

臺灣高等法院民事判決

112年度重上更一字第26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

上一人

複代理人 鄒志鴻律師

訴訟代理人 陳曉雯律師

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，經最高法院第一次發回更審，本院於113年3月26日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

上訴駁回。

原判決主文第一項命上訴人給付被上訴人部分，應減縮為給付新臺幣陸佰貳拾陸萬玖仟貳佰貳拾元。

上訴第二審（除減縮、確定部分外）及發回前第三審訴訟費用由上訴人負擔。

事實及理由

壹、程序部分：

按第二審訴之變更或追加，非經他造同意，不得為之。但減縮應受判決事項之聲明者，不在此限，此觀民事訴訟法第446條第1項、第255條第1項第3款規定自明。本件被上訴人原起訴請求上訴人給付新臺幣（下同）633萬9,220元，及自律師函催告期滿後之民國108年11月3日起算之法定遲延利息（見本院卷第324頁、原審卷(一)第337至341頁），嗣於本院審理時，變更請求上訴人給付626萬9,220元本息（見本院卷

第324、451頁），核屬減縮應受判決事項之聲明，依上規定，應予准許。

貳、實體部分：

一、被上訴人主張：伊於96年1月1日與上訴人簽訂供銷合約書（下稱系爭供銷合約），約定由伊委任上訴人獨家配銷伊所代理進口之「Hartmann」全系列商品（下稱Hartmann商品）。依兩造於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）第2至5、8、9、11至13條約定，伊應按月給付上訴人物流費8%、月扣2%，且同意給予上訴人每年12檔之促銷檔期、贊助尾牙、週年慶、年度獎勵金及行銷資源，上訴人則應以簽發支票之方式按月交付伊銷售Hartmann商品所得貨款（下稱貨款）。上訴人於104年至106年間，為伊銷售Hartmann商品所得之營業淨額，依序為8,880萬1,735元、8,637萬3,770元、2,813萬2,433元，伊依系爭回饋合約第13條之約定，僅須依上開營業淨額計付上訴人104至105年之行銷費用各245萬元（至106年度未達營業目標，不須給付）、104至106年之特別獎勵金133萬2,026元、129萬5,607元、28萬1,324元，加計伊同意另外折讓之147萬元、尾牙贊助4萬元（即附表編號4①）、週年慶贊助費3萬元（即附表編號4③及備註欄），共計934萬8,957元。詎上訴人未經伊之同意，逕以貨款扣除如附表編號1至6所示合計共1,561萬8,177元（下稱系爭未交付貨款），溢扣626萬9,220元（下稱系爭款項），不法侵害伊之權利，上訴人欠缺保有系爭款項之法律上原因，致伊受有損害，屬非給付型之不當得利，爰依民法第179條之規定，求為命上訴人如數返還系爭款項，及自起訴狀繕本送達翌日起加付法定遲延利息之判決（未繫屬本院者，以下不贅）。

二、上訴人則以：系爭回饋合約第13條約定「行銷費用」額度，係以年度進貨目標為據，被上訴人事後改以營業淨額作為計算標準，與兩造約定不合，伊已依該條約定扣除附表編號3、5、6所示之行銷費用，無超額扣除情事。除行銷費用

01 外，被上訴人尚應依兩造間之交易習慣給付如附表編號1、2
02 所示之費用，及依系爭回饋合約第6、7條約定給付如附表編
03 號4②、④所示之費用，伊先行抵扣系爭未交付貨款後而保
04 有系爭款項，要無不當得利之可言等語，資為抗辯。

05 三、原審為被上訴人部分勝訴、部分敗訴之判決，即判命：上訴
06 人應給付被上訴人632萬9,220元，及自108年11月3日起至清
07 償日止，按週年利率百分之5計算之利息，且依兩造聲請分
08 別定擔保金宣告准予或免為假執行，並駁回被上訴人其餘之
09 訴及假執行之聲請。本院前審判決將原判決不利於上訴人部
10 分廢棄，改判駁回被上訴人在第一審之訴，經最高法院將本
11 院前審判決予以廢棄發回。上訴人於本院上訴聲明：(一)、原
12 判決（除減縮、確定部分外）不利於上訴人部分廢棄。(二)、
13 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
14 回。被上訴人則答辯聲明：上訴駁回（原判決駁回被上訴人
15 其餘之訴部分，未據其聲明不服，非本院審理範圍）。

