

臺灣高等法院民事判決

110年度重上字第377號

上訴人 杏一醫療用品股份有限公司

法定代理人 陳麗如

訴訟代理人 周金城律師

陳曉雯律師

上訴人

複代理人 鄒志鴻律師

被上訴人 台灣寶赫曼企業股份有限公司

法定代理人 王文屏

訴訟代理人 陳國雄律師

複代理人 曾憲忠律師

上列當事人間請求返還不當得利事件，上訴人對於中華民國110年4月6日臺灣桃園地方法院109年度重訴字第396號第一審判決提起上訴，本院於111年7月19日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

原判決不利於上訴人部分廢棄。

上開廢棄部分，被上訴人在第一審之訴及假執行之聲請均駁回。

第一（除確定部分外）、二審訴訟費用由被上訴人負擔。

事實及理由

一、被上訴人主張：伊與上訴人於民國96年1月1日簽訂供銷合約書（下稱系爭契約），由伊將代理進口之「Hartmann」全系列商品委由上訴人擔任醫療器材方面獨家配銷通路，並由上訴人旗下各銷售門市進行販售，迄106年6月30日上訴人向伊購買上開商品臺灣區獨家總代理權，兩造終止系爭契約。兩造合作期間多次修改回饋條件，於103年8月1日簽訂最新版本之回饋合約書（下稱系爭回饋合約），除約定上訴人每月應付款項得開立120天之期票外，另約定上訴人得分別依系爭回饋合約第2條、第11條約定，向伊收取進貨總額8%計算

之物流費、2%計算之月扣（此筆費用為商品上架費），及依系爭回饋合約第3條、第4條、第5條、第8條、第9條約定，伊應配合上訴人促銷檔期、調整計價成本、資助上訴人尾牙、展店、週年慶活動等各項贊助費，並依系爭回饋合約第12條、第13條約定，在上訴人業績達成一定金額下，伊應給予相對應之年度獎勵金，及一定比例之行銷費暨特別獎勵等費用。上訴人於104年進、退貨金額分別為9,294萬3,020元、414萬1,285元（進貨淨額為8,880萬1,735元），105年進、退貨金額分別為9,316萬7,995元、679萬4,225元（進貨淨額為8,637萬3,770元），106年進、退貨金額分別為3,281萬9,301元、661萬7,628元，及調整退貨金額價差（為進貨之加項）193萬0,760元（進貨淨額為2,813萬2,433元），以進貨減去退貨後之淨額（即進貨淨額），依系爭回饋合約第13條約定計算行銷費用及特別獎勵，104年至106年，伊應給付上訴人之款項共為780萬8,957元（104年各為245萬元、133萬2,026元、105年各為245萬元、129萬5,607元、106年各為0元、28萬1,324元，下稱系爭回饋金），是上訴人應自貨款中扣除上開金額後，將剩餘貨款給付予伊，惟上訴人未依上開約定方式計費，而將104年至106年間商品全部行銷費用1,561萬8,177元（下稱系爭費用）轉嫁予伊負擔，並逕自開立請款發票後，自貨款中扣除系爭費用。伊曾多次向上訴人反應系爭費用已逾兩造約定之金額上限，不應再予計算，惟上訴人置之不理。系爭費用扣除伊應給付上訴人之系爭回饋金780萬8,957元，及伊曾同意額外給予上訴人貨款折讓金額147萬元後，上訴人仍溢扣633萬9,220元之行銷費用，致伊受有損害。爰依民法第179條規定，求為命上訴人應給付被上訴人633萬9,220元，及自108年11月3日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息；並願供擔保，請准宣告假執行。

二、上訴人則以：伊於104年至106年間自應給付予被上訴人之貨款中扣除系爭費用，其中9萬9,380元為報表及訂單處理費用（下稱編號1費用）、138萬元為教育訓練費用（下稱編號2

