

臺灣高等法院民事判決

113年度上易字第649號

上訴人 衛士股份有限公司

法定代理人 陳虹（原名陳耘）

訴訟代理人 王仕升律師
陳恪勤律師

被上訴人 元勳整合行銷有限公司

法定代理人 林辰勳

訴訟代理人 顏嘉德律師

上列當事人間請求給付違約金事件，上訴人對於中華民國112年1月22日臺灣臺北地方法院112年度訴字第1389號判決提起上訴，本院於114年9月24日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

原判決（除確定部分外）關於命上訴人給付超過新臺幣參拾萬元部分，及訴訟費用之裁判（除確定部分外），均廢棄。

上開廢棄部分，被上訴人在第一審之訴駁回。

其餘上訴駁回。

第一審（除確定部分外）及第二審訴訟費用由上訴人負擔百分之三十四，餘由被上訴人負擔。

事實及理由

一、被上訴人主張：上訴人為酒類採購商，伊為網路行銷公司，上訴人為擴大其品牌「WINESWEE」之網路聲量與行銷，於民國111年8月1日與伊簽訂附件一所示「WINESWEE口碑行銷專案合約」（下稱口碑行銷專案合約）及附件二所示「WINESWEE數位廣告專案合約」（下合稱系爭二契約），約定費用（含稅）依序為新臺幣（下同）135萬2400元、50萬4000元，由上訴人分6期給付，專案期間均自民國111年8月1日起

01 至112年1月31日止，且為保障雙方權益，系爭二契約第3條
02 均約定：「本合約生效後，非經雙方書面同意，任何一方不得
03 單方終止或變更合約，違約方須支付2倍總專案執行費用作
04 為罰金賠償予另一方」（下稱系爭約定）。詎上訴人僅給付
05 第一期款，未依約於111年9月25日給付第二期款，復於同年
06 11月24日發函終止系爭二契約，違反系爭約定，爰依民法第
07 250條及系爭約定，請求上訴人賠償違約金，經原審判決酌
08 減後為88萬元（其餘未繫屬於本院者，不予贅述）。

09 二、上訴人則以：伊因被上訴人無法提出符合伊需求之行銷方
10 案，信任關係已動搖，依民法第549條第1項規定，伊得隨時
11 終止系爭二契約。系爭約定排除委任人之任意終止權且約定
12 高額違約金，違反誠信、顯失公平、對伊有重大不利益，依
13 民法第247條之1第3款、第4款規定，該約定應屬無效，被上
14 訴人不得請求伊給付違約金。倘認被上訴人得請求違約金，
15 違約金數額88萬元仍屬過高，應再予酌減等語，資為抗辯。

16 三、原審判決上訴人應給付被上訴人88萬元，駁回被上訴人其餘
17 之訴。上訴人就其敗訴部分不服，提起上訴，聲明：(一)原判
18 決不利於上訴人部分廢棄；(二)上開廢棄部分，被上訴人在第
19 一審之訴駁回。被上訴人則答辯聲明：上訴駁回。

20 四、兩造不爭執於111年8月1日簽訂系爭二契約，屬委任契約之
21 性質，約定專案期間均自111年8月1日起至112年1月31日
22 止，專案費用（含稅）分別為135萬2400元、50萬4000元；
23 上訴人於111年8月25日給付第一期款21萬元、8萬4000元予
24 被上訴人後，未依約於同年9月25日給付第二期款，後續亦
25 未再給付任何款項，嗣於同年11月24日依民法第549條第1項
26 規定，發函向被上訴人為終止系爭二契約之意思表示，該函
27 於同日送達被上訴人等情（見本院卷第110、129-130頁），
28 堪認此部分事實為真實。

29 五、爭點一：系爭約定以特約排除民法第549條第1項規定之適
30 用，是否無效？上訴人依民法第549條第1項規定終止兩造委
31 任關係，是否合法？

01 按委任者，謂當事人約定，一方委託他方處理事務，他方允
02 為處理之契約；當事人之任何一方，得隨時終止委任契約，
03 民法第528條、第549條第1項分別明定。而委任契約，係以
04 當事人之信賴關係為基礎所成立之契約，故不論有無報酬，
05 因何理由，依民法第549條第1項規定，均得隨時予以終止。
06 縱使當事人間有不得終止之特約，如其信賴關係已動搖，倘
07 使委任人仍受限於特約，強令其繼續委任，實與成立委任契
08 約之基本宗旨有違，故不得以特約排除第549條第1項規定之
09 適用（最高法院110年度台上字第349號判決、59年度台上字
10 第1944號判決意旨參照）。系爭二契約約定上訴人委任被上
11 訴人為其處理酒類品牌之行銷及廣告事務，須透過論壇口
12 碑、部落客、意見領袖、新聞廣編、數位廣告，主動觸及消
13 費者，取得消費者感興趣及認同價值，進而加入會員並消
14 費，因此被上訴人為上訴人篩選之行銷管道自須符合酒類品
15 牌形象，且其受眾須符合品牌特性，始能精準吸引符合該品
16 牌之消費者。此由被上訴人於上訴人面試階段時提出之「WI
17 NESWEE網路行銷提案」所列「人選設定」皆係標榜品酒之酒
18 類愛好者（見原審卷第121-173頁），足證其明知本件委任
19 契約本旨。惟查，被上訴人為上訴人111年9月門市開幕活動
20 邀請之KOC（即「Key Opinion Consumer」之縮寫，意為
21 「關鍵意見消費者」），經上訴人法定代理人現場與之交談
22 後，上訴人在兩造LINE群組發訊息表示此KOC不懂酒、太年
23 輕，有認真挑選嗎？不想看到浪費行銷預算的事情發生等
24 語，被上訴人之承辦人員林暉烽回稱：「徵求的表單上會在
25 調整，增加詢問酒類的習慣，後續的KOC會在重新安排，調
26 整完會在請貴司確認」、「這一位他背後的粉絲年齡層蠻廣
27 的，也都是蠻有消費力的人，同時他本人的宣傳力度也很
28 夠，所以才入選」，上訴人另有多次反應KOC粉絲太少、沒
29 有飲酒習慣、與酒類品牌受眾不符、產品資訊錯誤等情形
30 （見原審卷第211-219頁、本院卷第153-163頁之LINE群組對
31 話紀錄），證人即上訴人之承辦人員謝岱廷亦證稱：上訴人

