

臺灣臺北地方法院民事判決

114年度重訴字第169號

原告 車庫娛樂股份有限公司

法定代理人 邵光琦

訴訟代理人 徐則鈺律師

被告 富爾特科技股份有限公司

兼法定代理

人 吳長青

共同

訴訟代理人 劉智園律師

上列當事人間請求損害賠償事件，本院於民國114年11月11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

一、原告主張：兩造於民國110年8月簽訂服務合約書（下稱系爭合約），約定被告經營之EZ訂平台（下稱EZ訂）與原告之MAGIC HOUR平台（下稱MAGIC HOUR）介接，使消費者得於被告EZ訂上完成各影城電影票之線上訂票、付款（含劃位），原告則按實際賣出之電影票張數，計算應給付予被告之款項。兩造並於113年2月2日簽訂增補協議，將系爭合約之團票修改為各影城全票種，包括全票、優待票、早場票、團票、套票、加購餐。詎被告於113年3月20日通知原告，因收到訴外人威秀影城股份有限公司（下稱威秀影城）通知，稱原告蓄意賺取票價價差，因而將被告經營之所有平台下架，惟依系爭合約可知，兩造間合作之技術與服務均係由被告提供，電影院並未與MAGIC HOUR介接，若如有賺取票價價差之情事，顯然非原告所為。被告卻於113年3月19日發給各影城

01 如附表一內容的電子郵件、於EZ訂官網上發布如附表二所示  
02 之內容及於台北市影片商業同業公會（下稱片商公會）113  
03 年3月26日之會議中，對所有片商會員指控原告賺取票價價  
04 差之行為係消費詐欺行為，片商公會於113年3月28日發函如  
05 附表三所示內容與各會員、文化部、臺北市政府社會。被告  
06 上開行為造成原告商譽之重大損害。原告為112年臺灣電影  
07 發行商票房累計第一名，資本額為新臺幣（下同）3000萬  
08 元，因被告無端詆毀，嚴重影響原告113年之電影票房，為  
09 此向被告請求1000萬元之賠償。爰依民法第184條第1項前  
10 段、第195條第1項規定，提起本件訴訟。並聲明：(一)被告應  
11 給付原告1000萬元，及自起訴狀繕本送達翌日起至清償日  
12 止，按年息5%計算之利息。(二)願供擔保，請准宣告假執  
13 行。

14 二、被告則以：被告經營EZ訂，幫影城在網路賣電影票，收取手  
15 續費。被告串接原告電腦系統，讓原告可以透過EZ訂在網路  
16 賣票，被告則收取10元手續費。MAGIC HOUR係由原告經營，  
17 被告無法得知收款金額、系統與訂單資料，原告於113年2月  
18 24日以原票價380元出售電影票予消費者，應繳交380元加上  
19 20元手費予被告，然原告卻僅繳交優惠票價290元，為釐清  
20 爭議，EZ訂因此關閉網站。原告確有在MAGIC HOUR上賺取價  
21 差，因此被告於113年3月19日發函予各影城之之電子郵件，  
22 亦不構成侵權行為；EZ訂官網之公告，未提及原告名稱或資  
23 訊，公告目的係向消費者說明服務暫停狀況，並未指摘原告  
24 消費詐欺。被告亦未主動向片商公會投訴，片商公會於113  
25 年3月28日之函文未指摘原告為消費詐欺，原告未舉證受有  
26 何損害。被告因EZ訂停止營業，肇因於原告之違約及侵權行  
27 為，亦受有商譽損害，以112年3月至6月之營業收入及113年  
28 2月及3月票款價差，及中斷營業之損害，共計為1000萬元，  
29 並與原告之請求為抵銷。並聲明：原告之訴駁回；如受不利  
30 之判決，願以現金或等值之臺灣銀行無記名可轉讓定期存單  
31 為擔保，請准宣告免為假執行。

01 三、兩造不爭執事項：

02 (一)兩造於110年8月4日簽定系爭合約，約定由被告提供技術及  
03 服務，使消費者得在原告網站內，完成各影城電影票之線上  
04 定票（含劃位），並以實際賣出之電影票張數，以團票價格  
05 計算原告應給付予被告之費用。嗣兩造於113年2月2日簽訂  
06 增補協議，將系爭合約之團票修改成各影城全票種，並修改  
07 合約附件。

08 (二)被告於113年3月19日以電子郵件通知各影城（本院卷第3  
09 頁）。

10 (三)片商公會於113年2月28日以原證5之函文，發函予公會會  
11 員、文化部及社會局。

12 (四)被告於官網公告之內容於原證6所載。

13 四、得心證之理由：

14 原告主張被告寄發如附表一之電子郵件、發布如附表二之文  
15 章及在片商公會指摘原告有偷取票差之行為，侵害其名譽  
16 權、信用權，依民法第184條第1項前段規定請求損害賠償10  
17 00萬元等情，則為被告所否認，並以前開情詞置辯。經查：

