

臺灣臺北地方法院民事判決

110年度訴字第6728號

原告 王思佳

訴訟代理人 蘇奕全律師

複代理人 陳孝賢律師

被告 康霖生活事業股份有限公司

法定代理人 楊月秀

訴訟代理人 林三元律師

廖宛淇律師

被告 劉元凱

何逸軒

上二人共同

訴訟代理人 許景翔律師

上列當事人間請求損害賠償等事件，本院於民國111 年7 月26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

一、按訴狀送達後，原告不得將原訴變更或追加他訴，但被告同意、請求之基礎事實同一者，不在此限；被告對於訴之變更或追加無異議，而為本案之言詞辯論者，視為同意變更或追加，民事訴訟法第255 條第1 項第1 款、第2 款及第2 項分別定有明文。

二、本件原告起訴時以康霖生活事業股份有限公司（下稱康霖公司）為被告，並主張原告之粉絲於民國108 年間贈送被告康

霖公司旗下尖峯團隊所銷售之超湛珍珠膠原飲（下稱系爭產品）予伊試喝，原告試喝後將系爭產品拍照並上傳個人Instagram帳號限時動態作為致意，詎料被告康霖公司尖峯團隊人員未經原告同意，竟擅自使用原告肖像及謊稱原告代言系爭產品，並以此行銷系爭產品（下稱系爭行銷行為）而不法侵害原告之人格權，爰依民法侵權行為法律關係提起本案訴訟等語（本院卷第11頁至第21頁），嗣原告於本案審理期間，以111年1月11日民事表示意見暨訴之追加狀主張系爭行銷行為係尖峯團隊成員劉元凱及何逸軒主導所為，並追加劉元凱、何逸軒二人為被告，並就原起訴聲明第「(一)被告康霖公司應給付原告新臺幣（下同）150萬元整，及本起訴狀送達翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。(二)被告康霖公司應將附表一所示之照片及言論刪除。(三)被告康霖公司應於網站（網址：<https://www.klatm.com>）之「最新消息」之「新聞專區」中，張貼如附表2所示內容之文字連續30日。(四)原告願供擔保請准宣告假執行。」變更為「(一)被告康霖公司、劉元凱及何逸軒應連帶給付原告150萬元整，及本起訴狀送達翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。(二)被告康霖公司、劉元凱及何逸軒應將附表一所示之照片及言論刪除。(三)被告康霖公司應於網站（網址：<https://www.klatm.com>）之「最新消息」之「新聞專區」中，張貼如附表2所示內容之文字連續30日。(四)原告願供擔保請准宣告假執行。」（見本院卷第225頁至第227頁），核原告追加劉元凱及何逸軒為本案之被告，並就訴之聲明第一項及第二項所為變更之事實，與原起訴主張侵害原告人格權之行為態樣、侵害名譽之內容均相同，應調查之證據並無相異之處，均可得延用，且被告康霖公司、劉元凱及何逸軒對於訴之變更或追加均無異議，而為本案之言詞辯論（見本院卷第383頁至第385頁），是本件原告所為訴之追加及變更，與首揭規定相符，應予准許，合先敘明。

