元購買，相當於投訴人雖可退還購買金額1萬4,400元，但反而需倒貼原告3萬多元。依消費者主觀認知，上情應屬合理評論，並無不法侵害原告名譽權。另有關附表編號A1、A3、

A7、A8、B1、B2、B4所示報導內容，業經投訴人指訴甚詳，及提出證據資料予撰文記者查證，撰文記者顯有相當理由確信投訴人之投訴為真實，自無不法侵害原告名譽權。此外，系爭報導內容並非在評論原告保養品品質之優劣，雖有附上原告產品之照片，無從逕認上開照片對於原告之名譽、商譽、信用產生任何影響，且原告之全銜、統編、地址、電話，係網路上合法公開之資訊，系爭報導縱然披露原告之前揭公開資訊，導致原告對系爭報導之主觀感受不佳，亦無從認定系爭報導有侵害原告隱私權。再者，投訴人到底是被遊說購買或者原告所稱愉悅成交，均屬投訴人基於個人主觀消費購物經驗之感受範疇，難以認定不實，原告亦未說明該報導段落對其名譽權有何損害，故其逕自主張該報導段落侵害其名譽權，顯不足採。

㈢附表編號C1、C2、C5所示部分，均經投訴人投訴明確，且經撰文記者合理查證，而撰文記者依消費者之投訴內容加以描述整起事件之過程，並未偏離報導事件之脈絡，無從認定有不法侵害原告名譽權。又附表編號C3、C4所示部分，原告品牌是否知名、商品售價是否昂貴，洵屬個人主觀感受之合理評論範疇，縱然系爭報導評論「沒人聽過」等語稍嫌誇張、聳動，難認有侵害原告名譽或商譽之處。另附表編號C6所示部分所指婦人即投訴人，而非原告，前揭影音旁白及文字客觀上對原告之名譽並無任何損害，且系爭報導已記載消費糾紛之後續處理情況，故原告主張前揭影音旁白及文字損害其名譽及商譽，均無足採。此外，本件消費紛爭事件最具爭議及遭質疑不合理之處，無非是投訴人以1萬4,400元之售價購入原告之保養品，事後向原告退貨時，卻遭原告要求就拆封的部分需以原價購買方式退貨，反而要倒貼3萬多元之不合理情事，且消費者當初既然是以售價購買，為何原告本件卻堅持要消費者需以原價退貨，則原告處理本件消費紛爭之方式，足以令人質疑是否如同近來新聞輿論關注之消費陷阱，致使撰文記者產生整起事件如同消費者掉入消費陷阱之主觀

感受。況網路上對於原告之銷售方式及退貨退款之處理方式，曾遭人詬病有強迫推銷、退貨踢皮球、拆封贈品價格比化妝品還貴、認為有受騙的感覺等負面評論，足證附表編號C7所示旁白及文字之用語雖然稍嫌聳動、誇張，然仍未逸脫係對於公益事項為合理評論之範疇，尚無從認定有不法侵害原告名譽或商譽之處。並聲明：1.原告之訴駁回。2.如受不利判決，願供擔保，請准宣告免為假執行。

三、兩造不爭執之事項（見本院卷第244頁，並依判決格式修正或刪減文句，或依爭點論述順序整理內容）：

㈠被告曾於110 年2 月26日、同年月27日，在蘋果新聞網、蘋果日報等媒體，刊載如起訴狀附件光碟（譯文如民事準備二狀之附件3 及附圖）、原證1 及2 所示之報導（含原告民事辯論意旨狀附表A 、B 、C 事實及理由欄侵權內容所示）。

㈡被告為上開報導前，有消費者提供被證5所示之資料予被告。

四、得心證之理由：

原告主張被告在其所經營之蘋果新聞網、蘋果日報刊載系爭報導，及在Youtube網站上刊登相同於系爭報導網頁鑲嵌影音之報導內容，侵害原告名譽、商譽、信用、隱私等權利，請求被告賠償損害、回復原告名譽之適當處分及將上開網頁之報導內容移除等情，惟為被告所否認，並以前揭情詞置辯，經查：

㈠被告是否侵害原告名譽、商譽、信用等權利部分：

1.按因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任；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，其名譽被侵害者，並得請求回復名譽之適當處分，民法第184 條第1 項前段、第195 條第1 項定有明文。又言論可分為事實陳述與意見表達，二者本未盡相同，前者具有可證明性，後者乃行為人表示自己之見解或立場，屬主觀價值判斷之範疇，無所