18 (一)按當事人主張有利於己之事實者，就其事實有舉證之責任，  
19 民事訴訟法第277條前段定有明文。因故意或過失，不法侵  
20 害他人之權利者，負損害賠償責任；不法侵害他人之名譽  
21 者，被害人雖非財產上之損害，亦得請求賠償相當之金額，  
22 其名譽被侵害者，並得請求回復名譽之適當處分。民法第18  
23 4條第1項前段、第195條第1項定有明文。則侵權行為之成  
24 立，須行為人因故意過失不法侵害他人權利，亦即行為人須  
25 具備歸責性、違法性之不法行為，並與損害間有因果關係，  
26 始能成立，且主張侵權行為損害賠償請求權之人，對於侵權  
27 行為之成立要件應負舉證責任。又稱名譽者，係指人之品  
28 德、名聲、信譽或其他人格的價值，受到來自社會客觀的評  
29 價之謂，是名譽有無受到侵害，應以社會上對其之評價是否  
30 有受到貶損為斷；所稱信用權，指以經濟活動上之可靠性及  
31 支付能力為內容之權利，是侵害信用權，應限於行為致企業

01 在經濟活動上之可靠性或支付能力受到負面評價，而受有非  
02 財產上損害者。

03 (二)被告就其於113年3月19日寄發如附表一所示之電子郵件予各  
04 影城及於EZ訂官網發表附表二之公告等情，均不爭執。查：

05 1.依系爭合約第2條第1項及第2項約定：「甲方（即被告）同  
06 意提供其技術與服務予乙方（即原告），使乙方經營網站與  
07 APP應用程式（含乙方關係企業經營網站與APP應用程式，以  
08 下統稱乙方網站）與甲方EZ訂平台完成系統介接，使乙方網  
09 站得對外提供各影城電影票之線上訂票服務。」、「甲方提  
10 供之技術與服務，應使消費者得於乙方網站內，完成各影城  
11 電影票之線上訂票（含劃位），消費者於乙方網站完成電影  
12 票票款線上付款，獲憑優惠資格兌換電影票後，即可透過乙  
13 方網站獲得取票序號，並憑該取票序號至各影城現場領取電  
14 影票。」第3條費用計算約定：「1.電影票票款：於本合約  
15 範圍內，於乙方網站內售出及憑優惠資格兌換之電影票，乙  
16 方應按本合約附件一所示之團票價格，就實際發出之電影票  
17 張數（應扣除退票張數），計算乙方應給付甲方之電影票票  
18 款。2.訂票服務費：於本合約範圍，於乙方網站內售出及憑  
19 優惠資格兌換之電影票，乙方應以每張新台幣20元（含營業  
20 稅），就實際發出之電影票張數（應包含退票張數），計算  
21 乙方應給付甲方之訂票服務費。」（見本院卷第31至33  
22 頁）。足見被告係介接原告之MAGIC HOUR，消費者可透過MA  
23 GIC HOUR經由EZ訂在各影城訂票，被告收取原告轉付電影票  
24 價及20元手續費，並將電票票價及10元手續費交給影城。又  
25 觀之系爭合約第第2條第3項及第4項約定：「乙方應備置客  
26 服人員，負責處理消費者透過乙方網站訂位（含劃位）及付  
27 款等等所產生的問題。」、「承上，消費者透過乙方網站訂  
28 位（含劃位）及付款等等所產生的問題，應由乙方自行處理  
29 甲方得提供合理且必要之協助。」益徵收取電影票款係由原  
30 告自行負責。

31 2.證人吳安嫻即威秀影城之業務經理到庭具結證稱：因威秀影

01 城未同意與MAGIC HOUR合作，又發現平台收款與影城票價的  
02 價格不符，於是於113年3月19日寄發2封電子郵件予被告人  
03 員，告知要關掉EZ訂訂票；威秀影城會付給被告每張電影票  
04 手續費及超過一定張數門檻票價比例等語（見本院卷第483  
05 至489頁）。參以被告於113年3月19日下午3時23分許告知證  
06 人吳安嫻要測試訂票，以確認訂票金額與票根金額是否一  
07 致，被告於113年3月19日下午3時18分，由EZ訂購買「青春1  
08 8x2通往有你的旅程」電影票1張，票價為380元，有綠界科  
09 技股份有限公司提供原告之相關交易資料可佐（見本院第64  
10 9頁），惟參照被告EZ訂報表所載票價卻為250元，有該報表  
11 及電影票存根聯可佐（見本院卷第131、733頁），由上可知  
12 該張電影票380元之票價係由原告收取，惟影城端票根所載  
13 卻是250元，可證被告指摘於原告平台上訂票有票款差額一  
14 節，尚非無據。

15 3.被告寄發附表一的電子郵件予各影城，其內容雖有提到原告  
16 MAGIC HOUR高於票根價格之售價，惟依前所述，確有該等事  
17 實，自難認被告有何故意或過失不法侵害原告之權利。至被  
18 告於官網上，僅提到某一合作廠商有違約情事，尚未釐清相  
19 關爭議前，暫停EZ訂之訂票服務，目的顯係向消費者說明服  
20 務暫停之情事，且未提到原告，亦不構成侵權行為。