費用）、122萬2,546元為支付103年度行銷活動所生費用（下稱編號3費用）、646萬3,400元為支出DM廣告費、燈箱費、月曆廣告、廣告牆等（下稱編號4費用）、116萬5,750元為發送折價券（下稱編號5費用）、528萬7,101元為舉辦折價活動、推出促銷活動（例如：滿千折百元、買A送B等）、舉辦年中慶、周年慶等（下稱編號6費用）；編號1、2費用雖與行銷費用無關，惟伊於99年9月至103年12月期間，未曾間斷、逐月向被上訴人開立行政費用及教育訓練費用發票，且於每張發票之「品名規格」欄位清楚記載為「訂單處理費」或「報表處理費」、「店長會議贊助費」或「教育訓練贊助費」，被上訴人從未對發票所載品名或金額提出任何質疑，且容許伊自貨款中扣除。104年至106年期間所開立行政費用發票金額及教育訓練費發票金額，與伊歷年向被上訴人請款金額相差不遠，伊並無刻意超收或任意增加有關金額，而是依照兩造歷年合作習慣繼續履約，此部分雖未於系爭契約中明文約定，然業經兩造達成意思合致，依民法第153條第1項規定，兩造就此亦可成立契約，伊自得依約將編號1、2費用於貨款中扣除；編號3費用亦不應納入104年度中計算，且係作為行銷被上訴人產品之用途，伊並未從中獲有任何利益；編號4費用係伊依系爭回饋合約第3條至第9條支出之費用，伊確實積極推廣被上訴人產品而支出相關費用，並無不當得利可言；編號5費用係因被上訴人將自行製作完成之折價券交由伊發放，伊配合代為促銷、代行促銷期間計算消費者持折價券後售價，故屬於系爭回饋合約第7條之「促銷代行費」；編號6費用係伊依系爭回饋合約第13條所支出費用，而當採取折價活動方式時，該折價活動所折價金額係由兩造協議分擔，並非全部轉嫁由被上訴人負擔；編號4至6費用自貨款中扣除，均係本於兩造契約關係，非無法律上原因。再者，系爭回饋合約第3條至第9條，分別約定「促銷檔期」、「尾牙贊助」、「成本調降」、「特殊陳列費」、「促銷代行費」、「展店贊助費用」、「周年慶贊助

費用」等，另於第13條約定「行銷資源」，從文義上可見分屬不同促銷方式，是被上訴人稱本質上屬行銷費用應先列入第13條額度云云，毫無根據。又系爭回饋合約第13條約定計算基礎為「營業達成」，應以兩造事先約定之進貨金額計算之，進貨目標金額越高，伊應投入較高促銷費用，此為必須事先約定之「行銷費用」，年度結束後，兩造就實際獲利始計算「特別獎勵」，故被上訴人主張採進貨減去退貨後之淨額計算方式，並無理由。況兩造曾於106年6月30日簽訂股份買賣合約，約定由伊買下「Hartmann」、「Kneipp」及「Cattier」等三品牌之台灣地區獨家總代理權，此三品牌即包括於系爭回饋合約所約定由伊銷售之產品，且依前揭股份買賣合約約定，由被上訴人法定代理人另成立寶德安公司，並將營運相關人員及存貨均移轉至寶德安公司，伊則買進寶德安公司92.6%股份，被上訴人表示要給付伊132萬2,929元（其後實際僅給付15萬1,361元），倘若當時兩造間無徹底逐筆結算應收應付帳款，被上訴人怎可能同意將上述三品牌之實質經營轉由伊實質控制之寶德安公司，是被上訴人請求伊返還不當得利，自無理由等語，資為抗辯。

三、原審為被上訴人一部勝訴、一部敗訴之判決，即判令上訴人應給付被上訴人632萬9,220元，及自108年11月3日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息；並駁回被上訴人其餘請求（即編號6費用中依系爭回饋合約第9條約定之週年慶贊助費用1萬元應由被上訴人負擔）。上訴人就其前開敗訴部分聲明不服，提起上訴（被上訴人就其敗訴部分未據聲明不服，不在本院審理範圍），並上訴聲明：(一)原判決不利於上訴人部分廢棄。(二)上開廢棄部分，被上訴人在第一審之訴及假執行之聲請均駁回。被上訴人則答辯聲明：上訴駁回。