16 四、兩造不爭執之事項（見本院卷第326至327頁）：

17 (一)、兩造於96年1月1日簽訂系爭供銷合約，被上訴人將代理進口
18 之Hartmann商品，委由上訴人於醫療器材通路獨家配銷販
19 售，上訴人按月將銷售所得貨款以簽發支票方式交付予被上
20 訴人，被上訴人則須按月給付上訴人物流費及月扣（即商品
21 上架費）。

22 (二)、依兩造於103年8月1日簽訂最新版本之系爭回饋合約第4、
23 6、7、9、13條約定，被上訴人須贊助上訴人尾牙、給付特
24 殊陳列費、促銷代行費、週年慶贊助費用、行銷費用及特別
25 獎勵。

26 (三)、上訴人於104年至106年間向被上訴人申報之行銷費用總額1,
27 561萬8,177元，細目如附表編號1至6所示。

28 (四)、被上訴人同意額外折讓147萬元、尾牙贊助4萬元、週年慶贊
29 助費3萬元（即原審所認定之1萬元及被上訴人於本審同意給
30 付之2萬元）。

31 (五)、上訴人逐月提供被上訴人「廠商帳款明細」以供被上訴人核

01 對上訴人之支出項目及費用。「廠商帳款明細」中所列項目
02 包括：退費、月扣、物流費、廣告費用、獎勵金、訂單處理
03 費、活動贊助費、運費、燈箱費用、報表處理費、折價券、
04 店長會議贊助費等（見本院前審卷第211至257頁）。

05 五、被上訴人主張上訴人未經其同意，擅以附表編號1至3、4
06 ②、4④、5、6所示各筆款項扣抵系爭未交付貨款，系爭款
07 項係溢扣，惟為上訴人所否認，並以前揭情詞置辯。經查：
08 (一)、按不當得利依其類型可分為「給付型之不當得利」及「非給
09 付型不當得利」。在「非給付型之不當得利」中之「權益侵
10 害型不當得利」，因侵害歸屬於他人權益內容而受利益，致
11 他人受損害，而對受損人不具有取得利益之正當性，即可認
12 為受損與受益間之損益變動具有因果關係而無法律上原因。
13 倘受益人主張其有取得利益之法律上原因，即應由受益人就
14 此有利於己之事實負舉證責任（最高法院107年度台上字第1
15 792號判決意旨參照）。查，兩造簽訂系爭供銷合約，相約
16 由被上訴人將其代理進口之Hartmann商品委由上訴人配銷販
17 售，上訴人須按月將銷售所得之貨款交付被上訴人，上訴人
18 自行從貨款中扣抵系爭未交付貨款而保有系爭款項等情，既
19 為兩造於本院審理時所不爭（見本院卷第190、326至327
20 頁），足見上訴人非因被上訴人之給付行為而取得系爭款
21 項，依上說明，自應由上訴人就其得以扣抵系爭未交付貨款
22 並繼續保有系爭款項之法律上原因，負舉證之責。

23 (二)、附表編號1、2部分：

24 上訴人抗辯：伊為被上訴人處理報表及訂單等事務而支出附
25 表編號1所示之行政費用9萬9,380元，又因提供員工教育訓
26 練而支出附表編號2所示之教育訓練費138萬元，依兩造多年
27 來之交易習慣、被上訴人默示同意，伊自得以附表編號1、2
28 所示費用扣抵貨款，並提出上訴人於99至103年間之訂單報
29 表處理費、教育訓練費之明細及發票為證（下稱系爭明細及
30 發票，見原審卷(二)第8至79頁）。被上訴人並不否認上訴人
31 之上開費用支出為真正，惟主張：兩造間並無成立任何交易

