臺灣臺北地方法院民事簡易判決

109年度北簡字第20579號

原　　告　聖洋科技股份有限公司

000000000000000000

法定代理人　邱繼弘

訴訟代理人　孟令宜

　　王慕民律師

被　　告　大陸商中國國際航空股份有限公司台灣分公司

000000000000000000

000000000000000000

000000000000000000

法定代理人　胡　建

000000000000000000

訴訟代理人　劉齡憶

被　　告　范欣蘋

000000000000000000

000000000000000000

訴訟代理人　陳勇成律師

複 代理人　林盈瑩律師

上列當事人間請求返還報酬等事件，本院於民國111年1月12日言詞辯論終結，判決如下：

主　　文

被告大陸商中國國際航空股份有限公司台灣分公司應給付原告新臺幣340,000元，及自民國109年5月28日起至清償日止，按日息萬分之1計算之利息。

原告其餘之訴及其假執行之聲請駁回。

訴訟費用新臺幣3,640元，由被告大陸商中國國際航空股份有限公司台灣分公司負擔之。

本判決第1項得假執行。但被告大陸商中國國際航空股份有限公司台灣分公司如以新臺幣340,000元為原告預供擔保，得免為假執行。

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。但請求之基礎事實同一者、擴張或減縮應受判決事項之聲明者，不在此限，民事訴訟法第255條第1項第2、3款定有明文。本件原告訴之聲明原為：㈠先位聲明：被告大陸商中國國際航空股份有限公司台灣分公司（下稱被告中航公司）應給付原告新臺幣（下同）340,000元，及自民國109年5月26日翌日起算至清償日止，按日利率萬分之5計算之利息；㈡備位聲明：1.被告中航公司應給付原告209,916元，及自109年5月26日翌日起算至清償日止，按日利率萬分之5計算之利息；2.被告范欣蘋應給付原告130,084元；㈢願供擔保，請准宣告假執行（見本院卷1第9頁）。嗣後變更聲明為：㈠先位聲明：被告中航公司應給付原告340,000元，及自109年5月27日起至清償日止，按日利率萬分之1計算之利息；㈡備位聲明：1.被告中航公司應給付原告209,916元，及自109年5月27日起至清償日止，按日利率萬分之1計算之利息；2.被告范欣蘋應給付原告130,084元，及自110年4月27日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息；㈢願供擔保，請准宣告假執行（見本院卷三第19至20頁）。經核原訴與變更之訴，皆係基於對廣告委刊契約所生之爭議，並縮減請求之遲延利息之聲明，於法均無不合，應予准許。

貳、實體事項：

一、原告主張略以：

㈠原告與被告中航公司，於106年5月31日簽訂廣告委刊報價單契約（下稱系爭契約），由原告為被告中航公司之臉書粉絲專頁進行「中國航空2017數位宣傳」專案之網路廣告投遞，投遞期間自106年5月1日起至106年12月31日止，兩造約定標的金額為340,000元，屬委任與承攬之混合契約。另被告范欣蘋透過電子郵件與被告中航公司持續確認素材內容及圖片，原告自106年8月起，皆由被告范欣蘋交付其所製作之Facebook貼文素

材，並受被告范欣蘋指示及依系爭契約約定，為被告中航公司將廣告素材於被告中航公司Facebook粉絲專業進行廣告投遞，被告范欣蘋亦要求原告確認廣告素材之文字比例、預算使用回報、提供廣告成效報表等，被告中航公司皆默示同意上開合作模式，至系爭契約約定之廣告期間終止後亦未通知原告終止廣告之投遞。至106年12月31日約定之廣告期間結束日後，被告范欣蘋仍持續交付素材予原告，並請原告持續投遞廣告，基於系爭契約約定之廣告期間內，被告范欣蘋持續以被告中航公司之代理人名義指示原告之行為，原告就被告范欣蘋之代理人地位並無疑問，嗣於107年8月7日止，已投遞之廣告費用已達系爭契約之廣告預算（即標的金額340,000元），故原告即停止廣告投遞行為。原告於108年7月22日以電子郵件提供專案報表予被告中航公司，並詢問開立發票等事宜以就標的金額340,000元向被告中航公司請款，復於108年9月24日提出對帳之要求，然被告中航公司以內部確認為由，以電子郵件回覆原告暫不開立發票。原告屢次向被告中航公司請求確認對帳，遭消極不回應，致未獲清償。後原告寄發存證信函及發票請求被告中航公司付款，亦遭回絕。原告與被告中航公司於109年7月17日曾著手商議擬定協議書，以約定清償之方式，原告亦屢次請求被告中航公司釋明被告范欣蘋是否為被告中航公司之代理人，然被告中航公司始終避不表示，並於109年9月16日之電子郵件中表示反悔，拒絕給付系爭契約相關之任何款項。又系爭契約中約定以「CPA（CostPerAction）」、「CPC（CostPerClick）」作為計價方式。所謂CPA（CostPerAction）係以網際網路使用者在被告中航公司之臉書粉絲專頁按讚數計費；CPC（CostPerClick）則以網際網路使用者經由廣告點擊被告中航公司網站之次數計費。據此可知，系爭契約同時兼具為被告中航公司完成廣告投放之承攬構成分子，以及不擔保網際網路使用者進入被告中航公司之臉書粉絲專頁後，是否確有加入粉絲、廣告露出之特定結果，而為被告中航公司處理廣告曝光事務之委任構成分子，且其等各具一定分量；此參系爭契約「特定事

項」第4點亦載有「預估廣告績效可能依素材與產品不同而有變化，數字僅供參考。以CPC計價購買之廣告、曝光數流量僅供預估參考」等語亦明。核其性質屬委任與承攬之混合契約，並應適用關於委任之規定。

㈡被告中航公司早自106年6月初，即授權被告范欣蘋代為交付廣告素材、分配預算、及指示原告投放廣告。按「代理人於代理權限內，以本人名義所為之意思表示，直接對本人發生效力」，民法第103條定有明文；次按「代理權之授與並不以明示為限，如依本人之行為或其他情事足以間接推知其有授權之意思者，即生效力。而由代理人以本人名義為意思表示，或受意思表示，本人即因此與該法律行為之他造當事人間，直接發生權利義務關係」。查初期係被告中航公司之員工黃姵瑀（即Christina）透過電子郵件直接交付廣告素材、提出各走期廣告預算，並指示原告投放廣告、請求原告交付每月專案更新報表，惟自106年6月初起，被告中航公司即授權被告范欣蘋代為交付廣告素材、分配預算、並指示原告投放廣告，此等情事除經范欣蘋所證，亦經被告中航公司自承。被告范欣蘋遂於寄予原告之電子郵件主旨、內文等處，以被告中航公司之名義，向原告提供廣告素材。被告中航公司雖辯稱，其並未持續於106年5月1日至106年12月31日間為指示行為，惟倘若被告范欣蘋於上開期間，在其代被告中航公司交付原告投放共計33個廣告素材前，每次均須逐一向被告中航公司取得同意始得為之，殊難想像此交易所需溝通成本之繁複，亦背離實務上藉由授權以減化交易成本之本旨，是被告中航公司上開辯詞，不符一般經驗及論理法則，不足採信。被告范欣蘋當係經被告中航公司授權，其可以代理人之身分自106年6月初起至同年12月31日止，交付廣告素材、分配預算及指示原告投放。

㈢被告中航公司應就106年間委刊報酬費用，給付原告209,916元。「受任人應受報酬者，除契約另有訂定外，非於委任關係終止及為明確報告顛末後，不得請求給付」，民法第548條第1項定有明文。查106年5月1日至同年12月31日間，每月廣告投

放結果會由原告或被告范欣蘋協助提供予被告中航公司確認，原告業於每月將委任事務進行之狀況，報告被告中航公司；嗣原告待本件廣告委刊事務終止後，於108年7月22日檢附全專案之報表連結，明確向被告中航公司報告廣告委刊事務之顛末，並請求其給付委任費用，是原告向被告中航公司請求106年間廣告委刊報酬共計209,916元，當屬無疑。次按「請求權已經時效消滅，債務人仍為履行之給付者，不得以不知時效為理由，請求返還；其以契約承認該債務或提出擔保者亦同」，民法第144條第2項定有明文。縱認本件系爭契約性質為承攬契約，惟原告於109年4月27日發出存證信函並檢附340,000元發票予被告中航公司請款，經被告中航公司於109年5月23日，函覆「至於其餘費用（計199,920元，未稅），鑒於疫情影響業務等不可抗力事件，本公司預計於109年12月31日前支付相關款項」等語，承認該債務而拋棄時效利益，自不得再援時效完成，而拒絕給付。