四、兩造於96年1月1日簽訂系爭契約，被上訴人將其代理進口之「Hartmann」全系列商品委由上訴人獨家配銷販售，嗣兩造於103年8月1日簽訂系爭回饋合約，上訴人在應給付予被上訴人之104年至106年貨款中扣除系爭回饋金；另被上訴人之

01 法定代理人代表被上訴人與上訴人於106年6月30日簽訂股份
02 買賣合約，由上訴人買下包括於系爭契約所約定由上訴人銷
03 售之產品之台灣地區獨家總代理權，被上訴人於107年11月3
04 0日匯款15萬1,361元予上訴人等情，為兩造於原審所不爭
05 執，並有被上訴人提出之系爭契約、系爭回饋合約、104至1
06 06年費用明細表暨發票〔見原審卷(一)第13頁至第241頁〕，
07 及上訴人提出之38萬元折讓單證明、編號1、4、5、6費用發
08 票明細、107年6月14日被上訴人員工黃雪瓊寄予上訴人員工
09 張育慈之電子郵件、106年6月30日簽訂之股份買賣合約、10
10 7年12月17日上訴人員工顏啟原寄予被上訴人員工黃雪瓊之
11 電子郵件、106年8月1日寶德安公司與被上訴人簽訂之品牌
12 獨家經銷授權書等〔見原審卷(一)第263頁至第273頁、第279
13 頁至第291頁、第351頁至第359頁〕附卷可稽。是前開事
14 實，應堪信為真實可採。

15 五、被上訴人主張依系爭回饋合約第13條約定計算行銷費用及特
16 別獎勵，104年至106年，伊應給付上訴人之系爭回饋金共78
17 0萬8,957元，上訴人應於貨款中扣除系爭回饋金780萬8,957
18 元、折讓金額147萬元，及依系爭回饋合約第9條約定之週年
19 慶贊助費用1萬元後，將剩餘貨款給付予伊，惟上訴人將104
20 年至106年間商品全部行銷費用1,560萬8,177元（扣除編號6
21 費用中依系爭回饋合約第9條約定應由被上訴人負擔之週年
22 慶贊助費用1萬元）轉嫁予伊負擔，並逕自開立請款發票
23 後，自貨款中扣除，而溢扣632萬9,220元之行銷費用，致伊
24 受有損害，爰依民法第179條規定，請求上訴人返還632萬9,
25 220元之不當得利及法定遲延利息等語；上訴人則以前開各
26 詞置辯。是本件應審究者厥為：(一)依系爭回饋合約約定，上
27 訴人可自被上訴人貨款中扣除之費用，除系爭回饋合約第13
28 條約定之行銷費用外，有無包括第2條、第4條、第6條至第9
29 條、第11條、第12條約定之費用及獎勵金？另系爭回饋合約
30 第13條所稱「營業達成」係指上訴人營業額或進貨金額或進
31 貨減去退貨後之淨額？(二)上訴人抗辯編號1報表及訂單處理

費用9萬9,380元、編號2教育訓練費用138萬元、編號3支付103年度行銷活動所生費用122萬2,546元、編號4支出DM廣告費、燈箱費、月曆廣告、廣告牆等費用646萬3,400元、編號5發送折價券費用116萬5,750元、編號6舉辦折價活動、推出促銷活動、年中慶、周年慶等費用527萬7,101元應由被上訴人負擔，並自貨款中扣除，有無理由？(三)被上訴人依民法第179條規定，請求上訴人給付632萬9,220元及法定遲延利息，有無理由？

六、得心證之理由：

(一)依系爭回饋合約約定，上訴人可自被上訴人貨款中扣除之費用，除系爭回饋合約第13條約定之行銷費用外，有無包括第2條、第4條、第6條至第9條、第11條、第12條約定之費用及獎勵金？另系爭回饋合約第13條所稱「營業達成」係指上訴人營業額或進貨金額或進貨減去退貨後之淨額？