慣例或默示合意，附表編號1、2所示之費用，早經伊編列為各該年度之行銷費用而核銷完畢，上訴人不得再於本件為重複請求。查：

1. 稽諸上訴人所提出之系爭明細及發票，僅足證上訴人曾於99至103年此段期間內，單方面陸續以所謂「報表處理費」、「訂單處理費」、「教育訓練費」、「店長會議贊助費」等名義向被上訴人開立發票請領費用，惟因被上訴人於本院審理時已陳明：伊於上訴人各期請款當時，認為尚未超逾當年度之行銷費用預定額度，故而同意先行給付等語（見本院卷第172、174頁），參以上訴人於兩造履約期間內又係以「行銷費用」之會計科目開立附表編號1、2所示之發票交予被上訴人（見原審卷(二)第20至79頁），本院難因客觀上被上訴人曾同意收受上訴人以行銷費用為名義所開立之系爭明細及發票，即當然推認兩造間必存有被上訴人須為上訴人支付處理報表訂單之行政費用或教育訓練費之慣例或合意。
2. 上訴人雖抗辯：被上訴人既曾主動於000年0月間結算106年度款項，甚至主動表明同意還要再給付伊132萬2,929元，今反指伊溢扣系爭款項，顯非常情云云，並提出兩造間於107年5月30日至7月14日此段期間之電子郵件往返及相關附件為證（見原審卷(一)第279至280頁、本院前審卷第33頁）。惟細譯被上訴人公司於107年6月14日寄送予上訴人公司員工張育慈之電子郵件，已載明：「……。正確年扣依合約計算：銷貨金額 $\times 1\% = 28,132,433 \times 1\% = 281,324$ → 請開發票（含）。所以寶赫曼應付帳款金額1,322,929元。P. S. 附件資料麻煩修改正確，有勞再提供一次」等語（見原審卷(一)第279至280頁），顯見被上訴人僅有通知上訴人應修正年扣金額，而未一併修改行銷費用或其他會計科目。上訴人以此抗辯兩造業已達成交易慣習或默示合意，自屬無據。
3. 上訴人又辯謂：伊當初是為了要讓被上訴人瞭解Hartmann商品的每月銷售狀況，才會製作相關報表、訂單，且為銷售Hartmann商品，亦有對員工實施教育訓練之必要云云。然稱委

任者，謂當事人約定，一方委託他方處理事務，他方允為處理之契約，此觀民法第528條規定即明，是如屬於受任人自己之事務，原則上不得為委任（最高法院85年度台上字第2383號判決意旨參照）。查上開明細之製作或發票之開立，原屬上訴人自身之公司營運或會計事務，參以上訴人陳明：被上訴人從未要求伊必須製作提出報表、訂單等語（見本院卷第162至163頁），縱令上訴人須向被上訴人報告處理受任事務之進行狀況，終屬上訴人為履行「自己」本於受任人地位之報告義務，而與處理「他人」事務有間，又上訴人所聘僱之員工是否瞭解Hartmann商品、有無具備足夠知識能力向消費者為推廣等節，概為上訴人自身就系爭供銷合約之履約能力問題。實則被上訴人既將Hartmann商品有償委由上訴人獨家配銷，則在商言商，其是否有意願為上訴人額外負擔營運成本以致減少自己之獲利，亦屬可疑。此由徵諸被上訴人法定代理人王文屏於本院到庭清楚陳明：兩造間沒有任何交易習慣或默示合意存在，商場上做什麼事情都應該要有白紙黑紙的合約等語（見本院卷288頁），益顯明瞭。再稽以兩造最新簽訂之系爭回饋合約內容，非但已就貨款票期、物流費、促銷檔期、週年慶贊助費用、新開店DEMO或免費樣品、月扣、年度獎勵金、行銷資源及其提撥、契約終止等大小事項詳為具體約定，甚至連尾牙贊助、成本調降、特殊陳列費、促銷代行費等雙方無法立即達成共識之事項，亦特意載明「須經兩造協議決之」之意，有系爭回饋合約書在卷可憑（見原審卷(一)第17頁），尤見雙方當初簽訂系爭回饋合約之目的，乃係著眼於盡力謀求雙方權利義務關係之最大明確化。倘兩造果因多年來附表編號1、2所示費用均係由被上訴人自行負擔一節達成交易慣例或默示意思表示合致，上訴人豈能於修訂系爭回饋合約時未置一詞，自與常情有悖。此外，上訴人復無法舉證證明兩造間就附表編號1、2所示之費用負擔如何達成交易慣例或默示意思表示合致，則其空言主張得由貨款中扣除而不須返還附表編號1、2所示費用予被上

