

臺灣臺北地方法院民事簡易判決

112年度北簡字第9777號

原告

即反訴被告 攜希創意有限公司

法定代理人 羅惟恩

訴訟代理人 顏永青律師

被告

即反訴原告 沃拓創意股份有限公司

法定代理人 張龍雨

訴訟代理人 岳造宇

邱鈴婷

上列當事人間請求給付服務費事件，經臺灣士林地方法院以112年度湖簡字第981號裁定移送前來，本院於中華民國113年2月20日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

被告應給付原告新臺幣參拾陸萬伍仟捌佰壹拾貳元，及自民國一百一十二年四月十二日起至清償日止，按週年利率百分之五計算之利息。

訴訟費用由被告負擔。

反訴原告之訴駁回。

反訴訴訟費用由反訴原告負擔。

本判決第一項得假執行。但被告以新臺幣參拾陸萬伍仟捌佰壹拾貳元為原告預供擔保，得免為假執行。

事實及理由

甲、程序部分：

一、按當事人得以合意定第一審管轄法院。但以關於由一定法律

關係而生之訴訟為限。前項合意，應以文書證之，民事訴訟法第24條定有明文。查兩造所簽訂之合作契約(下稱系爭契約)第10條第4項約定，兩造合意以本院為本契約涉訟時之第一審管轄法院，有系爭契約足憑（見臺灣士林地方法院112年度司促字第3757號卷第21頁，下稱司促卷），是本院自有管轄權。

二、次按被告於言詞辯論終結前，得在本訴繫屬之法院，對於原告及就訴訟標的必須合一確定之人提起反訴。反訴之標的，如專屬他法院管轄，或與本訴之標的及其防禦方法不相牽連者，不得提起，民事訴訟法第259條、第260條第1項定有明文。而稱反訴之標的與本訴之標的及其防禦方法有牽連關係者，乃指反訴標的之法律關係與本訴標的之法律關係兩者之間，或反訴標的之法律關係與本訴被告作為防禦方法所主張之法律關係兩者之間，有牽連關係而言。即舉凡本訴標的之法律關係或作為防禦方法所主張之法律關係，與反訴標的之法律關係同一，或當事人雙方所主張之權利，由同一法律關係發生，或本訴標的之法律關係發生之原因，與反訴標的之法律關係發生之原因，其主要部分相同，均可認兩者間有牽連關係（最高法院91年度台抗字第440號裁定要旨參照）。被告即反訴原告沃拓創意股份有限公司主張反訴被告於民國111年10月4日提供報價社群Facebook/Instagram經營新臺幣(下同)41,000元、媒體採購23,600元，但反訴被告直至112年10月27日止，從未執行媒體採購業務，請求返還溢收之媒體採購價金23,517元，核與本訴之標的及其防禦方法有牽連關係，是其提起反訴，核無不合，應予准許，合先敘明。

乙、實體部分：

壹、本訴部分：

一、原告主張：被告於111年10月4日與原告簽署合作契約(下稱系爭契約)，約定由被告委託原告代為社群經營以及媒體採購，合約期限自111年10月1日起至112年9月30日止，合約總價為812,910元，被告每月應給付原告服務費用67,743元，

又原告於簽約後即依約撰擬數則貼文提供被告審核，並於111年10月開立第1期發票予被告，然被告迄今僅支付111年10月第1期服務費用67,743元，嗣未再給付任何一筆服務費，再於112年2月中，片面以line通知原告暫時停止所有貼文製作，並表明欲解除合作契約，依系爭契約第7條第3項約定，被告應給付原告已執行之111年11月及12月、112年1月之服務費203,229元(計算式： $67743 \times 3 = 203229$)，及未執行之112年2月至同年9月服務費用30%計162,583元(計算式： $67743 \times 8 \times 30\% = 162583$)，合計365,812元(計算式： $203229 + 162583 = 365812$)，爰依系爭契約第7條第3項約定起訴請求，並聲明：被告應給付原告365,812元，及自支付命令送達翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。