按解釋意思表示，應探求當事人真意，不得拘泥於所用之辭句，民法第98條定有明文。又契約乃當事人間本其自主之意思，自我決定及自我約束所成立之法律行為，基於司法自治及契約自由原則，契約不僅在當事人之紛爭事實上作為當事人之行為規範，在裁判中亦成為法院之裁判規範。倘當事人契約發生疑義，法院應觀契約全文，斟酌立約當時之情形及其他一切證據資料，就文義上及理論上詳為推求，以探求當事人締約時之真意，俾作為判斷當事人間權利義務之依據。法院進行契約之解釋，除依文義解釋（以契約文義為基準）、體系解釋（綜觀契約全文）、歷史解釋（斟酌訂約時之事實及資料）、目的解釋（考量契約之目的及經濟價值）並參酌交易習慣與衡量誠信原則，加以判斷外，並應兼顧其解釋之結果不能逸出契約中最大可能之文義（最高法院103年度台上字第713號民事判決意旨同此見解）。本件被上訴人主張上訴人所支出之編號1至6之費用均為行銷費用，應先列入系爭回饋合約第13條所編列行銷資源之額度內，若有不足，再由兩造協議以系爭回饋合約其他條項認列；另系爭回

01 饋合約第13條所稱「營業達成」，係指進貨減去退貨後之淨
02 額云云；上訴人則抗辯稱系爭回饋合約第3條至第9條，分別
03 約定促銷檔期、尾牙贊助、成本調降、特殊陳列費、促銷代
04 行費、展店贊助費用、周年慶贊助費用等，另於第13條約定
05 行銷資源，分屬不同促銷方式；另系爭回饋合約第13條約定
06 計算基礎為「營業達成」，應以兩造事先約定之進貨金額計
07 算之，進貨目標金額越高，伊應投入較高促銷費用，為此兩
08 造須事先約定「行銷費用」，另「特別獎勵」則為年度結束
09 後，兩造就實際獲利計算特別獎勵，兩造就104至106年約定
10 之營業達成均至少以1億元為目標等語。經查：

11 1.觀之系爭回饋合約各條之記載，及被上訴人於起訴狀記載上
12 訴人得分別依系爭回饋合約第2條、第11條向被上訴人收取
13 進貨總額8%計算之物流費、2%計算之月扣（此筆費用為商
14 品上架費），暨依系爭回饋合約第3條、第4條、第5條、第8
15 條、第9條等被上訴人應配合上訴人促銷檔期、調整計價成
16 本、資助上訴人尾牙、展店、週年慶活動等各項贊助費，且
17 依系爭回饋合約第12條、第13條約定，在上訴人業績達成一
18 定金額下，被上訴人應給予上訴人相對應之年度獎勵金，以
19 及一定比例之行銷費暨特別獎勵等費用等語〔見原審卷(一)第
20 5頁〕，堪認依系爭回饋合約約定，上訴人可自被上訴人貨
21 款中扣除之費用，並不限於系爭回饋合約第13條約定之行銷
22 費用，尚包括第2條、第4條、第6條至第9條、第11條、第12
23 條約定之費用及獎勵金。被上訴人主張上訴人所支出編號1
24 至6之費用均為行銷費用，應先列入系爭回饋合約第13條所
25 編列行銷資源之額度內，若有不足，再由兩造協議以系爭回
26 饋合約其他條項認列云云，顯與系爭回饋合約前揭約定內容
27 不合，尚難憑採。

28 2.另觀諸系爭回饋合約第13條僅記載「營業達成」，惟所謂營
29 業達成究何所指，雖兩造雖未於該約定中載明，惟該約定註
30 記部分載明「2014年度進貨達1億，可獲得德國之旅10名
31 額」等語〔見原審卷(一)第17頁〕，並未記載進貨淨額；且證