㈣被告中航公司就107年間臉書廣告投放行為，應對善意之原告負授權人責任，本件系爭契約關係乃延續至107年8月7日止。按「由自己之行為表示以代理權授與他人，或知他人表示為其代理人而不為反對之表示者，對於第三人應負授權人之責任。但第三人明知其無代理權或可得而知者，不在此限」，民法第169條定有明文；次按「惟代行與代理兩者除係事實行為與法律行為有別外，其餘部分性質極為相近，自應認可類推適用表見代理之規定」。查原告與被告中航公司之系爭契約「所載」期間屆至後，被告范欣蘋仍延續既有三方合作模式，致原告善意信賴被告范欣蘋之表見代理行為，因而持續投放廣告至107年8月7日即被告中航公司之預算用罄止。詳言之，被告中航公司雖與訴外人天奕科技股份有限公司（下稱天奕公司）訂有「AirChina粉絲專頁經營報價單」，以資約定被告中航公司臉書粉絲專頁處理事務，惟訴外人天奕公司之工作內容並未包含廣告投放（天奕公司亦無權限操作被告中航公司之臉書粉絲專頁以投放廣告），故雖被告中航公司與原告間系爭契約「所

載」期間僅至106年12月31日止，但被告范欣蘋仍持續將被告中航公司確認後之廣告素材交由原告投放，否則上開期間被告中航公司何以仍持續有廣告進稿、進而達成業務推廣目的？嗣被告中航公司與訴外人天奕公司之上開報價單於107年2月28日期滿後，被告范欣蘋仍繼續為被告中航公司製作廣告素材，並經被告中航公司確認後，以其名義交付予原告投放。上開期間無論是訴外人天奕公司或被告范欣蘋，均無從自行為被告中航公司投放廣告，惟斯時被告中航公司之臉書粉絲專頁仍持續有廣告進稿，被告中航公司當明知被告范欣蘋仍延續106年間三方合作模式。且被告中航公司與被告范欣蘋即天馬創意商行（下稱天馬商行）於107年5月1日簽訂廣告製作合作備忘錄（下稱系爭備忘錄，見本院卷1第249頁）後，上開三方合作模式並未因而終止，被告范欣蘋仍持續代為交付廣告素材、分配預算並指示投放，換言之，107年1月1日至同年8月7日間，被告中航公司雖分別與訴外人天奕公司或訴外人天馬商行簽約，惟被告中航公司均由員工黃珮瑀擔任窗口，與被告范欣蘋相互聯繫；黃珮瑀並同時為被告中航公司與原告間委刊單之連絡人，被告中航公司當明知被告范欣蘋107年間之表見代理行為，而不為反對之意思表示，甚至持續享受原告為其投放廣告所生之利益，自應依民法第169條規定，對善意之原告負授權人責任。

㈤被告中航公司稱原告應對訴外人黃珮瑀提起本件民事訴訟，悖於其應對履行輔助人同一責任之論理法則。被告中航公司雖屢執原告所提出之電子郵件（見本院卷1第19至47頁），稱原告於106年間及107年5月1日後與被告范欣蘋聯繫，即知悉合作對象為二不同法人，抗辯原告明知被告范欣蘋從未獲得被告中航公司之授權，非善意第三人云云。惟細查原告與被告范欣蘋往來之電子郵件中（見本院卷1第19至80頁），被告范欣蘋之簽名檔，在106年至107年間僅單純載有RINGO FAN及其手機號碼，其含有如天馬創意工作室及其地址之簽名檔（見本院卷1第19頁），係109年5月7日始見之；被告范欣蘋之電子信箱亦

無天奕公司或天馬商行之網域名稱，原告自無從窺知被告范欣蘋係代表二不同法人。又被告中航公司另執電子郵件（見本院卷1第261頁），主張原告已自承知悉被告范欣蘋於106年間受雇於訴外人天奕公司云云，惟該電子郵件發信人即訴外人劉孟哲，早於106年7月間自原告公司離職，復任職於天馬商行，其於108年11月13日寄發之電子郵件內容，自與原告無涉；況訴外人劉孟哲在任職天馬商行後，始知悉被告范欣蘋於106年間擔任訴外人天奕公司之窗口，亦不無可能。是以，原告於106年及107年間均無從知悉被告范欣蘋係分別擔任訴外人天奕公司及天馬商行之窗口，與被告中航公司締約合作之歷程，原告當係善意信賴被告范欣蘋表見代理外觀之第三人，應無疑義。

㈥另被告中航公司辯稱原告107年間投放之廣告素材並非其所提供，故未依債之本旨提出給付，不生提出效力云云，惟查原告投放之廣告係經表見代理人即被告范欣蘋代為交付並指示投放，且該等廣告素材係經被告中航公司確認在先。倘若該等廣告素材非經被告中航公司確認在先，並同意由被告范欣蘋代為交付，何以被告中航公司並未請求刪除或停止投放該等廣告，反而默不作聲，繼續坐享廣告投放之利益？且若被告中航公司於原告刊登廣告後方調整廣告內容，原告亦配合更新廣告設定，亦證原告107年間廣告投放均合於被告中航公司經被告范欣蘋提出之指示；復查原告投放廣告之實際單價（即CPA、CPC）均未超出系爭契約約定之CPA單價15元、CPC單價15元或6元，顯見原告已依債務本旨實行提出給付，被告中航公司並因此達到推廣業務之目的。詎料，被告中航公司竟圖單純坐享廣告投放利益，拒為支付相應報酬予原告，甚至反控原告與天馬商行或被告范欣蘋私相授受以獲取利益，殊難容忍。若非被告中航公司於107年間未即反對被告范欣蘋之無權代理行為，致原告善意信賴而續為投放，原告當不至於為被告中航公司繼續刊登廣告，以免所付出之勞務或服務無法獲取利益。又原告與被告范欣蘋或天馬商行間並無被告中航公司所謂次承攬關係存在。綜上，被告中航公司應依民法第169條負授權人責任，本

件系爭契約存續至107年8月7日止，故原告得依系爭契約計價方式，請求被告中航公司給付130,084元（自107年1月1日起至107年8月7日止）之委刊報酬。

㈦本件系爭契約無備註第11點Facebook Reach_and_Frequency產品注意事項規定之適用。按臉書廣告產品主要分為「競價購買（auction buying）」及「觸及率與購買頻率（reach and frequency buying）」2類型，前者為系統預設購買模式，後者則為特殊廣告投遞類型。本件被告中航公司僅購買「LikeAd」、「CanvasAd」、「PPA_Link」等廣告產品，其等均屬競價購買類型；至於本件系爭契約備註第11點之「Facebook Reach_and_Frequency」產品則屬特殊廣告購買方式，其有別於一般競價購買類型，廣告主在行銷活動開始前即可預測成效，並以廣告主有20萬以上廣告受眾、廣告鎖定（目標受眾）須以整個國家或地區者為產品購買限制。此種廣告產品購買方式亦有別於競價購買產品，並以CPM（Cost Per Mille，每千次曝光成本）計價。查被告中航公司既無購買觸及率與購買頻率（reach and frequency buying）此特殊廣告投遞產品，本件系爭契約關係自無備註第11點規定之適用，特予指明。是以，被告中航公司企圖透過字面解釋，使本件系爭契約標的包含「Facebook Reach_and_Frequency」項目，顯悖於臉書廣告產品項目劃分而屬無稽；被告中航公司並據此屢稱原告未依本件系爭契約備註第11點第（2）項規定另行報價，而認原告無延長本件系爭契約之意思，或謂原告未依本件系爭契約備註第11點第（4）項規定擇一處理被告中航公司之剩餘預算，反而故意違約並與被告范欣蘋私相授受云云，亦無足採認。

㈧倘審認107年間臉書廣告投放行為，非本件系爭契約效力所及，則被告中航公司就此受有130,084元不當得利，應返還予原告。倘審認本件系爭契約效力止於106年12月31日，則被告中航公司就原告於107年1月1日至同年8月7日間代為投放廣告，所享有之廣告曝光、行銷利益，即屬不當得利，且所受利益與原告代為投放所受之損害即130,084元相當，原告當可援

民法第179條規定，向被告中航公司請求返還。被告中航公司雖辯稱原告應依本件系爭契約備註第11點第（2）項約定，以新的報價單計價方式計算其所因而減省廣告費用支出之利益云云，惟本件系爭契約並無備註第11點約定之適用，業如前述。

㈨原告備位依民法110條或依民法第179條，請求被告范欣蘋給付130,084元。倘認原告與被告中航公司間系爭契約關係止於106年年底，且原告另依不當得利法律關係，向被告中航公司請求107年間廣告委刊費用，為無理由，則原告擇一依民法第110條或民法第179條規定，請求被告范欣蘋給付130,084元。被告范欣蘋應依民法第110條，對善意之原告賠償130,084元，按「無代理權人以代理人之名義所為之法律行為，非經本人承認，對於本人不生效力。前項情形，法律行為之相對人，得定相當期限，催告本人確答是否承認，如本人逾期未為確答者，視為拒絕承認」；「無代理權人，以他人之代理人名義所為之法律行為，對於善意之相對人，負損害賠償之責」，民法第170條、第110條分別定有明文。倘認被告中航公司就107年間之廣告委刊關係未構成表見代理，原告與被告中航公司之系爭契約期間因而於106年12月31日屆至，然107年間被告范欣蘋仍延續既有三方合作模式，持續以被告中航公司名義，交付廣告素材、分配預算並指示原告投放，原告因而善意信賴被告范欣蘋之代理外觀，繼續為被告中航公司投放廣告。雖然被告中航公司於上開期間，係分別與天奕公司及天馬商行締約，惟斯時被告范欣蘋之電子郵件簽名檔僅簡單載以Ringo Fan及手機號碼，查無進一步之任職公司資訊，原告當無從知悉被告范欣蘋係二不同法人或商號之窗口，其個人並無代理被告中航公司之權限。嗣被告中航公司以「被告中航公司顯然從頭到尾皆不知情『RingoFan』即范欣蘋擅自代表被告中航公司指示原告繼續廣告投放行為」等語，拒絕承認107年間被告范欣蘋之無權代理行為，被告范欣蘋自應賠償原告，因善意信賴而持續代為投放廣告所生共計130,084元之損害。