二、被告則以：被告在簽約前之111年4、5月間就開始與原告溝通，簽約後被告依約付了第1期的服務費67,743元，但原告提出之文案除了出現圖文不符的嚴重缺失外，編寫也是錯誤百出，甚至連網址都錯誤，顯見原告未認真經營，期間被告極盡所能的配合，並提供大量素材給原告，但圖文不符/時程/發文策略等問題一再發生，被告有要求原告修正，但修正的結果，均不符被告之要求，被告希望可以當面與原告商談，卻也被原告以忙碌為由拒絕，直至原告提起本訴，原告也只製作完成1則貼文，被告遂於112年2月14日透過電話婉轉告知希望原告先暫停一切方向錯誤的製作，並透露再這樣下去，將無法再支付原告「總不如預期」的服務費，希望原告能夠提供具體的解決方案，詎原告掛完電話後，便單方關閉協作平台Trello，並要求被告提供書面解約說明，甚至提起本訴，令被告甚感錯愕等語，資為抗辯，並聲明：駁回原告之訴。

貳、反訴部分：

一、反訴原告主張：反訴原告於112年1月13日給付之第1期服務費67,743元，其中有預付媒體採購費用23,517元，然反訴被告並未執行任何媒體採購，應將此溢收之費用歸還反訴原

告，為此提起反訴等語，並聲明：反訴被告應給付反訴原告23,517元。

二、反訴被告則以：反訴原告給付第1個服務費67,743元(內含媒體採購費23,600元)，反訴被告針對「媒體採購費」報價，本包含代反訴原告接洽、尋找媒體進行曝光時所需支出勞力、時間成本對服務費20%，又反訴被告簽約後即著手研究臉書、Instagram等社群軟體媒體投放程序、方式，並曾傳訊反訴原告，告知如欲進行媒體投放，需先開立發票，且投放社群媒體依規定需於投放前三個工作天收受款項，方會進行投放，詎112年1月13日反訴原告員工突然告知欲將媒體投放遲延到同年2月再進行，由此可見，反訴被告未實際進行媒體投放，實乃源於反訴原告自行要求所致，實不可歸責於反訴被告，反訴原告自無權要求反訴被告退回該筆費用，至為灼然；若認反訴原告請求退回媒體採購費用有據，亦應扣除反訴被告得收取之服務費，方屬合理，且針對該筆費用剩餘金額，反訴被告亦照民法第334條規定，主張抵銷等語，資為抗辯，並聲明：(一)反訴原告之訴駁回。(二)如受不利判決，願供擔保請准宣告免為假行。

參、本院得心證之理由：

一、本訴部分：

原告主張被告應給付原告已執行之111年11月至112年1月之服務費203,229元，及未執行之112年2月至同年9月服務費用30%計162,583元，合計365,812元等語，為被告否認，並以前詞置辯，茲析論如下：

(一)依報價單所載之服務項目：「Facebook/Instagram之經營：撰寫貼文6則(附註：1、3)、貼文活動舉辦1次、素材5張(附註2、3)、專業分析結案報告1份；媒體採購：Facebook/Instagram廣告投放(附註4)。附註：1.執行期間內首三個月以單月9篇計，後續以每月6篇計。2.3支影片(4K)+2張平面設計圖。3.在執行期間內首三個月，每月會多製作3張平面設計圖+3則文案。4.含AC%、保證在專案期間內達成1,200,000

01 曝光。」、系爭契約第3條「合約服務」約定：「1.經營服
02 務：乙方(即原告)須執行甲方(即被告)旗下品牌Fizzing Co
03 ol Facebook/Instagram之經營、管理及維護。2.貼文計
04 畫：乙方須於每月30日前提供下個月份之貼文計畫說明、示
05 意圖供甲方審核，甲方須於收到計畫後2日內，回覆乙方須
06 修改之處，修改次數僅限1次。經甲方核可後，乙方即按照F
07 acebook/Instagram貼文排程撰寫文案及製作內容素材。3.
08 貼文次數：乙方每月編輯撰寫Fizzing Cool Facebook/Inst
09 agram貼文及甲方指定推廣之貼文，不含回文數，執行期間
10 首三個月以單月9篇計，後續以每月6篇計。…。」、「第4條
11 「文案與素材製作」約定：「1.經甲乙雙方確認貼文計畫
12 後，乙方始進行文案與素材之製作。每則貼文之文案與素材
13 修改次數僅限2次(A copy、B copy、Final copy)，且修改
14 範圍僅限後製可處理之部分。…。」(見本院卷第227、22
15 9、231頁)。是依上開約定，原告之貼文計畫說明需提供被
16 告審核，被告收到後2日內需回覆需修改之處，修改次數限1
17 次，經被告核可後，原告即可按照Facebook/Instagram貼文
18 排程撰寫文案及製作內容素材，每則貼文之文案與素材修改
19 次數僅限2次。而原告開設Trello平台供上傳貼文時，已設
20 立「初稿審核區」、「修改區」、「修改完」(即第一次修
21 改部分)、「暫時保留(待審核)」、「複稿審核區」(即第二
22 次修改部分)、「已排程」(即經被告審核完成，預計對外發
23 布貼文)六區(見司促卷第25-33頁)。

