

臺灣臺北地方法院民事簡易判決

112年度北簡字第3549號

原告 菰田有限公司

法定代理人 吳學而

訴訟代理人 林世昌律師

複代理人 陳姝蓉律師

被告 董承芸

訴訟代理人 郭子揚律師

沈宗英律師

林漢國

董觀為

上列當事人間請求損害賠償事件，本院於中華民國112年8月29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。

訴訟費用新臺幣貳仟貳佰壹拾元由原告負擔。

事實及理由

一、原告主張：原告於民國111年8月間與被告(臉書名稱：馬尼
麻麻的生活日記)，洽談以體驗開箱文章模式合作行銷原告
製造之AETHER DTMED-1智能空氣清淨機(下稱系爭空氣清淨
機)事宜，兩造經磋商後談定FB及IG圖文稿費新臺幣(下同)1
5,500元，合作項目包含FB本文及IG本文各1篇、IG限時動態
1篇、開放FB廣告主權限2週，原告遂於111年8月29日以電子
郵件寄發「合作行銷契約款」(下稱系爭契約)予被告，並請
被告用印後使用電子檔回傳契約，正本一式兩份，則請被告
寄還空氣清淨機時一併提供予原告收執，被告收受系爭契約
電子檔後，對於系爭契約內容並無任何問題，僅詢問原告能
否將發文延至111年9月21日，嗣經原告同意延後發文日並給

予專屬優惠資訊後，被告乃於111年9月21日在FB、IG發表體驗文章及張貼IG限時動態，由此堪認兩造就系爭契約之內容已達成合致。原告即於隔日即111年9月22日請求被告開放Meta Business Suite後臺(下稱Meta後臺)之FB廣告主權限，且規劃廣告時間為111年9月22日至同年10月5日，因被告於洽談之初曾表示「推廣僅開放FB版位(IG不開放)」，原告認為兩造合作項目不包含專屬花費投收IG廣告之版位，原告進入被告之Meta後臺後，僅點選被告所張貼之FB合作貼文，並於111年9月22日支付4天廣告費用1,500元，另於111年9月27日支付4天告費用1,187元，而未曾針對IG合作貼文進行專屬付費投放廣告，詎被告卻突然於111年9月30日表示原告於其IG版位投遞廣告乃屬侵權行為，致其權利受損，甚至以IG版位推廣費用1天為5,000元為由，要求原告支付111年9月22日至同年月30日之損害賠償45,000元，原告曾於111年10月委請律師發存證信函，函知被告其僅購買FB廣告，未曾購買IG廣告，惟被告收受該函後卻逕向臺灣新竹地方法院(下稱新竹地院)起訴請求原告給付15,500元報酬、支付45,000元損害賠償(案號：111年度竹北小字第677號，下稱另案)，原告對被告逕行起訴之行為甚為不解，遂向廣告投放公司詢問Meta後臺開放權限設定問題後，始知悉被告在原告實際投放廣告前，刻意開放IG廣告主權限，又未主動告知Meta系統預設之自動版位係同時包含FB及IG版位，使FB合作貼文內之版位區塊同時出現「Facebook」及「Instagram」(按：隱藏於版位區塊之「Instagram」選項係因被告開放IG廣告主權限而為勾選狀態)，以致原告僅針FB合作貼文支付廣告費購買FB廣告卻同時於FB及IG上出現廣告，IG版位出現廣告乙事係肇因於被告故意開放購買IG廣告之權限，此乃不可歸責原告，且原告業於112年1月4日委請律師寄發存證信函，主張受被告詐欺，並依民法第92條第1項規定撤銷與被告前揭合作所為之意思表示。又查被告身為專職網紅，具有管理Meta後臺之權限，亦對Meta後臺系統十分熟稔，為確保IG版位不出現