貳、實體方面

一、原告主張：原告粉絲於108 年間贈送被告康霖公司旗下尖峯團隊所銷售之超湛珍珠膠原飲（下稱系爭產品）予伊試喝，原告試喝後本於禮尚往來之意思，遂將系爭產品拍照並上傳個人Instagram帳號限時動態作為致意，詎料被告康霖公司尖峯團隊人員即被告劉元凱、何逸軒未經原告同意，竟擅自將前述原告所為個人Instagram帳號限時動態照片予以截圖（下稱系爭截圖），據以使用原告肖像並加註文字稱原告代言系爭產品，致使出現原告推薦、代言系爭產品之情事，並以此行銷系爭產品，系爭行銷行為已不法侵害原告之人格權，嗣原告陸續接獲粉絲詢問是否有代言系爭產品之訊息，此時原告方知被告等人竟未經原告同意擅自使用原告肖像，及以系爭行銷行為謊稱原告代言系爭產品。又被告康霖公司雖於110 年5 月25日在Youtube之「何逸軒」頻道發布「重要聲明通知！團隊與網紅藝人無合作關係」之影片，並於尖峯團隊之臉書粉絲專頁揭露上開訊息；惟原告迄今仍持續接獲粉絲聯繫稱尚有被告康霖公司所屬尖峯團隊人員以未經原告同意之照片，捏造原告有代言系爭產品一事，以利銷售系爭產品或推廣加入尖峯團隊以代理系爭產品等情事，原告始於110 年6 月15日委請律師發函要求被告康霖公司改善、公開道歉，然均未獲置理，原告甚且發現尖峯團隊之「#北尖峯」Line群組仍有系爭截圖照片存在，供其團隊成員銷售系爭產品、推廣系爭產品代理使用，顯見尖峯團隊成員確有使用系爭截圖行銷系爭產品之行為，被告康霖公司、劉元凱、何逸軒辯稱不知情、非員工所為及無侵害原告人格權云云顯非為真，原告爰依民法第184 條第1 項、第185 條第1 項、第195 條第1 項、第18條第1 項等規定提起本訴等語。並聲明：(一)被告康霖公司、劉元凱及何逸軒應連帶給付原告150萬元整，及本起訴狀送達翌日起至清償日止，按週年利率5 %計算之利息。(二)被告康霖公司、劉元凱及何逸軒應將附表一所示之照片及言論刪除。(三)被告康霖公司應於網站（網址：<https://www.klatm.com>）之「最新消息」之「新聞

01 專區」中，張貼如附表2 所示內容之文字連續30日。(四)原告
02 願供擔保請准宣告假執行。

03 二、被告等則辯以：

04 1.被告康霖公司部分：被告康霖公司為合法成立之傳直銷公
05 司，依被告康霖公司營運章程所載，公司會員得以會員優惠
06 價格購買被告康霖公司之產品或銷售被告康霖公司所代理、
07 生產之產品，以賺取零售利潤，故被告康霖公司與會員間僅
08 具有傳銷商關係而非僱傭或合夥關係。又原告本案主張之尖
09 峯團隊並非被告康霖公司旗下組織，而係被告何逸軒擔任負
10 責人之訴外人尖峯企業社之旗下組織，被告劉元凱、何逸軒
11 實非被告康霖公司員工；故依前開所述傳直銷內容，尖峯團
12 隊或被告劉元凱、何逸軒加入被告康霖公司傳直銷會員雖得
13 以優惠價格購入被告康霖公司產品銷售，惟渠等間仍為單純
14 買賣關係，並無上下從屬性質，縱尖峯團隊或被告劉元凱、
15 何逸軒有原告所稱系爭行銷行為，亦與被告康霖公司無涉。
16 此外，被告康霖公司接獲原告委任律師所發律師函後，基於
17 維護商宜，已主動於被告康霖公司官方網站公告及於Youtub
18 e網站澄清其公司與原告間並無任何合作關係，在未經被告
19 康霖公司授權前，任何會員或直銷商不應藉由系爭截圖作為
20 推銷系爭產品之方法，如有違反將予以嚴懲等語。

21 2.被告劉元凱、何逸軒部分：原告曾於其個人Instagram帳號
22 發佈系爭產品照片之公開限時動態，並加註「一天一瓶 永
23 保青春」文字，被告劉元凱雖曾將該限時動態予以截圖並轉
24 發於自己之Instagram帳號限時動態，惟被告劉元凱並未有
25 何傳達原告為系爭產品之代言人之不實訊息，其所轉發於個
26 人Instagram帳號限時動態之截圖並無原告之肖像，自無侵
27 害原告之肖像權。又被告何逸軒以尖峯企業社名稱與被告康
28 霖公司成立傳直銷契約，惟旗下並無聘請員工，與被告康霖
29 公司間亦無僱傭關係，被告何逸軒未曾聲稱原告代言系爭產
30 品用以推廣產品銷售，或以此方式教導下線推廣系爭產品；
31 甚且，傳直銷上下線並無從屬關係，被告何逸軒得知本案爭