㈩被告范欣蘋應返還130,084元之不當得利予原告，按「無法律

上之原因而受利益，致他人受損害者，應返還其利益，第179條前段定有明文。是不當得利，係以受益人無法律上之原因受利益，致他人受有損害為其要件，非以受損人與受益人間有給付關係為限」，查被告范欣蘋在原告與被告中航公司系爭契約上所載契約關係屆至後，仍持續交付經被告中航公司確認之廣告予原告，並指示投放，且被告范欣蘋亦不斷詢問原告被告中航公司之廣告剩餘預算，以謀規劃預算，達減省其自行為被告中航公司投放廣告理應支出之成本。原告受有共計130,084元之廣告投放損害，被告范欣蘋因而受有免於支付之同額利益，且損益變動係基於被告范欣蘋惡意利用被告中航公司仍有剩餘預算，而指示原告繼續投放廣告之同一事實，而具因果關係；又原告與被告間並無任何法律關係，被告范欣蘋自應返還原告130,084元之不當得利。

㈣被告中航公司應給付原告106年間廣告委刊報酬共209,916元，應無疑義；至107年間共計130,084元之廣告投放費用，原告乃先位依本件系爭契約關係或民法第179條規定，請求被告中航公司給付之。備位依民法第110條或民法第179條規定，請求被告范欣蘋為給付。

㈤並聲明：

1.先位聲明：被告中航公司應給付原告340,000元，及自109年5月27日起至清償日止，按日利率萬分之1計算之利息。

2.備位聲明：

⑴被告中航公司應給付原告209,916元，及自109年5月27日起至清償日止，按日利率萬分之1計算之利息。

⑵被告范欣蘋應給付原告130,084元，及自110年4月27日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。

3.願供擔保，請准宣告假執行。

二、被告答辯部分：

㈠被告中航公司部分：

1.被告中航公司為推廣業務，先於106年3月14日與訴外人天奕公司簽訂「AirChina粉絲專頁經營報價單」，約定自106年3月1

日至107年2月28日，由天奕公司為被告中航公司經營Facebook粉絲專頁，天奕公司之工作內容包括：發想並撰寫Facebook的貼文、設計貼文留言活動、每月專頁結案報告等。當時，與被告中航公司聯繫之天奕公司窗口為「RingoFan」，即為嗣後成立天馬商行之代表人即被告范欣蘋。為進一步於Facebook上宣傳被告中航公司的粉絲專頁及相關活動，被告中航公司乃於106年5月31日另與原告簽署系爭契約，約定原告應自106年5月1日起至106年12月31日止為被告中航公司之Facebook粉絲專頁投放廣告，原告再根據投放廣告之點閱率及按讚次數向被告中航公司請款。然系爭契約約定廣告期間於106年12月31日結束，其備註第11點Facebook Reach_and_Frequency第(2)項規定：「廣告期間或廣告鎖定若有更動，則原報價無效，必須重新報價。」顯見原告與被告中航公司間並無自動延長之約定，且如廣告期間有所更動，原契約立即終止，雙方須重新締約。另依字面解釋，「Facebook Reach_and_Frequency」，應係指Facebook粉絲專頁之觸及率與頻率。考量系爭契約之目的為替被告中航公司之Facebook粉絲專頁投放廣告，且約定原告應完成之工作為「粉絲專頁按讚」、「Canvas應用程式參與互動」、「網站點擊次數」，顯見原告應完成之工作涉及原告所投放之Facebook粉絲專頁廣告可觸及消費者之次數以及投放頻率，則原告與被告中航公司間所約定之契約標的當然為系爭契約所稱之「Facebook Reach_and_Frequency」項目。因此，倘廣告期間有所變動，原告自應依照系爭契約備註第11點第(2)項規定向被告中航公司重新報價。而系爭契約於106年12月31日到期後，原告與被告中航公司皆未有任何另為續約之意思表示，原告亦未依約重新向被告中航公司報價，因此，根據系爭契約之相關條文，兩造間之契約關係應已於106年12月31日到期終止。而被告中航公司於107年5月1日起，始委請天馬商行為被告中航公司執行Facebook粉絲專頁投放廣告。於被告中航公司與訴外人天奕公司間之經營Facebook粉絲專頁契約，以及被告中航公司與原告間之系爭契約到期後，為繼續向消費者行

銷宣傳被告中航公司所舉辦的活動，且為節省與不同公司間之溝通成本，被告中航公司乃自107年5月1日起統一委由天馬商行經營被告中航公司之Facebook粉絲專頁並製作廣告素材於Facebook上進行投放。

2.系爭契約為承攬契約，原告遲至109年4月27日始向被告中航公司開立請款單請求已完成工作之報酬，顯已逾民法第127條之2年消滅時效。系爭契約約定原告須達成「行銷活動目標_Facebook用」，並分不同廣告產品約定不同之行銷活動目標：「LikeAd」須達成「粉絲專頁按讚」之行銷目標、「CanvasAd」須達成「Canvas應用程式參與互動」之行銷目標、「PPA_Link」須達成「網站點擊次數」之行銷目標，因此，如原告未達成上述約定之行銷目標，不得向被告中航公司請求報酬。關於報酬之計算方式，系爭契約約定原告得以「CPA」或「CPC」模式向被告中航公司請款。所謂「CPA」，即Cost Per Action，是指以實際行動效果來計算價格，只有消費者完成某種動作時，始會產生費用。以系爭契約而言，只有消費者於系爭契約之存續期間在原告所投放的廣告上按讚，原告始得根據消費者按讚次數向被告中航公司請款。另所謂「CPC」，即Cost Per Click，則係指以廣告被點擊次數計算價錢，每點一次計價一次，因此，原告僅得根據消費者點閱廣告之次數向被告中航公司請款。由此可知，系爭契約之契約目的在於原告應依約定時程達到使消費者點閱廣告或於廣告貼文按讚之工作結果，始謂履行系爭契約之義務，核系爭契約之目的性，應屬民法第490條之承攬契約，概無違誤。而根據系爭契約之備註第11點Facebook Reach_and_Frequency產品注意事項第(2)點，如原告與被告中航公司有延長廣告投放期間之意，原告應另行向被告中航公司報價。然原告並未於系爭契約到期後再向被告中航公司另為報價，則被告中航公司顯自始至終皆無延長或另為新承攬契約之意思。因此，系爭契約顯已於106年12月31日即到期消滅，則原告至遲應於108年12月31日向被告中航公司就其已完成之工作請款，然原告卻遲至109年4月27日始向被告中航公司開立請

款單，顯已罹於消滅時效。

3.原告未依債之本旨向被告中航公司於期限內開出發票請款，亦未依照被告中航公司提供之廣告素材投放廣告，自無從向被告中航公司請求給付系爭契約之報酬。根據系爭契約備註第7點規定：「若客戶符合本公司客戶徵信／付款條件及信用額度處理原則之規定（請洽本公司業務專員），得享有廣告交易信用額度，本公司將於廣告期間結束日起算七天內開出發票請款，客戶應於發票日30天內支付款項」，則原告既未於廣告期間結束日起算7天內向被告中航公司開出發票請款，其勞務履行即不符債之本旨，不得向被告中航公司請求系爭契約自106年5月1日至106年12月31日之報酬。至於107年1月1日至107年8月7日間之報酬爭議，原告雖稱其於107年1月後為被告中航公司Facebook粉絲專頁所投放的廣告皆係經被告中航公司確認在先，因此其已依債之本旨提出給付云云。然查，原告所提出之電子郵件，皆為「RingoFan」即被告范欣蘋與原告間之電子郵件往來內容，被告中航公司從未被列為收件者或副本收件者以知悉「Ringo Fan」即被告范欣蘋與原告間之溝通內容，概無可能參與原告與被告范欣蘋間交易或廣告投放事宜之討論，是原告主張顯屬空穴來風。而按市場交易經驗法則，為避免所付出之勞務或服務無法獲取利益，法人間之交易極為注重契約約定，如合作過程中遇有非雙方於簽署契約時之情事發生，契約雙方通常會開啟協商對話，以確認雙方真意，再討論是否要修改契約以繼續合作關係，或進入仲裁或訴訟以釐爭議。本件原告明知系爭契約至106年12月31日即到期終止，於契約到期終止後再接獲被告范欣蘋之聯絡時，竟不覺蹊蹺，或向被告范欣蘋表達其已與被告中航公司終止合作關係，無投放廣告之義務；或向被告中航公司詢問是否有另簽署新的廣告委刊單之意，反而與被告范欣蘋在未通知被告中航公司的情形下，持續投放廣告，顯違一般交易法則，則其稱係依債之本旨提出給付，顯不可採。