21 (三)原告主張被告於113年3月26日向片商公會投訴原告賺取票價  
22 價差行為係消費詐欺行為，致公會發函如附表三所示內容予  
23 會員等，造成原告商譽毀損。惟查，該函說明二記載：「說  
24 明會中兩造各執一詞，仍無法釐清事件權責及金流，惟消費  
25 票價之價差已屬消費詐欺行為，同時影響本公會之會員收益  
26 權利，會員應保留後續法律追溯之權利。若無法化解應負責  
27 之責任，為維護會員之合法商業權利，兩造應以適當之法律  
28 行動釐清。」（見本院卷第55頁），可見係公會邀請兩造到  
29 場說明釐清，並未指控原告為消費詐欺，況經由MAGIC HOUR  
30 串接EZ訂訂購電影票，確有票差之事實，已如前所述，是原  
31 告此部分主張，亦不足採。

01 五、綜上所述，原告依民法第184條第1項前段、第195條規定請  
02 求被告給付1000萬元，及自起訴狀繕本送達翌日起至清償日  
03 止，按年息5%計算之利息，為無理由，應予駁回。原告之訴  
04 既經駁回，其假執行之聲請失所附麗，併予駁回。

05 六、至原告聲請傳喚證人杜文邦即被告公司人員以證明票差一事  
06 係由杜文邦告知證人吳安嫻等語（見本院第796至797頁），  
07 然就票差一事究由何人告知何人，與原告主張被告指摘原告  
08 賺取票差的行為並無關聯性，自無調查證據之必要。從而，  
09 本件事證已臻明確，兩造所提其餘攻擊防禦方法，經本院審  
10 酌後，核與本判決結果不生影響，爰不逐一論述，併此敘明

11 八、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第78條。

12 中 華 民 國 114 年 12 月 26 日  
13 民事第四庭 法官 賴秋萍

14 以上正本係照原本作成。

15 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  
16 委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

17 中 華 民 國 114 年 12 月 26 日  
18 書記官 顏莉妹

19 附表一113年3月19日電子郵件內容：

20 富爾特科技(EZ訂)於今日(2024年3月19日下午)發現與富爾特  
21 合作之車庫娛樂平台(Magic Hour, GP+)之售價(消費者實際  
22 支付之價格,即影城定價)高於票根價格(影城票種價格),藉  
23 此賺取價差獲利,影響片商及影城的權益甚鉅,同時傷害片商、  
24 影城與富爾特(EZ訂)的長期合作關係。上述行為,已違反富爾  
25 特與車庫娛樂於2024年2月2日簽訂之「服務合約書增補協議」第  
26 一條之規定,即合作平台應以各影城各票種之銷售規定與定價,  
27 向消費者收取等同金額,並支付予富爾特代收轉付予影城。富爾  
28 特科技發現後,於2024年3月19日晚上7時,立即停止與車庫娛樂  
29 之系統介接(API中斷連線)使車庫娛樂平台無法藉由富爾特(E  
30 Z訂)取得各影城的電影票種銷售,以維繫市場秩序與片商權  
31 益。目前為避免片商及影城對EZ訂有疑慮,已在今日20:11關閉

01 所有訂票功能，後續將配合查明緣由，待確認無虞後再重新開放  
02 訂票功能，造成影城不便敬請見諒。

03 附表二EZ訂官網發布內容：

04 EZ訂電影訂票平台，暫停訂票服務通知：本公司日前發現EZ訂訂  
05 票服務的某一合作廠商，對我方發生違約情事，為保障消費者、  
06 其他合作夥伴權益；在尚未釐清相關爭議前，本公司暫時停止EZ  
07 訂之訂票服務。EZ訂將盡快恢復訂票服務，其他既有服務功能一  
08 切正常。本公司正以法律途徑處理上訴違約情事。訂票服務停止  
09 前消費者權益不受影響。

10 附表三片商公會113年3月28日（113）影二十業字第014號函：

11 主旨：有關【EZ訂】與【Magic Hour】之售票平台爭議說明會一  
12 事，請查照。

13 說明：

14 一、【EZ訂】（富爾特科技股份有限公司）與【Magic Hour】  
15 （車庫娛樂股份有限公司）於3月26日各推派代表至本公會  
16 會議會議室就售票平台爭議召開說明會。

17 二、說明會中兩造各執一詞，仍無法釐清事件權責及金流，惟消  
18 費票價之價差已屬消費詐欺行為，同時影響本公會之會員收  
19 益權利，會員應保留後續法律追溯之權利。若無法化解應負  
20 責之責任，為維護會員之合法商業權利，兩造應以適當之法  
21 律行動釐清。

22 三、【Magic Hour】之營運商車庫娛樂股份有限公司亦為本會會  
23 員，為共同維護會員權益，特敦雙方在合理範圍適度公布兩  
24 造合約相關內容，進一步協助還原事件真相，以利後續會員  
25 及相關合作推進，共同創造良性競爭、維繫互利互信之關  
26 係。