01 議後，除於個人Youtube平台及臉書粉絲專頁聲明原告並無
02 代言合作關係以釐清誤會外，被告何逸軒發現蝦皮賣場有不
03 明人士銷售系爭產品時，亦發函予蝦皮公司敬請禁止該行
04 為，是被告何逸軒實無使用原告個人肖像或以原告代言系爭
05 產品等不實訊息銷售系爭產品之行為等語為抗辯。

06 3.被告等均聲明：(一)原告之訴及假執行之聲請均駁回。(二)如受
07 不利益判決，願供擔保以免假執行。

08 三、兩造不爭執之事實：

09 被告康霖公司為合法成立之傳直銷公司，被告劉元凱、何逸
10 軒均為被告康霖公司會員，其中被告何逸軒係以尖峯企業社
11 名稱與被告康霖公司成立傳直銷契約，且系爭產品為被告康
12 霖公司所銷售之產品，原告曾於個人Instagram帳號限時動
13 態發佈其飲用系爭產品之照片等情，均為兩造所不爭執，復
14 有經濟部商工登記公示資料查詢、康霖公司網站超湛珍珠膠
15 原飲介紹、多層次傳銷管理系統、康霖公司營運規章、申請
16 書暨協議書在卷可稽（見本院卷第29頁至第33頁、第137 頁
17 至第185 頁），均先堪認定為真實。

18 四、本院之判斷：

19 原告主張被告等未經同意竟擅自使用原告肖像，並以系爭行
20 銷行為不法侵害原告之人格權，應負損害賠償責任等情，為
21 被告等所否認，並分別以前揭情詞置辯。故本院應審究者
22 為：被告等是否有以系爭行銷行為不法侵害原告之人格權而
23 應負侵權行為責任？被告等如構成侵權行為，則原告得請求
24 之賠償金額為若干？茲分敘如下：

25 (一)按肖像權係指以自己肖像之利益為內容之權利，而肖像為個
26 人形象及個性的表現，屬重要之人格法益。是肖像權係個人
27 對其肖像是否公開之自主權利，若未經他人同意，就他人肖
28 像為攝影、寫生、非以幽默為目的之漫畫陳列、複製，或以
29 肖像做營業廣告，均構成對肖像權之侵害。學者及司法實務
30 並認為，對於肖像權之保護，不應該認為肖像權僅具有人格
31 利益之內涵，而應該認為肖像權本身亦應具有一定之經濟利

01 益（本院94年度訴字第1653號、91年度訴字第2476號民事判
02 決均可資參照）。次按，人格權受侵害時，得請求法院除去
03 其侵害；有受侵害之虞時，得請求防止之。前項情形，以法
04 律有特別規定者為限，得請求損害賠償或慰撫金；因故意或
05 過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任；數人共同
06 不法侵害他人之權利者，連帶負損害賠償責任，民法第18
07 條、第184 條第1 項前段、第185 條第1 項前段分別定有明
08 文。復共同侵權行為，仍須各行為人之行為皆成立侵權行為
09 為要件，而侵權行為之成立，須行為人因故意過失不法侵害
10 他人權利，亦即行為人須具備歸責性、違法性，並不法行為
11 與損害間有因果關係，始能成立，且主張侵權行為損害賠償
12 請求權之人，對於侵權行為之成立要件應負舉證責任（最高
13 法院109 年度台上字第912 號裁判意旨參照）。再按，當事
14 人主張有利於己之事實者，就其事實有舉證之責任，民事訴
15 訟法第277 條前段定有明文。而不法侵權行為之成立，須具
16 有違法性、歸責性，並不法行為與損害間應有相當因果關
17 係，且主張侵權行為損害賠償請求權之人，對於侵權行為之
18 成立要件應負舉證責任。本件原告主張被告等人以系爭行銷
19 行為不法侵害其人格權，其得依民法第18條、第184 條第1
20 項、第185 條第1 項、第195 條第1 項規定請求被告等負連
21 帶損害賠償責任等情，惟為被告等人所否認，依上開說明，
22 即應由原告就被告等人各別之侵權行為之成立要件，負舉證
23 責任。