4.原告明知其依自己撰寫之定型化契約，於106年12月31日後無

給付義務，卻仍持續投放廣告，不得向被告中航公司請求返還；原告未舉證證明被告中航公司所受利益範圍為何，原告所請於法無據。蓋系爭契約為原告之定型化契約，無人比原告更熟悉系爭契約之所有條文內容。根據系爭契約之備註第11點Facebook Reach_and_Frequency產品注意事項第(2)項之規定：「廣告期間或廣告鎖定若有更動，則原報價無效，必須重新報價」，因此，如原告希望向被告中航公司協商繼續合作關係，其應於系爭契約到期後，根據自己撰寫之報價單向被告中航公司就新的廣告期間重新報價，然原告自始至終都未向被告中航公司為任何意思表示，顯見原告無延長系爭契約之意思，因此，原告當然直接且明確的知悉系爭契約於106年12月31日終止，而無給付義務。則原告仍於107年1月1日起至107年8月7日止，持續為被告中航公司Facebook粉絲專頁投放廣告，縱使被告中航公司因此獲有任何利益，原告亦不得依不當得利向被告中航公司請求返還。而根據系爭契約之備註第11點Facebook Reach_and_Frequency產品注意事項第(2)項：「廣告期間或廣告鎖定若有更動，則原報價無效，必須重新報價」。基此，原告應舉證說明如被告中航公司與原告就107年1月1日起至107年8月7日之廣告投放事宜簽署新的廣告委刊報價單，該新的廣告委刊報價單之計價方式、單價等，並據此計算原告所主張之被告中航公司受有減省廣告費用支出之利益。今原告既未提出相關說明，原告所請，顯無理由。

5.原告明知被告中航公司與被告范欣蘋於106年間無任何契約或代理關係，被告范欣蘋非被告中航公司之代理人，不得主張表見代理。民法第169條謂：「由自己之行為表示以代理權授與他人，或知他人表示為其代理人而不為反對之表示者，對於第三人應負授權人之責任。但第三人明知其無代理權或可得而知者，不在此限。」蓋本條係為保護善意第三人而設立，倘第三人明知他人為無權代理，自無生表見代理之效果。原告指稱於107年1月1日開始至107年8月7日止，原告依循既有流程，在雙方約定的預算範圍內持續為被告中航公司Facebook粉絲專頁投

放廣告，因此，被告范欣蘋與被告中航公司間成立表見代理云云。惟查，被告中航公司與原告於106年5月31日系爭契約成立之時，被告范欣蘋之天馬商行根本尚未合法成立，被告中航公司自無從於106年間與被告范欣蘋（天馬商行）成立任何契約關係，更無可能透過被告范欣蘋（天馬商行）交付廣告素材給原告。既然被告范欣蘋（天馬商行）自始不可能代理被告中航公司處理廣告業務，其如真有代被告中航公司向原告提供廣告素材之情事，顯為無權代理。原告雖提出往來電子郵件（見本院卷1第19至25頁），指稱其自106年8月起皆由被告范欣蘋交付廣告素材，然該電子郵件之寄件者「Ringo Fan」即被告范欣蘋於106年間實為訴外人天奕公司之員工，此亦為原告所坦承不諱。是原告顯明知於106年間被告中航公司係同時分別委託訴外人天奕公司與原告處理Facebook經營業務及Facebook廣告業務，與被告范欣蘋（天馬商行）毫無關係，非為民法第169條所欲保護之善意第三人。原告扭曲事實指稱其係於系爭契約終止後，依循既有流程持續為被告中航公司Facebook粉絲專頁投放廣告，顯與事實不符，於法有違，其主張表見代理，不足為採。

6.另被告范欣蘋於106年間與107年5月1日後係先後任職於訴外人天奕公司與天馬商行，自不得謂其代表被告中航公司與原告聯繫；原告明知被告范欣蘋無權代理被告中航公司，顯非為善意第三人，不得主張表見代理。原告指稱被告中航公司於106年5月1日至106年12月31日間皆由被告范欣蘋將經被告中航公司確認後之廣告素材交由原告投放Facebook粉絲專頁之廣告，因此被告范欣蘋係代理被告中航公司與原告聯繫廣告投放事務，嗣後被告范欣蘋持續與原告聯繫廣告投放事務，且被告中航公司無反對之意思表示，因此成立表見代理云云。惟查，被告中航公司於106年3月1日至107年2月28日間委託訴外人天奕公司經營Facebook粉絲專頁時，被告范欣蘋受僱於訴外人天奕公司，因此，被告范欣蘋當時為訴外人天奕公司與被告中航公司間之聯絡窗口，按論理法則，被告范欣蘋所作所為應當代表訴外人

天奕公司，而非被告中航公司。縱使被告中航公司有指示訴外人天奕公司就廣告投放事宜與原告聯繫，該委託關係亦只存在於訴外人天奕公司與被告中航公司之間，不得謂被告范欣蘋代理被告中航公司與原告聯繫。被告中航公司於與訴外人天奕公司之合約終止後，於107年5月1日起與天馬商行簽署合約並委由其處理Facebook粉絲專頁經營和廣告投放事宜，彼時，被告范欣蘋為天馬商行之負責人，同時再度成為天馬商行與被告中航公司間之聯繫窗口。因此，被告中航公司係先後委託訴外人天奕公司與天馬商行，非被告范欣蘋本人，被告范欣蘋僅係分別任職該二法人為其執行業務之自然人，自難謂被告中航公司有授權被告范欣蘋之意思表示。而原告於106年間與107年5月1日後與被告范欣蘋聯繫時，當然知悉其合作對象為二不同法人，而非被告范欣蘋此一自然人，此由原告起訴狀所提之被告范欣蘋電子郵件（見本院卷1第19至47頁）簽名檔即可知悉，更不用說原告早於108年11月13日即於訴訟外自承其知悉被告范欣蘋於106年間係受僱於訴外人天奕公司，而非天馬商行，是原告顯然明知被告范欣蘋從未獲得被告中航公司之授權，非善意第三人，自不得主張表見代理。

7.被告中航公司與原告間之系爭契約於106年12月31日即到期終止，雙方未定有新約，則不論嗣後承攬被告中航公司廣告業務之廠商是否再請原告次承攬與被告中航公司有關之廣告業務，概與被告中航公司無涉。原告指稱其從107年1月迄今於被告中航公司之Facebook粉絲專頁仍有廣告投放權限，因此，被告中航公司應負授權人責任云云。然被告中航公司自107年5月1日起與被告范欣蘋（天馬商行）簽署系爭備忘錄後，即將被告中航公司之Facebook粉絲專頁之經營以及Facebook上之廣告投放相關事宜，全權委由被告范欣蘋（天馬商行）承辦，亦未限制被告范欣蘋（天馬商行）不得委請其他第三人次承攬相關業務。故而，縱使被告范欣蘋（天馬商行）確有再委請原告次承攬被告中航公司所委託之部分廣告業務，原告亦僅得向被告范欣蘋（天馬商行）請求報酬，蓋該次承攬契約僅存在於被告范

欣蘋（天馬商行）與原告之間，概與被告中航公司無涉。而自108年5月15日起至109年4月30日止，被告中航公司復又將Facebook粉絲專頁經營業務與廣告投放業務委託訴外人百軒廣告有限公司（下稱百軒公司）處理，被告中航公司係經百軒公司之窗口要求，始先後將「Howhow Tseng」、「鄭飛」、「Ming Lu」設為Facebook粉絲專頁廣告主，被告中航公司自始至終並不知悉百軒公司亦再將廣告投放業務交由原告處理。縱使百軒公司亦選擇將廣告投放業務交由原告次承攬，該投放廣告之行為亦與被告中航公司無涉，蓋該次承攬契約成立於百軒公司與原告之間。原告明知其係承攬百軒公司之業務，與被告中航公司無直接往來，卻以偏概全宣稱其係信賴被告范欣蘋與被告中航公司間之既有合作模式，持續為被告中航公司Facebook粉絲專頁投放廣告，因此被告中航公司應負授權人之責，顯不足為採。