謂真實與否，在民主多元社會，對於可受公評之事，即使施以尖酸刻薄之評論，固仍受憲法之保障，惟事實陳述本身涉及真實與否之問題，倘行為人就事實陳述之相當真實性，未盡合理查證之義務，依其所提證據資料，在客觀上不足認其有相當理由確信為真實者，該不實之言論，即足以貶損他人之社會評價而侵害他人之名譽，於此情形，縱令所述事實係出於其疑慮或推論，亦難謂有阻卻違法之事由，並應就其因故意或過失不法侵害他人之名譽，負侵權行為之損害賠償責任；而事實陳述本身涉及真實與否，雖其與言論表達在概念上偶有流動，有時難期涇渭分明，若言論係以某項事實為基礎，或發言過程中夾論夾敘，將事實敘述與評論混為一談，在評價言論自由與保障個人名譽權之考量上，仍應考慮事實之真偽，倘行為人所述事實足以貶損他人之社會評價而侵害他人名譽，而行為人又未能證明所陳述事實為真，縱令所述事實係轉述他人之陳述，如明知他人轉述之事實為虛偽或未經相當查證即公然轉述該虛偽之事實，而構成故意或過失侵害他人之名譽，仍應負侵權行為損害賠償責任。準此，關於被告是否應就附表A、B、C等原告所指之報導內容負侵權行為損害賠償責任，判斷如下：

2.本件被告有於110 年2 月26日、同年月27日，在蘋果新聞網、蘋果日報及Youtube網站上，登載包含附表A、B、C所示內容之系爭報導等情，有系爭報導、系爭報導影片截圖、系爭報導影片譯文附卷足憑（見新北地院卷第29至53頁，本院卷第175、176頁），並為被告所不爭執，堪以認定。又觀其報導內容，其中關於投訴人購買原告相關產品之消費暨後續衍生爭議等過程部分（即附表A編號A1、3、5、7、8，附表B編號B1、2、3、4，附表C編號C1至7【扣除下列評論部分】），係在具體描述投訴人與原告間消費糾紛之始末及投訴人所認不平之處等情，應屬事實陳述之性質。另系爭報導中提及「被當盤子」（即附表A編號A1）、「當我傻子嗎」（即附表A編號A7）、「當我盤子嗎」（即附表B編號B2）、

「遭當盤子」（即附表C編號C1）、「這牌子沒人聽過，還賣這麼貴」（即附表C編號C3）、「各個印著高單價，似乎比百貨公司還貴」（即附表C編號C4）、「一場騙局」（即附表C編號C7）等語並未指摘具體事實，乃係針對系爭報導內容為概括之評論，應屬意見表達之性質。

3.再參之系爭報導製作前，投訴人確曾向被告表示：其在菜市場向原告購買多項保養產品，其消費金額共計1萬4,400元，之後其要求退貨，遭告知出售後無法退貨，且若要退回產品，關於已開封之商品要以原價購買，原價買回共要花費5萬餘元，並不合理，後續在消保官處協調時，亦經告知因屬衛生用品、實體店面等情而不能退費，其以後不會在菜市場買保養品等語，並提出向原告購買之商品、原告開立之統一發票、新北市政府法制局消保官申訴案件處理紀錄、原告與投訴人之對話紀錄、存證信函為證，有系爭報導影片譯文及上開投訴人提出之資料可稽（見本院卷第67至79、175、176頁）。堪認投訴人與原告確實存有商品買賣事實，並衍生相關消費糾紛，投訴人並有就該糾紛向消保官提出申訴及寄發存證信函予原告之情形。是該投訴人本於自身參與上述歷程之經驗及前開事實基礎，為上開言論，並非憑空杜撰。準此，被告製作系爭報導，既係依據投訴人之陳述及提供之資料等為報導內容，應認已盡相當之查證義務，足可認其依查證所得資料，有相當理由確信其為真實。

4.另就系爭報導中關於「被當盤子」、「當我傻子嗎」、「當我盤子嗎」、「遭當盤子」、「這牌子沒人聽過，還賣這麼貴」、「各個印著高單價，似乎比百貨公司還貴」、「一場騙局」等部分。衡以投訴人向被告陳述時，有數次指摘其消費金額為1萬4,400元，原告要求以原價買回已開封之商品，其要花費5萬餘元等節，則依據該指述內容，該投訴人原欲與原告解除買賣契約而取回消費金額1萬4,400元，若依據原告所提之方式，既未能達成取回上開款項之目的，扣除已支付之前述金額，卻需額外再支付3萬餘元之款項，姑且不論