24 (二)經查，兩造於111年10月4日簽訂系爭契約後，原告於同年11
25 月2日提供第九版專案企劃及拍攝規劃，並經被告於同年11
26 月8日審核通過(原證1、2，見本院卷第83-121頁)，原告於
27 同年11月完成6篇貼文規劃提供被告審核(原證3，見本院卷
28 第123-126頁)，復提供拍攝時程表(原證4，見本院卷第127
29 頁)，並於同年11月28日進行拍攝，並有將照片透過line傳
30 給被告員工供表示意見(原證5，見本院卷第129-132頁)，最
31 終完成9張平面拍攝，被告僅選取其中3張(原證6，見本院卷

第133頁)，原告000年0月間陸續完成貼文製作及拍攝提供被告審核(原證7、8、10、11，見本院卷第135、137、141、143頁)，但被告僅於112年1月13日完成一篇貼文審核(原證9，見本院卷第139頁)，則原告先於111年11月22日完成6篇貼文規劃提供被告審核，經被告核通過後，於112年1月11日完成2篇貼文製作(原證7，修改中，解約前未完成，見本院卷第135頁)、完成1篇貼文製作(拍攝)(原證8，未審核，見本院卷第137頁)、112年1月13日完成1篇貼文製作(原證9，完成審核，見本院卷第139頁)、112年1月18日完成1篇貼文製作(拍攝)(原證10，未審核，見本院卷第141頁)、完成3篇貼文製作(原證11，未審核，見本院卷第143頁)、112年2月1日完成1篇貼文製作(拍攝)(原證13，未審核，見本院卷第147頁)，原告既已依約完成6篇貼文製作，然被告僅完成1篇貼文之審核，其餘貼文則均未審核，顯見被告未盡其契約之協力義務，其餘5篇貼文因未經被告審核核而無法上架，係可歸責於被告，堪可認定。

(三)又依爭契約第7條第3項約定：「因甲方(即被告)提前終止契約或可歸責於甲方之事由致本合約提前終止者，雙方於終止前已發生之權利義務不受影響，甲方須依乙方(即原告)完成之部分計算費用予乙方，並支付乙方未執行之合約月份總費用30%。」(見本院卷第233頁)，又被告於112年2月14日在電話中向原告表達解約的意思表示，原告則請被告提出書面解約說明，原告於同年月17日再向被告確認解約事宜(見司促卷第39頁)，被告既於112年2月14日向原告為解約的意思表示，則系爭契約經被告於112年2月14日終止，依上開約定，被告應給付原告111年11月至112年2月之服務費203,229元(計算式： $67743 \times 3 = 203229$)，及未執行合約之112年2月至同年9月總費用30%即162,583元(計算式： $67743 \times 8 \times 30\% = 162583$ ，元以下四捨五入)，合計365,812元(計算式： $203229 + 162583 = 365812$)，故原告請求被告給付服務費365,812元，洵屬有據。

01 (四)至被告辯稱原告所提出之文案與素材不符被告期待云云，然
02 原告完成的貼文都會放在Trello平台，且新增貼文都會通知
03 被告審核(見原證18、19、20，見本院卷第161-165頁)，被
04 告可在平台上直接表達其對文案與素材的意見及修改細節，
05 但因兩造約定有修改的次數，即被告應將其需求盡量在一次
06 或兩次的修改機會中表達完整，原告即會依被告的意見去修
07 改，俾能夠在期限內改正並上架，若如被告所稱，原告提出
08 之文案有圖文不符、圖與字、照片素材都不符之情事，此為
09 重大的錯誤，被告還能與原告繼續合作達4個半月，殊難想
10 像；況依被告提出之兩造對話所載(見本院卷第183-201
11 頁)，應屬兩造對文案之方向各有堅持，與被告所稱之文案
12 有圖文不符、圖與字、照片素材都不符等，係屬二事，復被
13 告自陳無法提供相關證據，證明原告有未修正及有圖文不
14 符、圖與字、照片素材都不符等之事實(見本院卷第174
15 頁)，故被告之辯詞，尚難採信。