8.原告所提證據皆無法證明被告中航公司指示原告向天馬商行或被告范欣蘋取得廣告素材，或有授權天馬商行或被告范欣蘋之意思表示。原告先自陳其自106年8月起皆收受由被告范欣蘋（天馬商行）所交付之Facebook粉絲專頁廣告素材，並受被告范欣蘋（天馬商行）指示進行投放廣告，後又改口其係自106年5月1日至106年12月31日間受被告范欣蘋指示投放廣告云云。惟查，經審酌原告提出之電子郵件（見本院卷1第19至25頁），僅有106年6月5日至106年6月23日之電子郵件紀錄，其中，106年6月5日為訴外人天奕公司向被告中航公司確認其製作的Cover Video內容、106年6月8日至106年6月9日為確認訴外人天奕公司與被告中航公司間之月報會議時間，並於確認會議時間時提到已將部分廣告交由原告進稿，並經被告中航公司同意進行該項作業、106年6月21日及106年6月23日皆係在確認被告中航公司是否同意訴外人天奕公司所製作之廣告內容，是除106年6月8日至106年6月9日之電子郵件有提到向原告進稿之外，並無其他可茲證明被告中航公司要求或同意訴外人天奕公司得直接向原告進稿之文件記錄。基此，根據原告所提出之上

開電子郵件，被告中航公司並無持續於106年5月1日至106年12月31日間指示天馬商行或被告范欣蘋自訴外人天奕公司處收受廣告素材並投放廣告，則原告空言泛稱被告中航公司持續透過被告范欣蘋指示其投放廣告，顯為空穴來風、無憑無據。何況縱使被告中航公司有委託訴外人天奕公司將製作好的廣告素材直接交由原告進稿，該委託關係至遲應於被告中航公司與原告間之系爭契約終止日，即106年12月31日時亦隨之終止，蓋原告應於系爭契約終止後即立即停止所有為被告中航公司於Facebook粉絲專頁廣告投放之行為。詎料，原告不僅違約，未於系爭契約存續期間或到期後，向被告中航公司另為續約之意思表示或重新向被告中航公司報價，亦未依債之本旨於期限內向被告中航公司開立發票請款，明知未獲授權，於未通知被告中航公司之情況下，續與天馬商行或被告范欣蘋私下交易，直至多花費10萬餘元始通知被告中航公司給付價金，其未經授權之行為自不得拘束被告中航公司。被告中航公司既無從知悉原告與天馬商行或被告范欣蘋間之私下交易，自無從為反對之意思表示。而再詳細審酌原告所提之電子郵件（見本院卷1第27至47頁），更是只有「Ringo Fan」即被告范欣蘋與原告間之電子郵件往來內容，被告中航公司從未被列為收件者或副本收件者以知悉「Ringo Fan」即被告范欣蘋與原告間之溝通內容，是原告指稱天馬商行或被告范欣蘋透過電子郵件與被告中航公司持續確認廣告素材內容及圖片，顯非真實。又原告所提臉書粉絲專業權限頁面（見本院卷2第69至73頁）並無任何日期，無法證明其係於107年1月至107年4月間之截圖，是原告空言泛稱被告中航公司於系爭契約終止後仍持續透過被告范欣蘋指示投放廣告，顯未盡舉證之責。

9.綜上，系爭契約因已於106年12月31日到期終止，且原告遲至109年4月27日始開立請款單，其請求權業已罹於消滅時效。縱未罹於消滅時效，原告未依系爭契約於期限內開出發票請款，即未依債之本旨提出給付，無從向被告中航公司請求給付系爭契約之報酬。另關於107年1月1日起至107年8月7日間之報酬，

因被告中航公司與原告間並無任何契約關係，且被告中航公司從未指示原告向天馬商行或被告范欣蘋處取得廣告素材以投放廣告，原告所提證據皆不足以證明被告中航公司透過被告天馬商行或被告范欣蘋指示原告投放廣告，原告自不得向被告中航公司請求報酬給付。原告明知其於107年1月1日起至107年8月7日間無給付義務，卻仍持續為被告中航公司Facebook粉絲專頁投放廣告，不得依不當得利請求107年1月1日起至107年8月7日間之報酬。

10.並聲明：原告之訴駁回。

㈡被告范欣蘋部分：

1.本件被告中航公司為推廣業務，於106年間委請訴外人天奕公司經營Facebook專頁，且另將Facebook投放廣告業務交由原告處理。三方之合作模式為，原告與被告中航公司於106年5月31日簽署系爭契約，所載「約定事項」第1項：「如未能依約將素材提供本公司而導致廣告無法投遞，且本公司已保留廣告版位，仍需依約付款。」等語，可知原告為被告中航公司刊登廣告，應由被告中航公司先行提供素材予原告，原告始得據以投遞至Facebook。中航公司於106年3月14日與訴外人天奕公司簽署「Air China粉絲專頁經營報價單」，由中航公司委由天奕公司經營被告中航公司之粉絲專頁，並設計製作「素材」（即可用以發布於Facebook上之貼文，內容可能包括文案、圖片及影片等）等。是以，三方合作模式係由被告中航公司對天奕公司提出行銷需求及相關內容指示，天奕公司即據以製作可發布於廣告媒體之「素材」，於製作完成並經被告中航公司確認可發布後，天奕公司再協助被告中航公司將素材交由原告進行Facebook廣告投遞，如此被告中航公司即可達成推廣業務之目的。上開合作模式為原告、被告中航公司及天奕公司三方所均知。此外，依被告中航公司所提與天奕公司間簽訂之「Air China粉絲專頁經營報價單」，天奕公司會向被告中航公司提供每月專頁結案報告。電子郵件往來雙方（主要為天奕公司之Ringo Fan即被告范欣蘋、被告中航公司之黃姵瑀）即互相確認

月報會議時間。至約定月報會議開會時，初期係本件三方參與（即由代表各該公司簽署系爭契約及「Air China粉絲專頁經營報價單」之人，包括被告中航公司之黃姵瑀、原告之劉孟哲【Steven】及天奕公司Ringo 即被告范欣蘋各自擔任公司業務窗口參與月報會議），月報內容包括「粉絲專頁整體分析」、「粉絲專頁貼文分析」及「廣告數據分析」等，前二者關於粉絲專頁之分析部分，係由天奕公司依其經營Facebook粉絲專頁及製作貼文情形提供相關資料，後者有關廣告數據分析部分之資料，則係由原告依其投放廣告結果所提供。惟嗣訴外人劉孟哲自原告離職後，原告未再有代表列席月會，然仍會提供廣告數據分析資料予天奕公司之范欣蘋整合至各月月報，以向被告中航公司匯報。被告中航公司之黃姵瑀除關心上開分析數據外，亦會持續關心廣告預算（即本件原告請求被告中航公司返還之報酬計340,000元）之餘額。上述三方合作模式應係自106年至107年間均然。故依被告中航公司所提，即原告前員工劉孟哲回覆被告中航公司之e-mail（見本院卷1第261頁）亦略以：「2017年服務國航的天奕窗口為Ringo Fan范欣蘋，主要負責紛絲專頁維運貼文製作，以及額外未收費協助進稿媒體的服務。關於當時國航負責行銷的窗口……0000-0000年當時應對的主要負責窗口為Christina……關於彼此合作的模式，在每月協助製作完貼文，經國航窗口確認後，會協助交由cacafly（按：即原告公司）的窗口進稿廣告設定。」等語。顯然本件天奕公司係依「Air China粉絲專頁經營報價單」為被告中航公司經營粉絲專頁經營及製作廣告素材，而原告則依系爭契約為被告中航公司進行Facebook廣告投遞。天奕公司及原告各自與被告中航公司成立獨立之法律關係，各司其職，並各得向被告中航公司請求相關報酬，被告中航公司則藉此達到推廣業務之目的。

2.而被告中航公司為繼續向消費者行銷宣傳該公司所舉辦的活動，且為節省與不同公司間之溝通成本，乃自107年5月1日起統一由被告范欣蘋即天馬商行經營被告中航公司之Facebook粉

絲專頁並製作廣告素材，且於Facebook上進行投放。由此可見，廣告素材製作，及廣告投遞，係屬二事。而107年1月起，天奕公司仍僅負責製作廣告素材，則原告與被告中航公司之契約關係若果於106年12月31日終止，被告中航公司之廣告素材如何投遞至Facebook？如原告於107年1月後仍持續為被告中航公司完成投遞Facebook廣告工作，被告中航公司亦藉此達成其推廣業務之目的，受有利益，可否斷然謂原告與被告中航公司之契約關係已於106年12月31日終止？事實上，自107年1月起，天奕公司、原告與被告中航公司3方合作之模式並未變動。至107年2月天奕公司與被告中航公司所簽署「Air China粉絲專頁經營報價單」期滿後，被告范欣蘋仍繼續為被告中航公司設計製作廣告素材，並經被告中航公司確認後交由原告進行Facebook廣告投放。嗣自107年5月起，被告范欣蘋即天馬商行依與被告中航公司簽訂之系爭備忘錄，為被告中航公司經營Facebook粉絲專頁、製作廣告素材，且亦於Facebook上進行投放。然此同時，被告中航公司於原告之廣告預算（即本件原告請求被告中航公司給付之報酬，計340,000元）尚有未使用之餘額，故天馬商行仍將廣告素材提供給原告，共同為被告中航公司進行Facebook廣告投遞工作，直至於原告之廣告預算用罄。天馬商行與原告間並無次承攬之關係。由上說明可知，原告係請求其為被告中航公司完成投遞Facebook廣告工作之報酬。天奕公司或天馬商行固曾協助被告中航空公司製作廣告素材並協助將素材提供給原告，進行Facebook廣告投遞，然如上開說明，原告、天奕公司或天馬商行係分別與被告中航公司間成立各自獨立之法律關係，互不相屬，天奕公司或天馬商行就原告公司與被告中航公司間有關廣告投遞之工作及報酬之請求究係如何約定，毫無所悉。本件爭議應係原告疏於向被告中航公司請求報酬而起，實與天奕公司或天馬商行並無任何關係，天奕公司、天馬商行或被告范欣蘋從未以被告中航公司之代理人自居，原告空言主張天馬商行自107年1月1日起至同年8月7日止均係無權代理被告中航公司，應賠償其於該期間所受損害