01 人顏啟原於本院證稱：營業達成是指進貨目標，兩造每年會
02 開會，並簽訂訪談紀錄表確認每年度的進貨目標及行銷活動
03 之配合，約定上訴人若年進貨目標達1億元，被上訴人會提
04 供300萬元的行銷費用等語（見本院卷第181頁），核與上訴
05 人抗辯營業達成係指兩造就該年度之預先約定之進貨目標金
06 額，進貨目標金額越高，伊應投入較高促銷費用，為此兩造
07 須事先約定行銷費用等語相符，並有上訴人提出之105年2月
08 22日廠商訪談表上載「2016年進貨目標11500萬（高標）、1
09 0350萬（低標）」、105年12月16日廠商訪談表上載「2017
10 進貨目標，2016進貨金額x10%」等在卷可佐〔見原審卷(一)
11 第275頁、第277頁〕。是上訴人抗辯系爭回饋合約第13條所
12 載營業達成係指兩造就該年度之預先約定之進貨目標金額等
13 語，尚非無稽，應堪採信；被上訴人主張係指進貨減去退貨
14 後之淨額云云，尚乏依據。

15 (二)上訴人抗辯編號1報表及訂單處理費用9萬9,380元、編號2教
16 育訓練費用138萬元、編號3支付103年度行銷活動所生費用1
17 22萬2,546元、編號4支出DM廣告費、燈箱費、月曆廣告、廣
18 告牆等費用646萬3,400元、編號5發送折價券費用116萬5,75
19 0元、編號6舉辦折價活動、推出促銷活動、年中慶、周年慶
20 等費用527萬7,101元應由被上訴人負擔，並自貨款中扣除，
21 有無理由？

22 1.編號1報表及訂單處理費用9萬9,380元、編號2教育訓練費用
23 138萬元部分：

24 (1)上訴人抗辯伊於99年9月至103年12月期間，未曾間斷、逐
25 月向被上訴人開立行政費用及教育訓練費用發票，且於每
26 張發票之「品名規格」欄位清楚記載為「訂單處理費」或
27 「報表處理費」、「店長會議贊助費」或「教育訓練贊助
28 費」，被上訴人從無對此些發票品名或所載金額提出任何
29 質疑，且容許伊自貨款中扣除，顯見兩造就前開費用可自
30 貨款中扣除，已達成意思合致，則104年至106年期間所開
31 立行政費用發票金額及教育訓練費發票金額之編號1、2費

01 用，伊亦得依約自貨款中扣除云云，並提出被證11至15之
02 99年至103年訂單處理費及教育訓練費統一發票為憑〔見
03 原審卷(二)第8頁至第79頁〕；惟此為被上訴人所否認，並
04 主張兩造於經銷合作關係中，99年至102年間，上訴人並
05 無超支行銷費用之情形，故伊未表示任何意見，至103年
06 雖超支23萬1,403元，伊因金額不大，並未催討，僅係單
07 純沈默，並未默示同意上訴人得自貨款中扣除訂單處理費
08 及教育訓練費，而與上訴人達成意思合致等語。

09 (2)按所謂默示之意思表示，除依表意人之舉動或其他情事，
10 足以間接推知其有承諾之效果意思者外，倘單純之沉默，
11 依交易上之慣例或特定人間之特別情事，在一般社會之通
12 念，可認為有一定之意思表示者，亦非不得謂為默示之意
13 思表示（最高法院98年度台上字第633號民事判決意旨同
14 此見解）。又沈默與默示意思表示不同，沈默係單純之不
15 作為，並非間接意思表示，除法律或契約另有規定外，原
16 則上不生法律效果。默示意思表示則係以言語文字以外之
17 其他方法，間接使人推知其意思，原則上與明示之意思表
18 示有同一之效力（最高法院86年度台上字第3609號民事判
19 決意旨同此見解）。經查，證人即上訴人之商品行銷部採
20 購課長顏啟原於本院證稱：被證2不屬於系爭回饋合約約
21 定之費用，是屬於行政類費用，透由第三方平台，先由上
22 訴人每月支付之交易平台就每張採購單收取被上訴人訂單
23 處理費，以利廠商擷取採購單進貨、驗收、對帳、開立發
24 票之行政處理費。報表處理費是指被上訴人可透過此第三
25 方平台查閱其所有商品之門市庫存及銷售狀況之報表處理
26 費。以上屬於使用者付費之概念。上證6之發票費用不屬
27 於回饋合約任一項目，是推廣被上訴人產品之教育訓練費
28 用等語（見本院卷第182頁至第183頁）。然證人顏啟原雖
29 證稱報表及訂單處理費是屬於使用者付費之概念，教育訓
30 練費是為推廣被上訴人產品，然此均為上訴人單方決定支
31 出之費用，上訴人並未舉證證明兩造簽訂系爭契約，被上