16 (五)又按遲延之債務，以支付金錢為標的者，債權人得請求依法
17 定利率計算之遲延利息；應付利息之債務，其利率未經約
18 定，亦無法律可據者，週年利率為百分之五；給付無確定期
19 限者，債務人於債權人得請求給付時，經其催告而未為給
20 付，自受催告時起，負遲延責任，其經債權人起訴而送達訴
21 狀，或依督促程序送達支付命令，或為其他相類之行為者，
22 與催告有同一效力，民法第233條第1項前段、第203條、第2
23 29條第2項分別有明文規定。本件原告之請求，核屬無確定
24 期限之給付，自應經原告催告未為給付，被告始負遲延責
25 任。準此，原告請求被告給付自支付命令送達翌日即112年4
26 月12日(見司促卷第57頁)起至清償日止，按週年利率5%計
27 算之利息，核無不合，併予准許。

28 (六)從而，原告據以提起本訴，請求被告給付365,812元，及自1
29 12年4月12日至清償日止，按週年利率5%計算之利息，有理
30 由，應予准許。

31 二、反訴部分：

01 反訴原告主張於112年1月13日給付之第1期服務費67,743
02 元，其中有預付媒體採購費用23,517元，然反訴被告並未執
03 行任何媒體採購，應將此溢收之費用歸還反訴原告，則為反
04 訴被告否認，並以前詞置辯，茲析論如下：

05 (一)依系爭契約第3條第6項約定：「媒體廣告投放：乙方(即原
06 告)於合約期間，每月依照甲方填寫之社群媒體廣告投放委
07 刊單之費用，進行策略性之廣告投放，並於每月10日提供上
08 月份之結案報表。」(見本院卷第229頁)。

09 (二)反訴原告主張於112年1月13日所預付的媒體採購費用(社群
10 媒體廣告)23,517元(未稅)，並提出電子發票證明聯為據(見
11 本院卷第65頁)，依上開約定，反訴被告應每月進行社群媒
12 體廣告投放，又媒體採購，應包含前期之尋找及接洽媒體等
13 勞力、時間支出成本之費用，而從反訴被告於112年1月9日
14 通知反訴原告媒體採購要在投收廣告前先支付媒體費用才能
15 投放廣告等語(見本院卷第199頁)，堪認反訴被告所稱於簽
16 約後已連絡Facebook及Instagram並對其投放廣告程序、方
17 式等已有聯絡及研究，應屬可採；再反訴被告早於111年11
18 月22日經反訴原告審核通過6篇貼文規劃後，反訴被告陸續
19 完成文案撰擬、素材拍攝等，然反訴原告僅完成1篇貼文之
20 審核，其餘貼文則均遲未審核，反訴原告未盡其契約之協力
21 義務，其餘5篇貼文因未經被告審核核而無法上架，係可歸
22 責於被告，已如前述，再從反訴原告與反訴被告之對話中，
23 反訴原告亦知悉貼文不足而投放廣告的話，會有可能造成無
24 效廣告的情事(見本院卷第159頁)，惟迄反訴原告終止契約
25 時止，反訴原告僅審核通過1篇貼文，貼文數不足，反訴被
26 告自無可能上媒體廣告，即反訴被告未能購買媒體投放廣
27 告，亦係可歸責於反訴原告，反訴被告未執行購買媒體投放
28 廣告既無可歸責，故反訴原告請求反訴被告返還購買媒體採
29 購費用23,517元，洵屬無據。

30 (三)從而，反訴原告據以提起反訴，請求反訴被告給付23,517
31 元，為無理由，應予駁回。

01 三、綜上所述，原告請求被告給付365,812元，及自112年4月12
02 日至清償日止，按週年利率5%計算之利息，有理由，應予准
03 許；反訴原告請求反訴被告給付23,517元，為無理由，應予
04 駁回。

05 四、本件本訴部分係就民事訴訟法第427條第1項訴訟適用簡易程
06 序所為被告敗訴之判決，依同法第389條第1項第3款規定，
07 應依職權宣告假執行，並依同法第392條第2項規定，依職權
08 宣告被告如預供擔保，得免為假執行。

09 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
10 決之結果不生影響，爰不一一論列，併此敘明。

11 六、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第78條。

12 中 華 民 國 113 年 3 月 5 日
13 臺北簡易庭 法 官 葉藍鸚

14 以上正本係照原本做成。

15 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
16 他造當事人之人數附繕本）。

17 如委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

18 中 華 民 國 113 年 3 月 5 日
19 書記官 馬正道