該買賣契約能否合法解除，此結果顯與一般社會常情迥異，亦有違誠信原則。是以，被告基於上開取得資料內容，評論若消費者依此額外支付3萬餘元，形同財物處於遭人任意宰割之狀態，並基於此狀況對原告商品之知名度及售價提出意見，顯有相當事實基礎，況關於此等消費方式之糾紛事件，於現今社會時有所聞，被告於該報導中亦有就此訪問消保官並引用其意見，且原告於108年1月至110年10月間之消費申訴案件共有41件，有新北市政府法制局110年10月14日新北法消字第1101919564號函暨所附資料足考（見本院卷第133至145頁），可徵與原告有關之消費糾紛並非單一個案，由此足認系爭報導涉及此議題自與公共利益有關，而應屬可受公評之事，故縱上開報導之措詞較為聳動或令原告感到不快，然尚未逾越合理範圍或以損害原告之名譽為唯一目的。是以，上開意見表達部分之用語仍屬善意之評論，受善意評論原則之保障。

5.從而，被告所為之系爭報導係其本於一定事實根據所為之事實陳述及意見表達，依上說明，在經利益權衡後，對於被告言論自由之保障應優先於原告之名譽、商譽、信用等權利，自不能認被告製作系爭報導之行為係屬不法侵害原告之侵權行為。又被告為系爭報導時，同時檢附投訴人所提購買原告相關產品之照片、申訴紀錄等資料（即附表A編號A2、6、9，附表B編號B5），既屬揭示其報導之來源及證據出處，且該報導之內容並非純屬其自行捏造而無所憑，所為之意見亦屬善意評論，均如前述，則其於系爭報導同時登載上開資料內容，自難認有侵害原告名譽、商譽、信用等權利之情。

6.至原告雖主張被告於系爭報導內未為平衡報導而有損害其名譽、商譽、信用等權利等語。然被告曾就投訴人對其陳述之內容詢問原告員工，經其表示：「請你也不要亂報，不然我們會提供法律訴訟給你，因為其實她已經買了一段期間，你要叫我們去處理這些東西，我們已經在協調中了」等語（見本院卷第175頁）。是被告除聽取投訴人之陳述內容外，亦

曾就此詢問原告方面之說法，原告除以上開內容回覆外並未見其提出客觀證據供被告參考，則被告引述原告員工之陳述，併將原告最終有返還投訴人款項等事實刊載在報導內，自不能因此遽指被告在查證義務上有何疏失。況有無平衡報導，與報導內容是否屬實及有無盡合理查證義務係屬二事，被告於系爭報導已為相當查證，並檢附原告上開意見於該報導內，縱未於系爭報導中附加原告親自現身之回應，亦難認系爭報導有侵害原告名譽、商譽、信用等權利之情事。

㈡被告是否侵害原告隱私權利部分：

原告復主張：被告將內載有原告資訊之發票、申訴紀錄登載於系爭報導內（即附表A編號A4、6），已侵害原告隱私權等語。惟隱私係指個人對其私領域之自主權利，其保護範圍包括個人私生活不受干擾及個人資訊之自我控制，惟人群共處經營社會生活，應受保護之隱私必須有所界限，即隱私是否存在，應以個人對系爭事物是否有合理期待作為判斷準則（司法院大法官第689 號解釋意旨參照）。是就已公開而得閱覽之資訊，當事人就該資訊所載之內容即無合理之隱私期待，非屬隱私保護範圍。查本件原告全名、統一編號、地址、電話等事項，依據公司法第393條第2項第1款、第3款、第3項等規定，下列事項，主管機關應予公開，任何人得向主管機關申請查閱或抄錄：1.公司名稱；3.公司所在地；前項第1款至第9款，任何人得至主管機關之資訊網站查閱，是公司名稱、地址屬依公司法應登記後予以公開、任何人得至主管機關資訊網站查閱之資訊，另觀以經濟部商工登記查詢服務網站及人力銀行網站截圖資訊（見本院卷第81至87頁），可知任何人均可藉由上開網站查詢原告上開所稱涉及隱私之事項，是被告前揭行為所涉及之公開資訊部分，原告對其無合理之隱私期待，是被告刊登該等內容，亦難認有何隱私權之侵害。另申訴紀錄之內容，本為消費者與企業經營者間關於消費爭議事件所為之調處，雙方既無應予保密等約定，本即得讓公眾為公開討論，兼具促進公共利益之目的，