01 訴人云云，即無可採。

02 (三)、附表編號3、5、6部分：

03 上訴人抗辯：行銷費用額度係以「年度進貨目標」作為計算
04 標準，104至105年度之進貨金額計算行銷費用應各計為275
05 萬元（見本院卷第233、250至251頁），附表編號3、5、6所
06 示之103年度行銷活動費用、折價券、活動後扣（金額依序
07 為122萬2,546元、116萬5,750元、528萬7,101元），加總後
08 既均未超出系爭回饋合約第13條約定「行銷費用」額度，自
09 無溢扣云云，為被上訴人所否認。查：

10 1.系爭回饋合約第13條所約定「營業達成」，應係指當年度之
11 進貨金額減去退貨金額所得之「營業淨額」：

12 (1)依系爭回饋合約第13條「行銷資源」約定所載，如上訴人之
13 「營業達成」金額依序可達於：7,475萬元、8,125萬元、9,
14 100萬元、1億元，年度行銷費用額度即可核為：230萬元、2
15 45萬元、275萬元、300萬元，特別獎勵額度則得核為：1.
16 0%、1.5%、2.0%、2.5%（見原審卷(一)第17頁）。循此非
17 但可見上訴人因系爭供銷合約所約定之行銷費用、特別獎
18 勵，均係有賴「營業達成」之金額決定，且以「營業達成」
19 之金額決定之各該年度行銷費用數額及特別獎勵比例均固定
20 不變。是上訴人抗辯：系爭回饋合約並無約定行銷費用之上
21 限額云云，核與上開約定文義不合，委無可取。

22 (2)稽以系爭回饋合約第12、13條之約定載明：「年度獎勵金・
23 年度目標・達成獎勵」、「行銷資源・營業達成・行銷費
24 用・特別獎勵」等文字，佐以上訴人於本院審理時，復坦言
25 系爭回饋合約第12條所稱「獎勵」係於年度終結時為結算
26 （見本院卷第189、191頁），證人顏啓原（上訴人員工）並
27 於本院前審為相同證述（見本院前審卷第186頁），則上訴
28 人既僅得於結算後（而非完全不為結算），始能依系爭回饋
29 合約第12條約定，請求被上訴人給付年度獎勵金，則依舉輕
30 以明重之法理，上訴人依同合約第13條約定請求給付與約定
31 獎勵相同性質之「特別獎勵」時，尤應以結算結果是否合乎

「營業達成」之標準。此由徵以同合約第13條「附註」特別載明：「2014年度“進貨”達1億，可獲得德國之旅10名額」等語，而非使用相同“營業達成”文字予以表明合約文義，益見系爭回饋合約第13條本文所稱之「營業達成」或同條附註所稱之「進貨」為不同概念。上訴人執其於105年12月16日所製作之廠商訪談表上載：「參、2017進貨目標：2016進貨金額×10%……」等語（見原審卷(一)第277頁）為據，辯稱系爭回饋合約第13條所稱之營業達成係指年度預計進貨目標金額云云，顯屬無稽。被上訴人主張：不論是系爭回饋合約第12條所稱之「年度目標」，或同合約第13條所稱之「營業達成」，均應以進貨減去退貨所得之營業淨額加以計算等語，應可採憑。