01 訴人將其代理進口之「Hartmann」全系列商品委由上訴人
02 獨家配銷販售時，兩造有約定報表及訂單處理費、教育訓
03 練費由被上訴人負擔，上訴人並得自應給付予被上訴人之
04 貨款中扣除，尚難以被上訴人於99年至103年間，對上訴
05 人將報表及訂單處理費、教育訓練費擅自自應給付予被上
06 訴人之貨款中扣除，被上訴人僅沈默未表示意見之情，即
07 據以推認被上訴人有默示同意。是上訴人抗辯被上訴人默
08 示同意其得自應給付予被上訴人之貨款中扣除報表及訂單
09 處理費、教育訓練費云云，委無可採。從而，上訴人抗辯
10 編號1報表及訂單處理費用9萬9,380元、編號2教育訓練費
11 用138萬元得自被上訴人之貨款中扣除云云，尚屬無據。

12 2.編號3支付103年度行銷活動所生費用122萬2,546元部分：

13 (1)上訴人抗辯103年度行銷活動所生費用122萬2,546元，係
14 作為於行銷被上訴人產品之用途，不應納入104年度計算
15 等語，已據其提出依統一發票所製作之表格為憑〔見原審
16 卷(一)第254頁〕；另證人顏啟原於本院證稱：「第254頁表
17 格是屬於103年行銷資源，是回饋合約第13條行銷資源。
18 表格中所列活動後扣、週年慶滿兩千送四百等行銷內容，
19 係屬回饋消費者之折價活動，每月活動之後結算，統一向
20 臺灣寶赫曼公司確認與請款。」、「（問：你前稱之活動
21 後扣，是何人決定哪些商品要做折價活動？）答：雙方協
22 商確定後執行。」、「（問：你說的雙方協商，是向何人
23 協商？）答：臺灣寶赫曼公司業務主管楊玉西電話確認或
24 e-mail訪談紀錄表等形式做協商與確認。」、「（問：你
25 前稱原審卷第254頁11張發票的表格，你稱是103年的活動
26 支出，為何會開立104年的發票，該筆費用應該計算在何
27 年度的行銷費用？）答：103年的活動支出。活動結束之
28 後必須隔月或下一季度統計完成，並向臺灣寶赫曼公司確
29 認之後，於下一個月或季度執行扣款，以上雙方每月皆如
30 此執行，行之有年。」等語（見本院卷第183頁至第185
31 頁），可知103年度行銷活動所生費用是屬於系爭回饋合

約第13條所約定之行銷資源，經兩造協商確定後，由上訴人執行，被上訴人並同意於活動結束經被上訴人確認後，上訴人得於隔月或下一季自應給付予被上訴人之貨款中執行扣款。是上訴人抗辯編號3支付103年（10月至12月）行銷活動所生費用122萬2,546元，不應納入104年行銷費用計算等語，尚非無據，應可採信；被上訴人主張103年10月至12月行銷活動，上訴人從未知會及徵求伊同意，係伊於104年1月請求上訴人給付貨款時，上訴人擅自扣款云云，尚無可採。