24 (二)經查，原告主張被告等將其個人所有Instagram帳號可供不
25 特定第三人觀看含原告肖像之動態照片（見本院卷第57頁）
26 予以截圖即系爭截圖，並據以加註文字並謊稱原告為系爭產
27 品之代言人，其中被告劉元凱並轉發系爭截圖於個人Instag
28 ram帳號限時動態，被告何逸軒則將系爭截圖張貼於其所創
29 建、管理之尖峯團隊「#北尖峯」Line群組，以此供「#北尖
30 峯」Line群組成員使用系爭截圖行銷系爭產品，致使出現原
31 告推薦、代言系爭產品之情事即系爭行銷行為等情，業據原

告提出尖峯團隊之「#北尖峯」Line群組截圖及群組照片庫、劉元凱個人Instagram帳號限時動態截圖、康霖公司官網超湛珍珠膠原飲介紹等件為證（見本院卷第25頁至第26頁、第33頁、第51頁至第54頁）；而依原圖（即本院卷第51頁左上角第一張照片）對照編輯後系爭截圖所示（見本院卷第57頁），原告所發佈Instagram帳號限時動態照片經改造加註「女神藝人王思佳有關注她的人都知道、她非常注重內外的保養、連她也開始使用這珍珠膠原飲」、「截取本人的限時動態、女神也使用推薦的膠原蛋白、真心不騙、選擇它是你最好的選擇」等文字，是以原告主張系爭截圖未經其授權，遭變造並用以廣告、行銷及販售系爭商品即為商業行為之用，其肖像權已遭侵害，此部分事實應屬可信。

(三)被告劉元凱之部分：本院審酌經變造後之系爭截圖確有加註「女神藝人王思佳有關注她的人都知道、她非常注重內外的保養、連她也開始使用這珍珠膠原飲」、「截取本人的限時動態、女神也使用推薦的膠原蛋白、真心不騙、選擇它是你最好的選擇」等文字，顯見該圖片變造人主觀上確有以該變造後截圖行銷系爭產品之意圖，而系爭截圖未經原告之授權或同意而作為商業上使用，足以使利用人產生經濟上之利益，自屬侵害原告人格權之行為；惟，被告劉元凱否認本院卷第57頁之變造後系爭截圖為其所製作、轉發，變造系爭截圖為何人所為並不知情，被告劉元凱未參與變造，亦未曾以系爭截圖從事系爭行銷行為、供他人作為系爭行銷之用或推廣系爭產品之用，又原告迄言詞辯論終結前均未就系爭截圖究係何人所為，亦或被告劉元凱有執系爭截圖作為系爭行銷行為之用或推廣系爭產品之用等行為提出證據，以證其說。縱被告劉元凱未得原告之同意，便將原告發佈於個人Instagram帳號限時動態予以截圖並轉發於個人Instagram帳號限時動態之行為有所不當，然原告既不爭執系爭截圖之原始圖片為其試飲系爭產品後所拍攝，並經其發佈於個人Instagram帳號限時動態，原告自身行為本足使不特定第三人得共見共

01 聞，縱被告劉元凱予以截圖轉發，至多僅增加不特定第三人
02 得以見聞之機會，難認因此構成何侵權行為，參以原告復陳
03 稱Instagram限時動態之特性僅存在24小時，24小時後即無
04 人可再查看（見本院卷第379 頁），則被告劉元凱單純截圖
05 及轉發原告限時動態於其個人限時動態之行為，未能認定有
06 就系爭截圖予以變造或加註推廣系爭產品文字等相類似行
07 為，尚難認被告劉元凱意圖以此推廣銷售系爭產品，主觀上
08 有侵害原告人格權之故意，被告劉元凱轉發之行為使第三人
09 知悉原告曾飲用系爭產品之事實，尚不足以使第三人產生原
10 告代言系爭產品之誤認，本院認為被告劉元凱轉發之行為，尚
11 屬社會生活合理範圍，難認屬侵害肖像法益情節重大。是原
12 告主張被告劉元凱轉發系爭截圖之行為業已不法侵害其人格
13 權云云，尚無足採。