廣告，被告本負有自行關閉IG廣告主權限及主動告知取消勾選版位區塊內之「Instagram」隱藏選項之附隨義務，被告未如此為之，反而直接向原告索取45,000元之賠償，顯已違反附隨義務甚明，而原告因慮及兩造已生爭議而提前於111年9月30日停止FB投放廣告，進而使原告先前支出之廣告費用2,687元(計算式：1500+1187=2687)，付諸流水，且存有FB廣告無法投放之營業損失，如以原告上一檔期與網紅「Nana媽咪 x Q踢派」合作售出10臺系爭空氣清淨機，1臺售價8,000元計算，原告因此受有80,000元之營業損失；此外，為處理兩造糾已耗費至少8小時，如以原告總經理吳士斌每小時1,000元時薪計算，原告受有時間成本損害8,000元；且委請律師撰擬律師函、應訴另案、提起本件訴訟，支出律師費104,000元(計算式：5000+66000+33000=104000)；及為起訴保全證據而委請公證人辦理網頁公證，支出公證費用11,920元，所花費之時間及金錢均係因被告所致，爰依民法第148條、第184條第1項前段及第2項、第227條第2項規定、系爭契約第4條第1項約定，得擇一請求被告賠償206,607元(計算式：2687+80000+8000+104000+11920=206607)，為此提起本件訴訟等語，並聲明：(一)被告應給付原告206,607元，及自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。(二)願供擔保，請准宣告假執行。

二、被告則以：

(一)兩造於111年8月30日透過LINE通訊軟體就「被告體驗原告產品(即系爭空氣清淨機)，撰寫開箱文章於臉書及IG貼文各1篇、IG限時動態1篇，並開放臉書廣告主權限2周予原告，約定原告應給付報酬15,500元予被告」(下稱系爭合作事項)達成合致，並未簽立任何書面契約，是兩造意思合致之範圍僅「被告體驗系爭空氣清淨機，撰寫開箱文章於臉書及IG貼文各1篇、IG限時動態1篇，並開放臉書廣告主權限2周予原告，約定原告應給付報酬15,500元予被告，而未包括IG廣告權限；又原告向被告申請廣告主權限後，被告僅能批准或拒

01 絕原告之申請，並無設定廣告投放版位之權限，原告取得被
02 告同意授權後，即可自行於廣告設定頁面自行選取投放廣告
03 之版位，若原告僅擬投放廣告於臉書版位，則應自行取消IG
04 版位之勾選，原告勾選並送出廣告設定後，亦無需被告再次
05 同意，故被告無法即時查知原告選取之版位為何，臉書之廣
06 告設定頁面既有版位之欄位，且為原告方可自行操作，原告
07 理應能看到版位設定之狀態，並能自取消IG版位之勾選，難
08 認被告有對原告施行任何詐術行為之可能，原告主張被告有
09 詐欺之不法行為云云，要非可採。再原告於誤投放IG廣告
10 後，仍可取消IG版位之設定，僅保留臉書廣告之推廣，尚符
11 合兩造締約之目的，縱認原告於111年9月24日關閉臉書貼文
12 之廣告受有損害，亦係因原告自行關閉臉書廣告所致，與被
13 告有無告知原告應自行取消IG版位之勾選無因果關係，故原
14 告主張被告應依民法第184條第1項前段負損害賠償責任云
15 云，要屬無據。

16 (二)原告空言主張「被告違反告知義務，再主張原告違約，並主
17 張單日5,000元的懲罰性違約金」之行為，構成權利濫用、
18 違反誠信原則云云，毫無舉證，已非可信；被告於111年8月
19 30日已明確告知原告「推廣僅開放FB版位(不包含IG)，而臉
20 書廣告設定頁面又係由原告自行操作，臉書廣告頁面可見
21 「版位」欄位，並可勾選推廣版面是否包含IG，遑論原告自
22 稱與超過30組網紅合作過，上開臉書廣告版位設定流程應為
23 原告可自行注意到之事項，難謂被告有違反任何告知義務，
24 嗣原告因IG費用之負擔無法與被告達成共識而無故拒付被告
25 撰擬體驗文章及授權原告於臉書推廣貼文之對價15,500元，
26 被告始對原告起訴請求給付相關費用云云，實屬被告合理行
27 使權利之當然結果，並非故意損害原告之目的，亦無違反誠
28 信原則，原告依民法第148條、第184條第2項規定，請求被
29 告賠償損害云云，毫無憑據，顯非可採。