- (3)至上訴人固舉證人顏啓原（上訴人公司員工）於本院前審及本審之證詞，抗辯：系爭回饋合約第13條之行銷額度應以年初編列計算「年度進貨目標」之方式加以決定云云，證人顏啓原且證述：系爭回饋合約第13條所稱之營業達成是指當年度的進貨目標有達成，不須要扣除退貨的差額；就是因為上訴人均按月向被上訴人收取行銷資源，被上訴人既然已經逐月確定，就沒有再計算事後退貨的問題云云（見本院前審卷第187頁、本院卷第279頁），惟其所稱上訴人按月收取行銷資源云云，核與系爭回饋合約第13條所約定之內容不合，已屬無據，而顏啓原既未清楚敘明上訴人於計算行銷費用數額不能同時扣除退貨費用之具體事由為何，證詞籠統，又與證人陳玟瀨（同為上訴人公司員工）於兩造另案給付貨款事件中具結證述：杏一集團於計算行銷費用時係以進貨扣掉退貨之淨額來計算行銷費用等語不符（見本院前審卷第297頁），故難遽採。況依上訴人所製作且提供與被上訴人員工楊玉西簽署之105年2月22日廠商訪談表，顏啓原雖已親自註明：「2016年進貨目標11500萬（高標）、10350萬（低標）」等語，可見上訴人於105年間向被上訴人表明之進貨目標有高、低標之分，而非單一具體數字，但顏啓原仍於本

01 院審理時證稱：伊與楊玉西講好的營業達成金額都是寫在廠
02 商訪談紀錄表上，營業達成金額就是要講好一個具體的數字
03 而不是一個數距額度等語不符（見本院卷第283頁）。倘系
04 爭回饋合約第13條係專以上訴人於年初預定之進貨目標為標
05 準計算行銷費用數額，顏啓原又豈會連進貨目標於分設為
06 高、低標時，該年度之行銷費用數額究應如何為計算竟毫無
07 所悉，洵見顏啓原上開證述內容不實，難以憑採。此外，上
08 訴人復能舉證證明系爭回饋合約第13條所約定之「營業達
09 成」係專以兩造於年度進貨目標為定義及標準，其就此所
10 辯，自無可信。

11 2.就被上訴人於104至106年此段期間內，依系爭回饋合約第13
12 條所應給付上訴人行銷費用及特別獎勵之計算：

13 查上訴人於104至106年度此段期間內之進貨總額依序為9,29
14 4萬3,020元、9,316萬7,995元、3,281萬9,301元，退貨金額
15 各為414萬1,285元、679萬4,225元、468萬6,868元（退貨金
16 額6,617,628－退貨調整1,930,760＝4,686,868），營業淨
17 額分別為8,880萬1,735元、8,637萬3,770元、2,813萬2,433
18 元，獎勵金則各為133萬2,026元、129萬5,607元、28萬1,32
19 4元等情，為兩造於本院審理時所不爭執（見本院卷第250至
20 252頁），且有被上訴人所提出之104至106年此段期間之銷
21 貨日報表、銷貨退回日報表、銷貨退回證明單、退貨價差發
22 票之光碟在卷可憑（見原審卷(一)第9、19頁、證物袋），堪
23 以信實。是依上開營業淨額計算被上訴人依系爭回饋合約第
24 13條所應給付之行銷費用及特別獎勵金，即應為752萬7,633
25 元【計算式： $2,450,000 + 2,450,000 + 0 + (88,801,735 \times 1.5\%) + (86,373,770 \times 1.5\%) = 7,527,633$ 】，另經加計被
26 上訴人於起訴時已同意給付之106年度特別獎勵28萬1,324元
27 （計算式： $28,132,433 \text{元} \times 1\% = 281,324$ ），共計780萬8,95
28 7元【計算式： $7,527,633 + 281,324 = 7,808,957$ 】。