14 (四)被告何逸軒之部分：原告主張被告何逸軒將經變造後之系爭
15 截圖（見本院卷第57頁）張貼於尖峯團隊「#北尖峯」Line
16 群組，以供該群組之尖峯團隊會員對外銷售系爭產品之用，
17 不法侵害其人格權云云，惟被告何逸軒亦否認其製作並張貼
18 系爭截圖於尖峯團隊「#北尖峯」Line群組，原告復未就此
19 有利於己之事實，盡其舉證之責，本院自無從認定被告何逸
20 軒確有原告前開指摘之行為；又尖峯團隊「#北尖峯」Line
21 群組為被告何逸軒所創建乙節，雖為兩造所不爭執，然本院
22 審酌尖峯團隊「#北尖峯」Line群組之各成員均得於群組內
23 張貼文章或照片，且被告何逸軒雖為該群組之創建者，惟該
24 由群組名稱「#北尖峯」可推知，「#北尖峯」Line群組之成
25 員應為與被告何逸軒同為經營傳直銷事業之人，衡情傳銷實
26 務中上線傳銷商與下線的關係雖相當密切，然而傳銷商從事
27 傳銷活動，係與傳銷公司簽訂書面契約，而非與他的上線傳
28 銷商簽約，且下線傳銷商雖在參加契約上填寫「推薦人」或
29 「輔導人」，亦不至使上、下線傳銷商之間發生法律關係，
30 僅多提供傳銷公司在計算推薦或組織獎金時有所依據。因
31 此，上線傳銷商係負責推薦下線加入，而傳銷公司則依法應

該與該下線傳銷商簽訂契約，上線傳銷商為建構自己的銷售網絡，同時基於日後團隊計酬或組織發展等因素，則會對於下線傳銷商進行輔導與培訓，惟上、下線傳銷商之間並無從屬關係，亦未如僱主對僱傭者存有上對下之權威、控制之特性。是依前開所述，難認被告何逸軒對於尖峯團隊「#北尖峯」Line群組之下線會員具有監督、管理之權責，同理，下線傳銷商亦無受上線傳銷商被告何逸軒之指揮或監督之義務，是被告何逸軒辯稱「#北尖峯」Line群組僅為尖峯團隊之上下線間交換、分享心得之群組，其對該群組並無管理之權限與義務，尚非無憑；基此，原告既未舉證證明被告何逸軒變造系爭截圖（見本院卷第57頁），並張貼於尖峯團隊「#北尖峯」Line群組等事實存在，且「#北尖峯」Line群組雖為被告何逸軒所創建，然該群組僅為各群組會員交流、分享之空間，被告何逸軒並無對該群組管理之權限與義務，亦如前述，佐以被告何逸軒之個人Youtube頻道曾於110年5月25日發佈「重要聲明通知！團隊與網紅藝人無合作關係」之影片於尖峯團隊之臉書粉絲專頁揭露等情，為原告所自陳，可認被告何逸軒於知悉原告肖像權遭不法行銷行為侵害時，已盡力澄清該不實訊息，已保護原告之人格權；依此，原告未舉證證明被告何逸軒有變造及張貼系爭截圖於「#北尖峯」Line群組之行為，被告何逸軒就尖峯團隊會員於「#北尖峯」Line群組所發表言論或分享內容復未有何管理監督之義務，原告以被告何逸軒故意不法侵害其人格權或因怠於盡管理責任而過失不法侵害其人格權等理由，請求被告何逸軒應負損害賠償責任，自屬無據。

(五)被告康霖公司之部分：按所謂多層次傳銷，係指事業透過傳銷商所建立之多層級的組織來銷售商品或勞務，屬眾多行銷通路之一種。而多層次傳銷的組織架構，傳銷商為有別於傳銷事業，每位傳銷商均為獨立個體，多層次傳銷事業與傳銷商間並無隸屬關係，原則上非屬傳銷事業所聘僱之員工，並無接受傳銷事業指揮命令之義務，傳銷商對於傳銷公司而