30 (三)被告已依兩造債之本旨於臉書及IG張貼體驗開箱文，並開放
31 臉書廣告主權限予原告推廣貼文，並無附隨義務之違反，原

告於廣告設定頁疏未取消「IG版位」之設定，且無故於與被告商討IG版位廣告費負擔之爭議時，自行關閉臉書廣告之行為，方為原告無法達成廣告效益之原因，與被告有無告知原告應自行取消IG版位之勾選無任何相當因果關係，故原告主張依民法第227條第2項規定，請求被告賠償損害云云，要無理由。

(四)又系爭契約並無被告簽名用印，被告就原告片面提出之系爭契約，並未用印回傳予原告，依民法第166條規定，系爭契約並未成立生效，故無拘束兩造之效力，故原告主張依系爭契約第4條第1項約定，請求被告賠償損害云云，亦屬無據。

(五)縱認原告依民法第184條第1項前段及第2項、第227條第2項之規定請求被告賠償損害有理由，茲就原告主張損害金額駁斥如下：

1.關於律師費及公證費部分：

系爭契約並未經被告用印回傳原告，而未生效，已如前述，故原告依系爭契約第4條第1項約定，請求被告賠償所支出之律師費及公證費115,920元云云，洵屬無據。

2.關於營業損害部分：

原告雖提出與其他網紅合作之銷售資料，而主張受有80,000元之營業損失云云，然原告提出之銷售資料並無任何公司名稱，且恐為原告臨訴製作，被告否認形式之真正，縱認上開銷售資料形式上為真正，然其僅為原告111年7、8月之部分銷售紀錄，無法證明原告於111年9月間確實有若干訂單因為被告之行為而遭取消，故原告主張其受有系爭空氣清淨機10台共80,000元之損害，顯屬無據。

3.關於時間成本損害部分：

原告主張其總經理吳士斌耗費至小8小時，而其時薪以1,000元計，受有8,000元之損害云云，然未見舉證以實其說，已非可信；況吳士斌既為原告之總經理，理當處理原告公司事務而原告支付薪資，則原告與被告之爭議由吳士斌處理，實為理所當然，原告未亦增加支出，難謂原告受有任何損害。

01 4.關於臉書廣告費用部分：

02 原告主張其所規劃之廣告期間必須為連續，方可達到廣告效
03 益云云，亦未舉證以實其說，要無足信，況兩告僅係就IG廣
04 告版位費用負擔產生爭議，然臉書廣告版位廣告並無爭議，
05 豈料原告又自行關閉臉書廣告，是縱認原告主張廣告期日無
06 法連續而未達效益為真，惟關閉臉書廣告者為吳士斌而非被
07 告，被告既非行為人，原告請求被告賠償廣告費用之損失，
08 顯無理由等語，資為抗辯。

09 (六)並聲明：1.原告之訴及假執行之聲請均駁回。2.如受不利判
10 決，願供擔保請准宣告免為假執行。

11 三、本院得心證之理由：

12 (一)按權利之行使，不得違反公共利益，或以損害他人為主要目
13 的；行使權利，履行義務，應依誠實及信用方法；因故意或
14 過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任；違反保護
15 他人之法律，致生損害於他人者，負賠償責任，但能證明其
16 行為無過失者，不在此限；因可歸責於債務人之事由，致為
17 不完全給付者，債權人得依關於給付遲延或給付不能之規定
18 行使其權利；因不完全給付而生前項以外之損害者，債權人
19 並得請求賠償，民法第148條、第184條第1項前段及第2項、
20 第227條分別定有明文。次按因故意或過失，不法侵害他人
21 之權利者，負損害賠償責任。故意以違背善良風俗之方法，
22 加損害於他人者亦同，民法第184條第1項定有明文。又此侵
23 權行為之成立，須行為人因故意過失不法侵害他人權利，亦
24 即行為人須具備歸責性、違法性，並不法行為與損害間有因
25 果關係，始能成立，且主張侵權行為損害賠償請求權之人，
26 對於侵權行為之成立要件應負舉證責任（最高法院100年度
27 台上字第328號判決參照）。再按當事人主張有利於己之事
28 實者，就其事實有舉證之責任，民事訴訟法第277條亦有規
29 定。又民事訴訟如係由原告主張權利者，應先由原告負舉證
30 之責，若原告先不能舉證，以證實自己主張之事實為真實，
31 則被告就其抗辯之事實即令不能舉證，或其所舉證據尚有疵