系爭報導既有前述與公共利益有關之目的，而單純將調處紀錄內容予以刊登，尚難謂有不法侵害原告之隱私權。

㈢原告依民法第18條第1項、第184條第1項前段、第195條第1項規定，請求被告賠償損害500萬元、刊登道歉啟事以回復原告名譽及將上開網頁之報導內容移除部分：

承上所述，系爭報導之內容，尚難認不法侵害原告之名譽、商譽、信用、隱私等權利。是以，原告依前揭規定，請求被告負損害賠償責任、刊登道歉啟事以回復原告名譽及將上開網頁之報導內容移除，即非有據。

五、綜上所述，原告依民法第18條第1項、第184條第1項前段、第195條第1項規定，請求被告應移除登載於網際網路之標題為「【獨家】被當盤子？婦人菜市場買保養品花14K退貨竟得倒貼30K」之全部平面新聞報導暨鑲嵌之影音、圖片內容及標題為「被當盤子？婦人菜市場買保養品花14K退貨竟得倒貼30K#獨家|台灣新聞 Taiwan 蘋果新聞網」之影音內容；被告應將附表1所示道歉啟事，以附表2所示方式刊登於蘋果日報網站及蘋果日報報紙各三日，並應於蘋果新聞網以原告正面形象及已與該消費者和解為內容之平衡報導一則；被告應給付原告500萬元，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，均為無理由，應予駁回。又原告既受敗訴之判決，其假執行之聲請亦失所依據，應併予駁回。

六、至原告雖聲請訊問林允芮、李亞育（即原告為投訴人服務之員工），欲證明本件消費過程及其後續爭議等事實（見本院卷第102至103頁）。然本件被告製作之報導，以客觀存在之卷附資料為據，已可認定並無原告所指之侵權行為，並經本院詳敘所憑證據及得心證之理由如前，故上開聲請調查之證據即無調查必要。此外，本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及所提之證據，經本院斟酌後，認均不足以影響本判決之結果，自無逐一詳予論駁之必要，併此敘明。

七、據上論結，原告之訴為無理由，依民事訴訟法第78條判決如

主文。

中　　華　　民　　國　　110　　年　　12　　月　　10　　日

民事第七庭　　法　官　溫祖明

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　　110　　年　　12　　月　　10　　日

書記官　李佳儒

附表A：被告於110年2月26日晚間9點刊登在蘋果新聞網之系爭報導。

編號	內容及理由
A1	系爭報導標題：「被當盤子？婦人菜市場買保養品花14K退貨竟得倒貼30K」，明顯指稱原告欺騙該消費者，將該消費者當成盤子，且原告美容師並無要求該消費者再拿出3萬元才退貨，該報導惡意栽贓誹謗原告。
A2	將原告產品毫無遮掩就直接拍攝，產品上商標「SO-9」清晰可見，將使消費者對原告之產品有不佳印象，損害原告之名譽、商譽、信用。
A3	報導文字「…帶著產品要退貨，卻遭業者…聲稱原價是5萬多元，如欲退貨需倒貼3萬多元…」，與事實不符，嚴重侵害原告之名譽、商譽、信用。
A4	系爭報導將原告開給消費者之發票，除遮掩簽核卡號碼之外，其餘有關原告全銜、統編、地址、電話等隱私資料均無遮掩，侵害原告隱私權。
A5	報導文字：「投訴婦人向《蘋果新聞網》表示，去年11月底在南勢角菜市場買東西，經過『SO-9索尼』攤位時被遊說購買產品…」，上開報導所稱該消費者經過原告的攤位而被遊說購物，並非事實，且系爭報導直接指明原告之商標及公司名稱，損害原告之名譽、商譽、信用。
A6	將原告與該消費者之糾紛調解紀錄內容刊登，嚴重影響原告之名譽、商譽、信用、隱私。
A7	系爭報導：「…業者以…如要退貨的話，需倒貼3萬多元的差額，讓消費者直呼『當我傻子嗎？』逐向消保官提出申訴…」，原告或美容師並無說退貨要倒貼3萬多元，顯屬惡意誹謗侵害原告之名譽、商譽、信用。
A8	系爭報導：「…婦人向《蘋果新聞網》說明，與業者在上月27日第一次協商破局，另強調，多付3萬多元的差額還不是退回全部的產品，…」，原告或美容師並無說要多付3萬多元差額才退，係屬惡意誹謗侵害原告之名譽、商譽、信用。