言，較一般僱傭關係之受僱人具自主獨立性，且無依附或服從傳銷公司指令的義務，亦得獨立決定商品銷售策略。查被告康霖公司為合法成立之傳直銷公司，被告何逸軒則以尖峯企業社名義申請參加被告康霖公司傳銷事業而為其公司之傳銷商，依被告康霖公司營運章程第二章二會員權益所載及三會員義務第8條所載，尖峯企業社即被告何逸軒得以會員優惠價何購買被告康霖公司之產品或銷售被告康霖公司代理、生產之產品，以賺取零售利潤，惟被告康霖公司與會員即尖峯企業社即被告何逸軒間僅具有傳銷商關係而非僱傭或合夥關係等情，有多層次傳銷管理系統已完成報備名單、康霖公司營運規章、申請書暨協議書在卷可稽（見本院卷第137頁至第186頁），依前述說明，傳銷商或尖峯企業社即被告何逸軒非屬傳銷事業即被告康霖公司所聘僱之員工，並無接受被告康霖公司指揮命令之義務，並得獨立決定商品銷售策略；果爾，原告既未舉證證明被告康霖公司有何侵害伊人格權之行為即變造並使用系爭截圖（見本院卷第57頁）之行為，縱被告康霖公司之傳銷商確有偽造、變造系爭截圖並據以作為銷售系爭產品之行為，亦難逕自認定被告康霖公司應與為不法行銷行為之傳銷商負共同侵權行為之責任，被告康霖公司是否應負損害賠償之責，仍應以被告康霖公司有侵害原告人格權之不法行為為前題，自為當然，則原告就此既未盡其舉證之責外，本院審酌被告康霖公司接獲原告委任律師所發律師函後，被告康霖公司已於官方網站公告及於Youtube網站澄清其公司與原告間並無任何合作關係，在未經被告康霖公司授權前，任何會員或直銷商不應藉由系爭截圖作為推銷系爭產品之方法，如有違反將予以嚴懲等情，亦有被告康霖公司所呈110年6月22日眾城國際法律事務所110年度眾城元字第11006221號函、康霖生活事業股份有限公司110年5月24日公告附卷可稽（見本院卷第187頁至第191頁），並為原告所不爭執，故依前開情事，無從認定被告康霖公司就原告本案人格權受不法侵害之事實，有何故意或過

失之舉可言，原告依侵權行為法律關係請求被告康霖公司應負損害賠償責任，自無足取。

五、綜上所述，本件原告既未能舉證證明被告等各自或共同有何不法侵害原告之肖像權之行為或為系爭行銷行為，則原告請求被告等負共同侵權行為損害賠償責任，自屬無據。從而，原告依民法第184條第1項、第185條第1項、第195條第1項、第18條第1項等規定，請求被告連帶給付150萬元，及自本起訴狀送達翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息，暨請求被告康霖公司應於網站（網址：<https://www.klatm.com>）之「最新消息」之「新聞專區」中，張貼如本院卷第27頁所示內容之文字連續30日，均為無理由，應予駁回。另原告請求被告康霖公司、劉元凱及何逸軒應將本院卷第25頁至第26頁所示之照片及言論刪除部分，被告劉元凱、何逸軒業已表明前開照片業經刪除（見本院卷第372頁），原告復未舉證證明前開照片及言論尚存在而有請求刪除以保護自身人格權之必要，故此部分請求，尚無從所准。至原告之訴既經駁回，其所為假執行之聲請亦失所附麗，併駁回之。

六、兩造其餘之攻擊或防禦方法及未經援用之證據，經本院斟酌後，認為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，本件原告之訴為無理由，依民事訴訟法第78條，判決如主文。

中 華 民 國 111 年 8 月 16 日
民事第五庭 法 官 張詠惠

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 111 年 8 月 16 日
書記官 陳香伶