(2)依系爭回饋合約第13條約定，上訴人進貨金額達1億元時，上訴人得向被上訴人請款300萬元之行銷費用，被上訴人並給予2.5%之特別獎勵〔見原審卷(一)第17頁〕；前開約定雖未就上訴人進貨金額達1億元以上時，上訴人得向被上訴人請款行銷費用之金額，及被上訴人給予特別獎勵之比例為約定，惟觀該項約定就營業達成金額分別約定上訴人得向被上訴人請款行銷費用之金額，及被上訴人給予特別獎勵之比例觀之，前開關於上訴人進貨金額達1億元時，上訴人得向被上訴人請款300萬元之行銷費用，被上訴人並給予2.5%之特別獎勵之約定，亦適用於營業達成金額逾1億元之情形。查，被上訴人主張上訴人103年度之進貨金額共計1億0,799萬2,656元（含稅）之情，有被上訴人提出之「杏一103年度可申請費用計算」在卷可參〔見原審卷(一)第321頁〕，則依系爭回饋合約第13條約定，上訴人於103年度可向被上訴人請款之行銷費用，及被上訴人給予特別獎勵之金額合計為569萬9,816元〔計算式： $3,000,000 + (107,992,656 \times 2.5\%) = 5,699,816$ ，小數點以下四捨五入〕，而上訴人於該年度依系爭回饋合約第13條約定，共已向被上訴人請款552萬8,443元乙節，亦有前開「杏一103年度可申請費用計算」附卷可據，則上訴人得自被上訴人104年1月之貨款中扣除之金額應為17萬1,373元（計算式： $5,699,816 - 5,528,443 = 171,373$ ）

01 3)，逾前開範圍之扣款，則為無理由。

02 3.編號4支出DM廣告費、燈箱費、月曆廣告、廣告牆等費用646
03 萬3,400元部分：

04 上訴人抗辯編號4費用係伊依系爭回饋合約第3條至第9條支
05 出之費用，伊確實積極推廣被上訴人產品而支出相關費用，
06 並無不當得利等語。查，按系爭合饋合約第3條至第5條、第
07 7條至第9條分別約定：「促銷檔期：12檔/年。」、「尾牙
08 贊助：是。」、「成本調降：依雙方協議 元/台」、「促銷
09 代行費：依雙方協議 元/品項（每檔促銷DM之製作）」、
10 「展店贊助費用：X/店」、「週年慶贊助費用：10000元/
11 年」等語〔見原審卷(一)第17頁〕。證人顏啟原於本院證稱：
12 「〔問：（提示原審卷一第17頁）請說明合約書上第5條所
13 謂『成本降低』是何意？〕答：指雙方每年進貨有成長，臺
14 灣寶赫曼公司應將商品成本調降作為回饋。」、「（問：第
15 4條『尾牙贊助』是何意？）答：指臺灣寶赫曼公司針對杏
16 一公司尾牙活動每年單方提供之贊助獎金或贈品。」、
17 「（問：有無約定贊助金額或贈品價值？）答：無約定，是
18 臺灣寶赫曼公司單方提供。」、「問：第3條『促銷檔
19 期』、第7條『促銷代行費』是何意？）答：指的是為推廣
20 臺灣寶赫曼商品，臺灣寶赫曼公司每年提供的促銷檔期及DM
21 費用贊助。」、「（問：檔期是由何人排定？DM費用由何者
22 負責支付？）答：檔期是雙方業務窗口協商排定。DM費用每
23 月確認刊登之版面數量，由臺灣寶赫曼公司支付。」、
24 「（問：DM是由何人負責找廠商印製？）答：DM是由杏一公
25 司找廠商訂製及郵寄發送。」、「（問：找廠商印製的款項
26 是由臺灣寶赫曼直接支付或是由杏一公司先支付？）答：杏
27 一公司先支付。」、「（問：第8條『展店贊助費用』是何
28 意？）答：杏一每新展一家門市，廠商單方贊助的費
29 用。」、「固定金額為每家門市一萬元。」、「（問：第9
30 條『週年慶贊助費用』是何意？）答：杏一每年會有兩次週
31 年慶活動回饋給會員，廠商所提供之活動贊助費用。」、

「第3條、第7條屬於DM廣告費，為每月結算；第4條尾牙贊助費，是每年臺灣寶赫曼公司提供；第5條成本調降，依雙方協議之始點開始執行；第9條每年結算。」、「被證3是指回饋合約第7條促銷代行費之每月DM廣告費用贊助。」等語（見本院卷第177頁至第183頁）。是以，上訴人為促銷被上訴人之商品所支出編號4之DM廣告費、燈箱費、月曆廣告、廣告牆等費用646萬3,400元既屬系爭回饋合約第7條所約定之促銷代行費，並由兩造協商排定促銷檔期，及被上訴人確認刊登DM之版面數量後，由上訴人找廠商訂製DM及郵寄發送DM，所需費用由上訴人代被上訴人先行支付，則上訴人抗辯伊為促銷被上訴人之商品所支出編號4之DM廣告費、燈箱費、月曆廣告、廣告牆等費用646萬3,400元，應自被上訴人之貨款中扣除等語，為可採信。