30 3.上訴人又抗辯：縱依被上訴人以營業淨額計算行銷費用及特
31 別獎勵額度，附表編號3、5、6所示之金額亦未超出104至10

01 6年度此段期間內之行銷費用及特別獎勵，可見伊並無溢扣
02 系爭款項云云。查：依上訴人所提出且為被上訴人所不爭執
03 之附表編號3、5、6所示之103年度行銷活動費用、折價券、
04 活動後扣，金額依序為122萬2,546元、116萬5,750元、528
05 萬7,101元，共計767萬5,397元（計算式：1,222,546+1,16
06 5,750+5,287,107元=7,675,397），形式上數字固未超逾
07 被上訴人前述所核算之780萬8,957元（計算式見五、(三)、
08 2.），惟被上訴人乃以系爭未交付貨款（金額為1,561萬8,1
09 77元），先行扣除上開行銷費用及特別獎勵780萬8,957元，
10 再扣除其於本件所同意另外折讓之147萬元、尾牙贊助4萬元
11 （附表編號4①）、週年慶贊助費3萬元【即附表編號4③所
12 示之2萬元《指被上訴人於本審同意給付》+附表備註欄所
13 示之1萬元《指原審業已判決被上訴人敗訴確定》】後，而
14 僅請求上訴人返還系爭款項（計算式：15,618,177-7,808,
15 957-1,470,000-40,000-30,000=6,269,220元）。依上
16 開數學列式，清楚得見本件被上訴人所訴請返還之系爭款
17 項，原本即不包含被上訴人原本所應給付之行銷費用、特別
18 獎勵、同意折讓金額、尾牙及週年慶贊助費用在內（上開費
19 用亦均經被上訴人同意給付完畢，且不在本件為請求），上
20 訴人所抗辯之附表編號3、5、6之金額，既已由被上訴人於
21 各該年度先行清償完畢，上訴人徒以前揭計算數字大小之比
22 較，辯稱其並無溢扣云云，自屬無憑。

23 4.上訴人復抗辯：系爭回饋合約第13條既將「行銷費用」及
24 「特別獎勵」同時約定伊之「行銷資源」，可見伊於當年度
25 之行銷資源須同時加計行銷費用及特別獎勵為計算，如若超
26 出二者之加計總額，亦可移列為次一年度之行銷資源云云，
27 惟未舉證以實，且坦言：兩造間並無就當年度未用罄、或者
28 超出額度之行銷費用額度如何處理為特別之具體約定（見本
29 院卷第251頁），被上訴人亦表示：當年度沒有用完的額
30 度，不論有無超支，均不能挪用等語（見同上頁），堪認兩
31 造間從未就當年度行銷資源（或行銷費用）於超支或節支時

01 後續應如何處置有所約定，上訴人辯稱其於當年度所節支之
02 行銷資源額度得以挪用云云，尚屬無據。況系爭回饋合約第
03 13條之行銷資源固同時並列「行銷費用」及「特別獎勵」二
04 項目，且以營業達成金額為標準，按上訴人所達成金額之高
05 低，決定被上訴人所應為上訴人分擔之年度成本（即行銷費
06 用），及對上訴人年度營業成果之鼓勵（即特別獎勵）。然
07 上訴人於取得「特別獎勵」後是否再用以行銷Hartmann商品
08 或有其他用途，既非被上訴人所得過問，概屬上訴人自身企
09 業決策，自不能僅因系爭回饋合約第13條將「行銷費用」及
10 「特別獎勵」同時歸納為「行銷資源」加以約定，即率將
11 「行銷費用」及「特別獎勵」混為一談，甚至進而視為上訴
12 人得向被上訴人為無限請求給付行銷費用之依據。上訴人就
13 此所辯，殊無足採。

14 (四)、附表編號4②、④部分（至附表編號4①、③部分業經被上訴
15 人於本審同意給付）：

16 上訴人再抗辯：伊得依系爭回饋合約第6條約定，請求被上
17 訴人給付陳列架及燈箱費用105萬5,000元，亦得依同合約第
18 7條之約定請求給付DM廣告費用534萬8,400元，因附表編號4
19 所示之費用概與系爭回饋合約第13條所約定之行銷費用或特
20 別獎勵無關，復未經被上訴人於本件自行扣除，伊自得以貨
21 款扣抵云云，並提出上訴人門市落地陳列架及燈箱實際照
22 片、104年至106年促銷DM檔案光碟為證（見本院前審卷第11
23 3、117至118頁）。惟查：