累，亦應駁回原告之請求（最高法院100年度台上字第415號判決要旨參照）。

(二)關於原告主張被告有詐欺之不法行為部分：

原告主張被告刻意開放IG廣告主權限，又未主動告知Meta系統預設之自動版位係同時包含FB及IG版位，使FB合作貼文內之版位區塊同時出現「Facebook」及「Instagram」，以致原告僅針FB合作貼文支付廣告費購買FB廣告卻同時於FB及IG上出現廣告，受被告詐欺云云，然依被告當庭操作廣告授權版位設定程序「目前頁面為企業管理平台設定，當收到合作夥伴收到廣告主權限申請，我們會於申請欄位裡面，看到相關資訊，可以看到要求者的帳號名稱，還有要求提供的粉絲專頁帳號，以及下方可以看出要求授權的動作有哪些。在這個地方，被告沒有任何的權限及機能可以控制授權的範圍，包含原告主張我們在這個地方可以控制的IG欄位，都沒有辦法，只能選擇右上方的拒絕或是批准，因為我們是合作夥伴，所以只能批准，批准之後，對方就取得授權，會在左方工具列，帳號項下的粉絲專頁相關人員及合作夥伴，合作夥伴展開後，可以看到授權的權限，有內容、社群動態、發送訊息、廣告、洞察報告，有部分管理權限及完整控制權，但是沒有可以調整IG開關的版位及欄位，這就是我們授權的過程。」（見本院卷1第375-376、439、441頁），依上開被告操作授權畫面所示，被告於授權時，只能選擇「拒絕」或「批准」，無法單就其中的FB單獨授權，難認被告有刻意開放IG廣告主權限之行為，參與Meta Support 客服人員回覆：

「(問)如果投遞的廣告，想要關閉Instagram版位只使用Facebook版位，目前是不是只能由建立廣告的使用者，在建立廣告時，選擇手動版位並取消Instagram版位的勾選來關閉不使用Instagram版位？(答)是的，由於您的合作夥伴在創立廣告時，系統會先開放讓他們選擇Facebook版位和Instagram版位…」（見本院卷1第469、277頁）相符，亦即被告並無自行關閉IG廣告主權限之權限，關閉IG廣告版位之動

01 作，應由原告在建立廣告時透過手動勾選版位的方式關閉；
02 另參公證書記載公證人進行操作結果：「…E. 點擊『再次加
03 強推廣』，點開『版位』，Instagram、Facebook可以取消
04 勾選，Messenger無法勾選…」(見本院卷1第31、83、85
05 頁)，因被告係全部授權，則原告進入廣告版位頁面，會出
06 現預設之FB及IG版位，右邊出現「V」，點選後會出現預設
07 之FB、IG勾選畫面(見本院卷1第447、449頁)，因原告付費
08 僅對FB投放廣告，則原告應自行將IG版位之勾選部分取消，
09 原告明知其付費僅對FB投放廣告，卻未依上開操作方式自行
10 將IG之勾選取消，仍選擇FB及IG版位，致其投放於FB之廣告
11 亦同時出現在被告IG之版位，自可歸責於原告，堪可認定，
12 原告主張被告刻意開放IG廣告主權限，又未主動告知Meta系
13 統預設之自動版位係同時包含FB及IG版位，以致原告僅針FB
14 合作貼文支付廣告費購買FB廣告卻同時於FB及IG上出現廣
15 告，係受被告詐欺，被告應負民法第184條第1項規定之侵權
16 行為損害賠償責任云云，尚非可採。

17 (三)關於原告主張不完全給付之損害賠償部分：

18 被告已依兩造約定於臉書及IG張貼體驗開箱文，並於IG上置
19 發限時動態，且授權原告取得臉書廣告主權限予原告推廣貼
20 文，已完成兩造間約定之給付義務，又因系統設定被告無法
21 就FB單獨授權，並只開放于用戶在建立廣告時透過手動勾選
22 的方式開啟或關閉IG版位，且被告已明白告知其同意之推廣
23 僅開放FB版位，不包含IG，已如前述，則原告於建立廣告
24 時，應手動將IG廣告版位之勾選取消，此係原告之契約義
25 務，原告不得諉為不知，原告主張主張被告未主動告知係授
26 權FB與IG，且未主動將IG廣告版位勾選取消，係違反兩造間
27 契約之附隨義務，應負不完全給付之損害賠償責任云云，仍
28 非可採。