- 4.編號5發送折價券費用116萬5,750元、編號6舉辦折價活動、推出促銷活動、年中慶、周年慶等費用527萬7,101元部分：上訴人辯稱編號5費用係因被上訴人將自行製作完成之折價券交由伊發放，伊配合代為促銷、代行促銷期間計算消費者持折價券後售價，故屬於系爭回饋合約第7條之促銷代行費；編號6費用係伊依系爭回饋合約第13條所支出費用，而當採取折價活動方式時，該折價活動所折價金額係由兩造協議分擔云云等語。查，被證4是指回饋合約第13條行銷資源，折價券是臺灣寶赫曼公司印製提供的商品折價，於消費者交易時使用，每月活動結束後，杏一公司會結算折價總額，向臺灣寶赫曼公司申請之行銷資源。被證5是回饋合約第13條行銷資源，活動後扣是指每月與臺灣寶赫曼公司協商之商品折價活動，是屬於回饋顧客端的行銷行為，也是每個月活動結束後杏一公司會結算折價總額向臺灣寶赫曼公司申請之行銷資源等情，已據證人顏啟原於本院證述甚詳（見本院卷第183頁），是上訴人抗辯編號5發送折價券費用116萬5,750元、編號6舉辦折價活動、推出促銷活動、年中慶、周年慶等費用527萬7,101元，應自被上訴人之貨款中扣除等

語，亦堪採信。

5. 綜上，系爭費用中，上訴人得自被上訴人貨款中扣除之金額合計為1,307萬7,624元（計算式：171,373+6,463,400+1,165,750+5,277,101=13,077,624）。

(三) 被上訴人依民法第179條規定，請求上訴人給付632萬9,220元，及法定遲延利息，有無理由？

承前所述，依系爭回饋合約約定，就系爭費用部分，上訴人於104年至106年得自貨款中扣款之金額為1,307萬7,624元，加計被上訴人同意折讓之貨款金額147萬元，及系爭回饋金780萬8,957元，則上訴人得自貨款中扣款之金額合計為2,235萬6,581元（計算式：13,077,624+1,470,000+7,808,957=22,356,581），惟上訴人實際扣款金額為1,561萬8,177元，並未超逾前開所得扣款之金額，即上訴人並無自應給予被上訴人之貨款中溢扣之情事。是被上訴人依民法第179條規定，請求上訴人返還溢扣之不當得利632萬9,220元，及法定遲延利息，尚屬無據。

七、綜上所述，被上訴人依民法第179條之規定，請求上訴人給付632萬9,220元，及108年11月3日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息部分，為無理由，應予駁回。從而，原審就前開不應准許部分，為上訴人敗訴之判決，並就該部分依兩造聲請分別為准、免假執行之諭知，自有未洽；上訴意旨指摘原判決此部分不當，求予廢棄改判，為有理由，爰由本院廢棄改判如主文第2項所示。

八、本件事證已臻明確，兩造其餘之攻擊或防禦方法及所用之證據，經本院斟酌後，認為均不足以影響本判決之結果，爰不逐一論列，併此敘明。

九、據上論結，本件上訴為有理由，依民事訴訟法第450條、第78條，判決如主文。

中 華 民 國 111 年 8 月 30 日

民事第十庭

審判長法 官 何君豪

法官 張文毓

法官 高明德

正本係照原本作成。

如不服本判決，應於收受送達後20日內向本院提出上訴書狀，其未表明上訴理由者，應於提出上訴後20日內向本院補提理由書狀（均須按他造當事人之人數附繕本）上訴時應提出委任律師或具有律師資格之人之委任狀；委任有律師資格者，另應附具律師資格證書及釋明委任人與受任人有民事訴訟法第466條之1第1項但書或第2項所定關係之釋明文書影本。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 8 月 30 日

書記官 郭彥琪