云云，全係於法無據，並不足採。

3.本件實係因原告之員工林裕軒未善盡職責而起，終致原告對被告中航公司延誤了開立發票和請款的事項，與天奕公司或天馬商行完全無涉，原告對天馬商行提起本件訴訟，實係於法無據，應予以駁回。經查，原告前員工劉孟哲於106年5月31日代表原告與被告中航公司簽署系爭契約，並擔任原告窗口，與被告中航公司及天奕公司溝通廣告委刊事宜。嗣劉孟哲於106年7月間自原告公司離職。原告由訴外人林裕軒（Joe Lin）接手劉孟哲上開業務。此觀林裕軒於106年8月7日下午1時36分寄給被告中航公司黃姵瑀，主旨為「cacaFly_Facebook報表更新」之e-mail及其附件即明（見本院卷1第351至369頁）。林裕軒於該e-mail中表示：「Hi Christina，我是cacaFly的Joe，之後我會繼續協助貴司的專案執行。附件提供您報表更新，七月份的廣告已經執行完畢。……近期是否有機會拜訪跟您交換名片呢？……」。準此，林裕軒代表原告公司，非常清楚其廣告委刊關係之相對人為被告中航公司（而非天奕公司或天馬商行），且被告中航公司之窗口為黃姵瑀，林裕軒並明白其有義務向被告中航公司（而非天奕公司或天馬商行）提供廣告數據分析及廣告預算執行之報表。其後，林裕軒於106年8月22日上午11時48分再寄發主旨為「cacaFly_廣告報表」更新之e-mail（見本院卷1第371至376頁），提供「附件八月廣告報表更新」，並介紹被告中航公司一更新的媒體即Spotify，且說明原告可為被告中航公司客製化版位、素材。由此益徵林裕軒確實明白廣告委刊關係之相對人及其窗口為誰（顯非天奕公司或天馬商行），暨其代表原告公司所應或所能提供之服務。而林裕軒自寄發上開第2封106年8月22日之e-mail後，即未再主動提供被告中航公司相關業務資訊。迄108年7月22日下午12時44分，林裕軒始再寄發e-mail（見本院卷1第81頁），其內容略以：「……我是聖洋科技的Joe。我司和貴司在2017年有簽訂一筆費用，總計含稅金額340,000元，來執行Facebook廣告投放。……原負責業務（按：即劉孟哲）離職後一直未和貴司對

接到，因此後續延誤了開立發票和請款的事項。……稍晚我會再撥電話過去和大家說明詳細。」原告之員工林裕軒自106年8月間起即接任劉孟哲之業務，已知本件系爭契約關係之相對人為被告中航公司、相對人之業務窗口為黃姵瑀，暨其代表原告公司所應或所能提供之服務，且其亦明知黃姵瑀之email及電話等連繫資訊，卻於將近3年間的漫長時間裡，未曾善盡其和被告中航公司「對接」業務之職責，終致原告對被告中航公司「延誤了開立發票和請款的事項」，顯然此乃本件訴訟之真實肇因，跟天奕公司或天馬商行根本完全無涉，實堪予認定。原告遽對被告范欣蘋提出本件訴訟，顯係於法無據。

4.並聲明：⑴原告之訴及其假執行之聲請均駁回。⑵如受不利之判決，願供擔保請准宣告免為假執行。

三、本院之判斷：

㈠原告與被告中航公司，於106年5月31日簽訂系爭契約，約定原告為被告中航公司之臉書粉絲專頁進行「中國航空2017數位宣傳」專案網路廣告投遞，該報價單記載之投遞期間為106年5月1日起至106年12月31日止、約定標的金額為340,000元，系爭契約約定以「CPA（CostPerAction）」、「CPC（CostPerClick）」作為計價方式，而CPA（CostPerAction）係以網際網路使用者在被告中航公司之臉書粉絲專頁按讚數予以計費；CPC（CostPerClick）則以網際網路使用者經由廣告點擊被告中航公司網站之次數計費，原告需以按讚數計算請款，有系爭契約書可按（見本院卷1第17頁）。兩造均不爭執系爭契約雖為報價單型式，但已經原告及被告中航公司簽署於其上，自應依系爭契約內容為履行。又被告范欣蘋為獨資之訴外人天馬創意商行之負責人，有商業登記抄本可表（見本院卷1第165頁），故其係以范欣蘋即天馬創意商行對外為業務行為，性質上仍為自然人所為之法律行為，側重於其自然人本質，縱然獨資商行之名義可能有變，然為法律行為者均為被告范欣蘋。而本件被告中航公司遂委由訴外人天馬創意商行（郵件署名：天馬創意工作室）即被告范欣蘋（即Ringo Fan）透過電子郵件聯繫方

式，與被告中航公司持續確認素材內容及圖片，自106年6月23日起，由被告中航公司之市場經理即證人黃姵瑀與上載訴外人天馬創意工作室即被告范欣蘋，以電子郵件聯繫討論素材，並自106年8月7日起，持續於同年8月、9月、107年1月、2月、4月、5月、6月，由被告范欣蘋交付其所製作之Facebook貼文素材寄送原告之林裕軒（即Joe Lin）等人，由被告范欣蘋代被告中航公司以其個人名義，指示原告依系爭契約約定將該廣告素材，在被告中航公司Facebook粉絲專業進行廣告投遞，有原告提之電子郵件可按（見本院卷1第19至80頁）。而原告之人員林裕軒於106年8月7日，曾寄給被告中航公司黃姵瑀，主旨為：caca Fly_Facebook報表更新之電子郵件及其附件，並表示：「Hi Christina，我是caca Fly的Joe，之後我會繼續協助貴司的專案執行。附件提供您報表更新，7月份的廣告已經執行完畢……近期是否有機會拜訪跟您交換名片呢？……等語（見本院卷1第351至369頁），並於當時寄送附件即系爭契約執行報表（見本院卷1第351至369頁），足見原告應係知悉被告中航公司原來係由黃姵瑀負責系爭契約之業務，故向其提供廣告數據分析及廣告預算執行之報表，且於當時已為執行率百分之百情形。林裕軒又於106年8月22日寄發主旨為cacaFly_廣告報表更新之電子郵件，提供附件8月廣告報表更新（見本院卷1第371至376頁）。期間，原告會確認廣告素材之文字比例、預算使用回報、提供廣告成效報表等寄送回被告范欣蘋，且大多於106年12月31日約定廣告期間結束日之後始為之，原告於106年8月22日以後之期間，均未與被告中航公司之黃姵瑀為任何聯繫，原告嗣後於107年8月7日認為其已投遞廣告費用已達系爭契約之廣告預算金額340,000元故停止廣告投遞行為。原告並於108年7月22日，由林裕軒以電子郵件向被告中航公司之黃姵瑀，以主旨為：cacaFly中國國際航空__2017年延遲請款之專案發電子郵件，文中表示：....系爭契約專案一直執行至107年8月才結束，由於當時貼文都由粉絲團維運廠商天馬創意商行提供，原負責業務離職後一直未和被告中航公司對

接到，因此延誤開立發票和請款的事項，並於該信提供專案報表連結予被告中航公司，並詢問開立發票等事宜（見本院卷1第81頁），顯然原告於系爭契約記載之投遞期限106年12月31日時，尚未達到約定標的金額，但亦未曾於當時或其後向被告中航公司聯繫確認系爭契約履行期間是否修改，仍沿用之前經指示之合作模式，繼續依被告范欣蘋寄送出之廣告素材，於107年間，在被告中航公司Facebook粉絲專業進行廣告投遞至當年7、8月間。被告中航公司嗣後於108年9月24日原告以電子郵件向原告詢問時，表示：系爭契約上面記載之預計開發票時間，但當時並無開發票，如果確認沒問題可以馬上開發票等語（見本院卷1第83頁），但於翌（25）日被告中航公司即發電子郵件表示：開立發票先等等，我們內部還要查詢，需要點時間，....這樣的合作是需要簽立合同的，而不應該只有報價單等語（見同上頁），原告於109年4月，向被告中航公司發出存證信函請求本件340,000元，並寄送應付帳款日109年5月27日電子發票（見本院卷1第87至91頁），被告則於109年5月發存證信函表示：系爭契約期間至106年12月31日即結束，原告至109年5（郵件誤載為4）月27日始開發票已罹於時效等語（見本院卷1第93至97頁），嗣後，兩造亦有嘗試就此事基於善意而於109年7月17日至109年9月16日間進行調解，但最終未有結果（見本院卷1第117至141頁）。前述本件事實經過情形，既有前述各該卷證可按，應足認定作為本件認定之事實基礎。