24 1.系爭回饋合約第6條既約明：「特殊陳列費：依雙方協
25 議……（落地陳列、收銀櫃臺……等）」，及同合約第7條
26 約定：「促銷代行費：依雙方協議……（每檔促銷DM之製
27 作）」（見原審卷(一)第17頁），足見上訴人雖非不得依系爭
28 回饋合約第6、7條之約定，請求被上訴人給付特殊陳列費或
29 促銷代行費，但其依上開約定請求被上訴人為給付之前提，
30 仍應係各該費用均係經雙方共同協議而來。先予指明。

31 2.上訴人雖辯謂：關於附表編號4②、④費用部分，因系爭回

01 饋合約第6條所約定之陳列架及燈箱費用及第7條所約定之DM
02 廣告費，均係兩造事前透過窗口用口頭聯繫，沒有留下書
03 面，上訴人的窗口就是顏啓原。關於廣告費部分，上訴人也
04 會配合系爭回饋合約第3條所約定的12個促銷檔期，以被上
05 訴人實際使用之廣告版面來計算被上訴人所應支付之DM廣告
06 費用云云（見本院卷第225、230頁）。惟為被上訴人所否
07 認，並稱：兩造從未協商過特殊陳列費或促銷代行費如何支
08 付之問題，稽以上訴人公司員工顏啓原於000年0月00日下午
09 2時06分所寄送予被上訴人員工楊玉西之電子郵件，其上已
10 載明：「Dear，4~5月DM後扣明細再請今日5點前回覆。TK
11 S」，並據楊玉西於同日下午2時24分回覆「ok」（見本院前
12 審卷第115頁），已足見上訴人係先行刊登103年4、5月份之
13 DM廣告，事後再於同年0月間要求被上訴人公司為確認。上
14 訴人辯稱兩造均會事先協議DM廣告費用如何收取云云，顯與
15 上開電子郵件內容不合，已無可信。再參以上訴人公司員工
16 顏啓原於105年2月22日所製作之廠商訪談表，又僅載：「P
17 S：公車廣告1萬/1個月（待論）」、「上開費用包括在行銷
18 費預算內」各等語（見原審卷(一)第275頁），雖可見兩造曾
19 就廣告部分有所協議，但協議結果卻係兩造共同合意要以系
20 爭回饋合約第13條所稱之「行銷費用」會計科目加以支應，
21 益見兩造從未協議該部分費用要專以系爭回饋合約第7條約
22 定之促銷代行費支付，客觀上已難遽認上訴人所抗辯之上開
23 費用係經兩造協議而來。至證人顏啓原固於前審及本審證
24 述：兩造於簽訂系爭回饋合約書時，就已經講好刊登在「杏
25 一健康消費情報誌」（下稱情報誌）之不同的廣告版面，會
26 有不同的收費金額，所以金額是特定的，倘若有所變動，也
27 會透過電話或電子郵件來做確認，在情報誌的圖面都是被上
28 訴人公司自己提供的，廣告費應該要實支實付云云（見本院
29 卷第278至281頁、本院前審卷第182至183、185頁），惟被
30 上訴人法定代理人王文屏於本院審理時則表示：當時只有講
31 好被上訴人公司在情報誌上的刊登比例，但是沒有講到版面

01 尺寸金額，也沒講到什麼固定或浮動金額的事，被上訴人雖
02 有把商品圖檔交給上訴人公司，但上訴人從沒有告知究竟要
03 支付多少錢，都是事後直接扣款，這些費用根本從來沒有協
04 議過等語（見本院卷第286頁）。證人顏啓原復向本院陳明
05 已無其他書面證據可以再為提出等語在卷（見本院卷第279
06 頁），是上訴人抗辯：兩造已就廣告版面收費金額另行達成
07 特約云云，仍乏所證。從而，上訴人既未舉證證明兩造間究
08 係如何達成口頭協議，其依系爭回饋合約第6、7條之約定，
09 請求逕從貨款中扣除編號4②所示之陳列架、燈箱或附表編
10 號4④所示之DM廣告費用，即屬無據。