A9	系爭報導將原告產品名稱「SO-9無限亮白素顏霜」等資訊直接刊登，造成消費者對原告產品印象不佳，侵害原告之名譽、商譽、信用

附表B：110年2月27日發行之蘋果日報第A16版社會

編號	內容及理由
B1	系爭報導標題「菜市場買1.4萬元保養品婦退貨竟遭索3萬」，原告或美容師未曾向該消費者稱退貨須倒貼3萬多元，該報導不實，侵害原告之名譽、商譽、信用。
B2	系爭報導載「…業者卻稱婦人拿了優惠價，若退貨須補原價約3萬多元的差額，婦人氣罵：『當我盤子（台語，意指好欺負）嗎？』」，要求補3萬元及婦人說被當盤子，均非事實，侵害原告之名譽、商譽、信用。
B3	系爭報導載：「…去年11月底在中和南勢角菜市場，被業者推銷後購買1萬4400元的『SO-9索尼』素顏霜，業者告知已給折扣價，家人上網查詢發現該款素顏霜網拍只要5百多元，業者竟賣2200元，…」，消費者當時是愉悅成交，並非被推銷，且以網拍500多元之產品做比較，顯屬惡意侵害原告之名譽、商譽、信用。
B4	系爭報導載：「…若堅持退貨還須倒貼原價3萬多元的差價…」，原告或美容師未曾向該消費者稱退貨須倒貼3萬多元，該報導不實，嚴重侵害原告之名譽、商譽、信用。
B5	將原告多款產品毫無遮掩直接拍攝，產品上商標「SO-9」清晰可見，將使消費者對原告產品有不佳印象，嚴重損害原告之名譽、商譽、信用。

附表C：刊登在蘋果新聞網之鑲嵌影音檔內容及Youtube平台網址

編號	內容及理由
C1	影音00：07處，字幕出現「…婦欲退貨遭當盤子索3萬」，原告或美容師未曾向該消費者說要倒貼3萬多元，該報導不實，嚴重侵害原告之商譽、信用、名譽。
C2	影音00：12處，聲音及字幕稱：「逛菜市場，他拉人把我拉進去，叫我買一大推」，並非事實，損害原告之名譽、商譽、信用。
C3	影音00：22處，旁白及文字稱：「…叫做SO-9的保養品，這牌子沒人聽過，還賣這麼貴」，與事實不符，貶抑原告之名譽、商譽、信用。
C4	影音00：28處，旁白及文字稱：「這個無限亮白素顏霜，定價1萬2800元，這個無限亮顏瞬白精華，1萬9千元…各個印著高單價，似乎比百貨公司還貴」，故意將定價說成產品實際售價，誤導消費者，侵害原告之名譽、商譽及銷售營運、信用造成極大影響。
C5	影音01：09處以下，旁白及文字稱：「當天下午立刻趕回菜市場，要求退貨，美容師說門都沒有，想退可以，除非再掏錢」，與事實不符，侵害原告之名譽、商譽、信用。

C6	影音02：10處以下，旁白及文字稱：「但這樣的處理方式，婦人沒想要善罷甘休」，與事實不符，損害原告之名譽、商譽、信用。
C7	影音02：24處以下，旁白及文字稱：「但上菜市場買保養品，以為撿到便宜，但實際上卻是一場騙局」，記者問：「你以後還會去菜市場買這些保養品嗎？」，該消費者稱：「不會了」，嚴重誤導消費者，造成原告名譽、商譽、信用嚴重受損。

附表1：道歉啟事

向索尼國際有限公司致歉。

本報於民國（下同）110年2月26日於「蘋果新聞網」刊登「【獨家】被當盤子？婦人菜市場買保養品花14K退貨竟得倒貼30K」、110年2月27日於「蘋果日報」第A16版社會版刊登「菜市場買1.4萬元保養品婦退貨竟遭索3萬」及110年3月1日於本報Youtube官網刊登「被當盤子？婦人菜市場買保養品花14K　退貨竟得倒貼30K #獨家 |台灣新聞 Taiwan 蘋果新聞網」等標題之報導，經查，該等新聞標題及內容均有錯誤，本報確有查證不周、報導不實之情事，造成當事人索尼國際有限公司商譽損害，本報特此鄭重公開致歉，並特予澄清更正。

香港商蘋果日報出版發展有限公司臺灣分公司致歉

附表2：

以寬12公分、高6公分之橫幅，於蘋果日報官網網站下之「首頁」下（網址為https://tw.appledaily.com/home/）以黑色文字、標題與道歉人署名以細明體加黑16號字型、內文以細明體12號字型刊登。

另以長8公分、寬4.5公分篇幅，於蘋果日報A1頭條版面蘋果日報Logo正下方（「蘋果日報Appledaily」報頭正下方），以黑色文字、標題與道歉人署名以細明體加黑12號字型、內文以細明體10號字型刊登。