㈡由系爭契約於記載之期間，即106年5月1日至12月31日間，依前揭電子郵件紀錄，確實係由被告中航公司之黃姵瑀（即證人）與被告范欣蘋聯繫，再由被告范欣蘋與原告人員以電子郵件聯繫投遞傳送廣告素材，是以，被告中航公司以：其無持續於該段系爭契約明訂期間即106年5月1日至106年12月31日間指示訴外人天馬商行或被告范欣蘋自訴外人天奕公司處收受廣告素材並投放廣告云云，拒絕給付該段期間之報酬，並無理由。然而，被告中航公司另以原告完成工作後，未向被告中航公司請求報酬，至起訴時已經罹於民法第127條規定之2年時效。查

本件系爭契約雖以報價單型式為之，然依其內容，仍為原告依被告中航公司透過被告范欣蘋所交付之素材，完成在被告中航公司臉書粉絲專頁上之投放廣告工作，是原告主要係受被告中航公司委託之被告范欣蘋指示完成委任事項，並不擔保點擊次數或網路使用次數，僅需於達成系爭契約所約定之履行數位宣傳工作，即可向被告中航公司以前述廣告成效報表，請求完成系爭契約計價報酬，系爭契約履行重點即為原告單純收受被告中航公司透過被告范欣蘋所交付之廣告素材，依與被告中航公司約定，投放廣告在被告中航公司指定之臉書粉絲專頁，完成系爭契約消費者點擊或網路使用率即閱覽率固為系爭契約之目的，但僅為計價方法，而在被告中航公司預算範圍以內計算收費，此由原告與被告中航公司陳述：素材由范欣蘋提供，原告僅依信中指示廣告投遞時間，投遞至被告中航公司粉絲專頁，用CPA及CPC計費，原告不擔保點擊次數，而係被告中航公司在當次廣告期間預算範圍來計費，因原告接收素材對象為被告范欣蘋，至於被告范欣蘋與被告中航公司間如何就該次廣告規劃討論，則非原告所知；被告中航公司會告訴原告該篇廣告預算，原告會用此金額投遞廣告，被告中航公司要求原告一定要投遞在粉絲專業，被告中航公司也要求要粉絲專業按讚數且從未發生過沒按讚情形，原告本來依系爭契約應要與被告中航公司討論，後來原告都沒有來討論，但只有原告才能投遞廣告，被告中航公司無法投遞廣告等語一致可知（見本院卷3第93至94頁），故系爭契約重在完成被告中航公司指定委託之固定素材、指定臉書粉絲專頁上、特定期間之廣告投遞事務，並非注重在原告依被告中航公司之指示目的而獨立完成投遞廣告之被告中航公司臉書粉絲專頁之工作，性質上尚與承攬契約有別，應僅屬委任契約，又系爭契約所簽署之報價單上第11點雖有延長廣告投放期間應另行報價記載，但其同時記載明確為特定之Facebook Reach and Frequency產品無誤，原告並已主張並非本件系爭契約約定之內容，則縱然記載其上亦無適用，查系爭契約兩造約定之廣告商品為Facebook產品列載(見本院卷

一第247頁），確無前述之Facebook Reach and Frequency產品，被告中航公司對此並無兩造舉證證兩間投遞廣告約定與前述Facebook Reach and Frequency產品相關，則原告主張報價單第11點並不適用於兩造系爭契約，尚非無由。至於被中航公司辯稱：縱然被告中航公司有委託訴外人天奕公司或被告范欣蘋，將製作好的廣告素材交原告進稿投遞廣告，該委託關係至遲應於系爭契約記載之終止日106年12月31日時已終止，原告應即停止為被告中航公司於Facebook粉絲專頁廣告投放行為，乃原告違約，未於系爭契約到期時，向被告中航公司另為續約意思表示或重新報價，亦未依債之本旨於期限內向被告中航公司開立發票請款，明知未獲授權，於未通知情況下繼續與被告范欣蘋交易部分，因系爭契約確實約明載有期限，則原告主張其於106年12月31日後之繼續廣告投遞行為，是否基於系爭契約之履行？得否向被告中航公司請求給付？原告給付款項之請求時效為何？應於何時起算？即為本件之爭點。

㈢而按由自己之行為表示以代理權授與他人，或知他人表示為其代理人而不為反對之表示者，對於第三人應負授權人之責任。但第三人明知其無代理權或可得而知者，不在此限，為民法第169條規定明確。原告主張系爭契約之履行，係經由被告中航公司之員工黃姵瑀聯繫指示後，由被告范欣蘋交付廣告素材寄交由原告投遞廣告之事實，業經證人黃姵瑀具結證稱：我在被告中航公司工作大概9年多，至107年6月初離職轉其他工作。系爭契約「中國航空2017數位宣傳」專案之網路廣告投遞委刊相關業務，我有經手，被告中航公司請廣告公司（即原告）投遞廣告，我們找相關製作公司（即被告范欣蘋所屬公司）製作素材讓廣告公司投遞。我會先請原告就廣告版位、投遞建議，報酬是原告開立發票，我們會有每個月報表，開立相對金額核對無誤，就會付款，到我離職前都還有合作。我即被告中航公司與原告合作直接窗口，106年6月開始，製作廣告素材公司就是被告范欣蘋之公司，被告范欣蘋是製作公司窗口，被告中航公司委託原告執行臉書粉絲專頁廣告投遞，在流程上是由我代

表被告中航公司先與被告范欣蘋確認本次廣告圖文素材後，指示由被告范欣蘋將廣告素材交付給原告以執行廣告投遞，我後來於107年6月離職，只要進行廣告，合作都一樣，記得到107年初約3月前，我們都還有合作，之後就沒有（經提示本院卷1第309頁以下素材報表）合作流程均是相同，這些資料我都有印象，我們是天馬公司先給我看過，我說可以，天馬公司直接交給原告去作廣告業務，記得與原告簽的委刊單的期限是到106年12月，但我們會依照被告中航公司政策調整走期，我離職前，原告業務有換人，原告只有在106年7、8月寄報表給我，後來就沒聯繫，也沒進一步更新委刊單，我印象中委刊單是沒有備註條款第11條適用，我離職前也沒告知被告范欣蘋那停止協助將廣告素材轉交給原告公司去投遞廣告。我任職期間有跟原告說明被告中航公司與天奕公司或天馬商行簽約委託製作廣告素材，他們都知道，卷存電子郵件溝通業務上三方，即是我即被告中航公司及原告、天奕公司即范欣蘋，我離職前有處理到天馬商行之合作，理論上應該有溝通，因為不管天馬或天奕公司都是被告范欣蘋。廣告走期應該是要原告提供給我們，但後來就沒有再聯繫，報表則是由被告范欣蘋給我的，所以，我就認為原告已經提供給被告范欣蘋。原告沒就系爭委刊單期限跟我確認過，但就我認知，約定總額或期間，是要達到約定總額，我們會依照被告中航公司政策來調整走期，不一定會依照兩造合約記載時間走完全部走期，一般而言，會延長的機率比較高等語（見本院卷3第13至17頁）。亦即，證人黃姵瑀已經證稱原告與被告中航公司及被告范欣蘋在實際履行系爭契約之合作關係，以及交付廣告素材、投遞廣告方式，確實為原告主張之前揭事實無誤，則證人黃姵瑀既然為被告中航公司之員工，並即為負責執行本件系爭契約之人，且其所證述上情確與原告主張情事相符，堪認系爭契約締約真意並非著重於系爭契約上載之期限，兩造事實上履行系爭契約時，即以約定且明知之相同合作模式，即由證人黃姵瑀指示原告依照被告范欣蘋以郵件寄送之廣告素材，依指示內容投遞廣告履行約定，而原告