11 (五)、上訴人復抗辯：王文屏於106年間進行Hartmann商品代理權
12 交易移轉過程中，固曾向伊公司之總經理蔡德忠稱遭溢扣系
13 爭款項，伊已當場否認溢扣，但經當時承辦會計師龍小平協
14 調，伊仍同意將王文屏自稱遭溢扣金額算入，且重新議價改
15 以4,167萬元作為雙方代理權交易之對價，故伊縱曾溢扣系
16 爭款項，亦已償畢云云，並以寶德安股份有限公司106年6月
17 30日股份買賣合約、PJ_PHM_00000000_會議討論議題、品牌
18 獨家經銷售全書為證（見原審卷(一)第281至292、333至336、
19 355至359頁）。惟證人蔡德忠（上訴人公司總經理）於本院
20 審理時係證述：伊當時否認有溢扣，被上訴人也提不出明細
21 來證明上訴人公司有溢扣的事證，就伊的認知，溢扣只是一
22 個假議題，所以當初在簽訂股權交易合約時並沒有留下明確
23 文字，也就是沒有把溢扣部分清償完的部分列入文字紀錄，
24 最終方還是完成股權的交易，伊認為股權交易價金已經包含
25 溢扣的假議題在內，解決的就只是王文屏內心的問題等語
26 （見本院卷第367頁），證人龍小平（負責處理股份交易買
27 賣之會計師）亦於本院證稱：伊受被上訴人公司委任，處理
28 被上訴人公司所代理之德國商品代理權移轉，伊當時建議先
29 由王文屏及上訴人公司合資成立寶德安公司，以取得德商之
30 信賴，迨寶德安公司向被上訴人公司買受代理權且經德商認
31 可後，再由上訴人向王文屏買回對寶德安公司之出資，王文

01 屏與上訴人才會於106年6月30日簽訂股份買賣合約。伊於處
02 理上開代理權移轉的過程中，王文屏確有提及關於上訴人公
03 司溢扣廣告費之爭議，但就伊之觀點，這些都是屬於代理權
04 轉讓後的期後、找補事項，王文屏與蔡德忠都是舊識，在合
05 約簽立前一年多就開始討論磋商，但相關交易價格的議價基
06 準都不是伊提供的建議等語（見本院卷第369至373頁）。堪
07 認王文屏於106年6月30日與上訴人公司簽訂股份買賣合約
08 時，並未就兩造間之系爭款項是否為溢扣、又是否以股份買
09 賣價金作為溢扣系爭款項之找補等為具體約定，本院自無從
10 僅以王文屏最終仍與上訴人公司簽訂股份買賣合約之外觀，
11 即遽認被上訴人所主張遭溢扣之系爭款項業經兩造結算且清
12 償完畢。上訴人以此為辯，仍無可採。

13 六、綜上所述，被上訴人依不當得利之法律關係，請求上訴人返
14 還遭溢扣之系爭款項，及自108年11月3日起至清償日止（見
15 原審卷(一)第337至341頁、本院卷第324頁），按週年利率5%
16 計算之遲延利息，為有理由。原審就上開應准許之部分為上
17 訴人敗訴之判決，於法並無不合。上訴意旨指摘原判決此部
18 分不當，求予廢棄改判，為無理由，應予駁回其上訴，並諭
19 知原判決所命給付減縮如主文第2項所示。

20 七、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊或防禦方法，經本院斟酌
21 後，認為均不足以影響本判決之結果，爰不予逐一論列，附
22 此敘明。

23 八、據上論結，本件上訴為無理由，依民事訴訟法第449條第1
24 項、第78條，判決如主文。

25 中 華 民 國 113 年 4 月 23 日

26 民事第二十五庭

27 審判長法 官 潘進柳

28 法 官 楊惠如

29 法 官 呂綺珍

30 正本係照原本作成。

01 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
02 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
03 （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
04 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
05 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
06 但書或第2項所定關係之釋明文書影本。

07 中 華 民 國 113 年 4 月 23 日

08 書記官 蔡宜蓁