29 (四)關於系爭契約部分：

30 原告主張於111年8月29日以電子郵件寄發系爭契約予被告，
31 並請被告用印後使用電子檔回傳契約，正本一式兩份，則請

01 被告寄還空氣清淨機時一併提供予原告收執，被告收受系爭
02 契約電子檔後，對於系爭契約內容並無任何問題，僅詢問原
03 告能否將發文延至111年9月21日，嗣經原告同意延後發文日
04 並給予專屬優惠資訊後，被告乃於111年9月21日在FB、IG發
05 表體驗文章及張貼IG限時動態，由此堪認兩造就系爭契約之
06 內容已達成合致云云，並提出系爭契約為據(見本院卷1第40
07 3-404頁)，然參系爭契約之簽名欄位，關於被告之簽名用印
08 處係空白，顯見被告未用印並寄還予原告，系爭契約既未經
09 被告用印，自難認被告已同意系爭契約內容並得以拘束被
10 告，系爭契約既未成立，原告據系爭契約對被告而為請求，
11 自屬無據。

12 (五)關於原告主張被告權利濫用、違反誠信原則部分：

13 原告與被告洽談合作時，已明白知悉被告同意之推廣僅開放
14 FB版位，不包含IG，有兩造對話截圖可稽(見本院卷1第30
15 3、311頁)，又取消IG廣告版位，應由原告於設定廣告時以
16 手動勾選版位的方式關閉，已如前述，原告於設定廣告時未
17 取消IG廣告版位，致其貼文廣告出現在未授權之被告IG版
18 位，基於使用者付費之概念，原告即應就出現在被告IG版
19 位之廣告給付費用予被告，而被告請求原告給付IG廣告版位費
20 用單日5,000元，係根據其他品牌合作的費用而為請求(見本
21 院卷1第201-205頁)，核屬有據；又原告因與被告發生IG版
22 位之廣告費用爭議，原告未給付原約定之FB版位貼文廣告之
23 報酬15,500元，被告於另案請求原告給付報酬15,500元及損害
24 賠償45,000元，此係被告合法行使訴訟權利，難認被告行使
25 訴訟權利係故意損害原告為目的，或有何違反誠信原則之情
26 事，故原告主張被告違反告知義務，再主張原告違約，並請
27 求單日5,000元的懲罰性違約金之行為，構成權利濫用、違
28 反誠信原則，應依民法第184條第2項規定，負損害賠償責任
29 云云，亦非可採。

30 (六)從而，原告據以請求之民法第148條、第184條第1項前段及
31 第2項、第227條第2項規定、系爭契約第4條第1項約定之請

求權基礎，均非有據，已如前述，故被告不負損害賠償責任，是原告請求被告賠償廣告費用2,687元、營業損失80,000元、時間成本損害8,000元、支出律師費用104,000元、公證費用11,920元，合計206,607元，均洵屬無據，不應准許。

四、綜上所述，原告擇一依民法第148條、第184條第1項前段及第2項、第227條第2項規定、系爭契約第4條第1項約定提起本訴，請求被告給付206,607元，及自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息，為無理由，應予駁回。又原告之訴既經駁回，其所為假執行之聲請即失所附麗，爰併予駁回。

五、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。

六、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第78條。本件訴訟費用額，依後附計算書確定如主文第2項所示金額。

中 華 民 國 112 年 9 月 12 日
臺北簡易庭 法 官 葉藍鸚

訴訟費用計算書

項 目	金 額 (新臺幣)	備 註
第一審裁判費	2,210元	
合 計	2,210元	

以上正本係照原本作成。

如不服本判決，應於判決送達後20日內向本庭提出上訴狀（須按他造當事人之人數附繕本）。

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 112 年 9 月 12 日
書記官 馬正道