所提之投遞廣告素材報表（見本院卷1第267至321頁），乃自106年6月起至107年7月之按月報表，查至系爭契約原記載之106年12月底期限，該執行率為50%（見本院卷1第277頁），且此亦經證人黃姵瑀證實確實為其閱覽過部分之系爭契約履約文件，更證原告主張系爭契約之履約依照兩造合作模式已經延展至被告中航公司締約時告知之預算範圍結束，應為實情。被告中航公司就此並無再舉被告中航公司有何於證人黃姵瑀最初指示前開合作模式繼續進行中，因公司調整廣告走期政策而公告或通知原告或被告范欣蘋之情事，則被告范欣蘋持續以證人黃姵瑀最初之指示，提供廣告素材予原告，於外觀上已經可認有民法第169條規定表見代理之適用。被告中航公司雖又辯稱：被告中航公司與原告於106年5月31日系爭契約成立時，被告范欣蘋所營天馬商行尚未合法成立，無從於106年間與被告范欣蘋（天馬商行）成立任何契約關係，不可能透過被告范欣蘋交付廣告素材給原告，被告范欣蘋顯為無權代理，卷存往來電子郵件（見本院卷1第19至25頁）寄件者「Ringo Fan」即被告范欣蘋，於106年間實為訴外人天奕公司之員工，原告明知於106年間被告中航公司同時委託訴外人天奕公司與原告處理Facebook經營業務及Facebook廣告業務，與被告范欣蘋（天馬商行）無關，原告非為民法第169條保護之善意第三人云云。然查被告中航公司於此之抗辯內容，顯與證人黃姵瑀結證情節不同，依證人黃姵瑀證述，乃其為執行系爭契約已於最初指示原告依循被告范欣蘋傳送之廣告素材進行系爭契約投遞廣告業務，並將報表製作回傳最後向被告中航公司請款，且依其認知，除非公司廣告走期政策有所調整改變，認知上即要達到約定之總價額，不一定會依照合約上記載時間走完全部走期，且一般而言延長之機率大等語，則不論被告范欣蘋究竟當時於何公司員工或與被告中航公司間之合作約定為何，既經代表被告中航公司之證人黃姵瑀明示兩造之間之執行業務方式及履行目標，則原告對此信賴而繼續依循證人黃姵瑀最初之指示，並以其持續收受被告范欣蘋寄交之素材進行與被告中航公司約定之廣告投遞

業務內容，無從可認其有明知兩造已無系爭契約合作關係卻故意執行廣告投遞業務之情事可言。是被告中航公司抗辯，與本件事證不合，難以採信。至於被告中航公司前述所舉與訴外人天馬創意商行廣告合作備忘錄於107年5月1日起尚有廣告投遞業務合作，雖有該備忘錄及報價單可按（見本院卷1第249頁以下），但僅能證明被告中航公司其後改變與他廣告投遞業者之合作關係，無從可認系爭契約之約定亦為相同或與被告中航公司無益，此由被告范欣蘋亦稱：兩造即為同上述合作模式，其經營天奕公司與原告乃各司其職，各與被告中航公司為獨立法律關係，被告中航公司藉此達業務推廣目的等語可知。則縱然係由被告范欣蘋對原告寄發廣告素材，不過為經聯繫約定之合作方式而已，被告范欣蘋顯非為自己需求而為寄送，其乃依被告中航公司之負責業務員工即證人黃姵瑀之指示及授權而為，原告並依系爭契約約定而為前述廣告投遞事務，被告中航公司並無舉證該段履行期間，有何足以使原告或被告范欣蘋明知被告中航公司已無繼續系爭契約表示可能，證人黃姵瑀並表示即便於其任內至107年3月均還有繼續業務等語（見本院卷3第15頁），而斯時已經顯為該報價單記載期限之後，證人黃姵瑀顯亦認其執行之廣告投遞業務即便於106年12月31日後仍在繼續進行中，是被告抗辯證人黃姵瑀並無持續性授權指示行為，不可能在107年3月還繼續指示被告范欣蘋關於廣告進稿事宜云云，非但與證人黃姵瑀明確證述之情節相悖，且證人黃姵瑀並未對其與被告范欣蘋部分聯繫為說明，被告中航公司以其並未在原告與被告范欣蘋往返電子郵件中列為收件人，即遽予推論上情，難認有據。是原告主張系爭契約於106年12月31日以後因為表見代理之法律效力，仍繼續存在且依約履行之事實，依卷證資料勾稽，堪稱有據。至被告中航公司再指其與訴外人天奕公司合作於107年2月28日結束，恰與證人黃姵瑀所稱前述107年3月指示廣告進稿一情，抗辯本件應於107年3月與訴外人天奕公司終止合約後，即未有指示原告投遞廣告之情云云，然原告依約既然需要被告中航公司透過被告范欣蘋交付素材始能進

行廣告投遞業務，則於未有廣告素材交付情況下如何進行廣告投遞？惟被告中航公司亦不爭執有原告主張之於107年間投遞廣告之事實，且原告投遞廣告之處為被告中航公司指定之其臉書粉絲專頁，原則上被告中航公司亦應有專責人員，縱若非證人黃姵瑀，然被告中航公司果若於系爭契約報價單所記載期限之後不欲在委由原告履約直至預算總額，於發現陸續投遞之廣告時，亦應亦可預作處理，不至使原告信賴被告中航公司之負責此業務承辦人員即證人黃姵瑀之指示繼續依被告范欣蘋交付素材而繼續投遞廣告，更徵被告此部分抗辯無可採。

㈣據上，可知兩造系爭契約唯一書面即該報價單上，雖然記載期限，然則，於兩造間嗣後約定履行系爭契約之方式，已使繼續遵循被告中航公司員工即證人黃姵瑀指示，於報價單上載期限後仍繼續投遞廣告素材至被告中航公司粉絲專頁上之原告得以主張表見代理之效力。亦即，原告主張其為被告中航公司履行系爭契約至107年7、8月間，並有如卷存已提報表所示計價報酬請求權等事實，應稱可採。則被告中航公司抗辯依兩造約定系爭契約期限至106年12月31日，依承攬規定請求報酬至遲應於108年12月31日屆至之2年間為請求，而原告本件係於109年4月27日開立請款單、於109年10月15日起訴時，均早已罹於2年期間云云，姑不論被告中航公司並未明確抗辯原告請求罹於短期時效就指適用民法承攬何規定或民法第127條之何條款，因系爭契約性質並非承攬而係委任契約，且查亦無民法第514條規定之情形，又非民法第127條第8款所稱之適用情形，本無可採，是被告中航公司以此拒絕原告請求，並無理由。又民法契約之請求權時效均應為法律上明文規定，若主張兩造間另有約定較短之請求權時效，基於契約自由原則，雖非法之所許，但即應由主張之人負舉證之責，被告中航公司雖以公司規定會計上請款時間拒絕原告之請款，然若非屬原告與被告中航公司間已有之約定，不過被告中航公司內部歸責而已，當無從以此拘束對被告中航公司以其他外部法律關係請求之人，自屬當然，又被告中航公司所執系爭契約第7點記載原告將於廣告結束後7

日內開出發票請款，認為原告尚未於廣告結束後7日開出發票請款，即不生提出效力，亦不得向被告中航公司再為請求云云，然按諸該點乃約定原告向被告請款後被告之給付期限，該廣告結束後7日開立發票之記載，並無被告中航公司所稱之若遲誤開立發票時即無法請求之法律上效力，況且原告已經舉證證明兩造間尚有表見代理之法律效力適用，系爭契約履行期間應延展至原告確實為被告中航公司履行系爭契約期間，更徵被告中航公司此部分抗辯並不可採，附此說明。

㈤基上所述，原告先位聲明依據其與被告中航公司間系爭契約約定及民法第169條規定表見代理之法律效力，請求就其已經依約履行之廣告投遞費用依卷存報表計算後為雙方約定之總額340,000元，即為有理由。原告先位聲明，既經調查本件相關事證後，認為有理由，則其備位聲明部分（包括對被告范欣蘋請求之部分），即無庸再為審酌，爰不贅述其餘認定之理由。

四、綜上所述，原告先位聲明部分，乃依與被告中航公司間之系爭契約約定，請求被告中航公司給付340,000元，及依據系爭契約定第2點、第7點之約定，以原告開立發票日30日內之最末一日為約定支付日期限，並於延遲付款時另加計每日萬分之1利息（經換算為年息3.65％），兩造並無爭執原告開立發票日期為109年4月27日，並有該開立後寄送與被告中航公司之發票可按（見本院卷1第91頁），是依約於109年5月27日即為約定之最後支付期限，亦即，翌（28）日仍為給付即已遲延給付，是則原告請求前揭款項，應係自109年5月28日起（發票日後30日期限屆至日為應付款期限日，於翌日後始為遲延給付），至清償日止，按約定利率即按日計算萬分之1計算之利息，亦為有理由，應予准許。逾此部分之利息請求，為無理由，應予駁回。原告先位聲明部分其餘之訴既經駁回，其假執行之聲請亦失所附麗，應併予駁回。

五、本件原告勝訴部分，依民事訴訟法第389條規定，應依職權宣告假執行。原告聲明假執行之宣告，僅為促使本院職權發動，無庸另為准駁之諭知。另被告中航公司已陳明願供擔

保，聲請宣告免為假執行，經核合於法律規定，爰酌定相當之擔保金額宣告之。

六、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及證據，核與判決之結果不生影響，爰不一一論列，併此敘明。

七、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第79條。

中　　華　　民　　國　　111　　年　　1　　月　　28　　日

臺北簡易庭　法　官　徐千惠

以上為正本係照原本作成。

如不服本判決，應於送達後二十日內，向本院提出上訴狀並表明上訴理由，如於本判決宣示後送達前提起上訴者，應於判決送達後二十日內補提上訴理由書（須附繕本）。

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　　1　　月　　28　　日

書記官　黃慧怡

訴訟費用計算書

項　　目	金　額（新臺幣）	備註
第一審裁判費	3,640元	
合　　計	3,640元	