01 依約不執行把關人選，因為尊重被上訴人的專業，會等被上
02 訴人執行完畢、提供執行紀錄，給上訴人負責人看過，如果
03 有不滿意或需要檢討的地方，會在兩造負責人群組或打電話
04 告訴被上訴人想要調整的地方，上訴人負責人曾因認為人選
05 不適合，直接打電話與被上訴人負責人溝通等語（見原審卷
06 第355-357頁），足見上訴人尊重被上訴人處理行銷事務之
07 專業，未預先執行人選之把關，但上訴人於被上訴人執行
08 後，發現人選不適合，向被上訴人反應，始知被上訴人未將
09 酒類喜好列為徵求條件，僅憑粉絲年齡層、消費力及宣傳力
10 度，並未確實篩選適合酒類品牌之合作人選，上訴人因此主
11 張伊已不信任被上訴人針對酒類品牌之行銷能力等語，尚非
12 無憑，自難強令其繼續委任被上訴人。從而，上訴人依民法
13 第549條第1項規定終止系爭二契約，不受系爭約定之限制，
14 應屬合法。

15 六、爭點二：系爭約定限制上訴人之終止權並約定高額違約金，
16 是否違反誠信、顯失公平、對上訴人有重大不利益，依民法
17 第247條之1第3款、第4款規定，該違約金約定應屬無效？
18 被上訴人固不爭執系爭二契約係伊預先用於同類契約而訂定
19 之定型化契約條款，惟上訴人並非無個別磋商能力之經濟上
20 弱者，系爭二契約約款僅15條，內容簡潔並非繁複，一般人
21 審閱時應可充分了解。又系爭約定固為：「本合約生效後，
22 非經雙方書面同意，任何一方不得單方終止或變更合約，違約
23 方須支付2倍總專案執行費用作為罰金賠償予另一方」，然
24 委任契約係以當事人之信賴關係為基礎所成立之契約，不論
25 有無報酬，因何理由，依民法第549條第1項規定，均得隨時
26 予以終止，僅終止委任契約之一方當事人，除非有不可歸責
27 事由而不得不終止情形外，倘於不利於他方之時期終止者，
28 即應依同法第549條第2項規定，對他方負損害賠償責任（最
29 高法院112年度台上字第449號判決意旨參照）。上訴人既不
30 主張本件終止契約係因被上訴人有可歸責之債務不履行情事
31 （見本院卷第197-198頁），則系爭約定關於提前終止契約

01 之違約金，於民法第549條第2項規範意旨範圍內，於法尚無
02 不合。且系爭約定對兩造均有適用，非對上訴人一方顯失公
03 平、違反誠信或有重大不利益，僅違約金是否過高應予酌減
04 問題（詳後述爭點三），自難認系爭約定關於提前終止契約
05 之違約金約定依民法第247條之1第3款、第4款規定為無
06 效。

07 七、爭點三：系爭約定違約金經原審酌減為88萬元是否仍屬過
08 高，應再予酌減？

09 按約定之違約金額過高者，法院得依職權減至相當之數額，
10 為民法第252條所明定。契約當事人約定之違約金是否過
11 高，應依一般客觀之事實、社會經濟狀況、當事人實際上所
12 受損害及債務人如能如期履行債務時，債權人可享受之一切
13 利益為衡量標準。違約金屬懲罰性違約金者，並應參酌債務
14 人違約之情狀以為判斷（最高法院114年度台上字第800號判
15 決意旨參照）。兩造不爭執系爭約定關於罰金賠償部分為懲
16 罰性違約金之性質（見本院卷第111、129頁），爰審酌：（一）
17 上訴人對於被上訴人挑選合作人選是否符合品牌受眾產生懷
18 疑，於111年10月間要求調整方案，然兩造溝通後仍未能達
19 成共識，上訴人遲不給付第2期款，被上訴人於同年11月起
20 未再回覆訊息，有對話紀錄為憑（見原審卷第93-109、221-
21 223、259-269頁），可見彼此信任關係已動搖，但情節尚非
22 重大；（二）被上訴人雖主張因本件專案支出111年9月至12月之
23 員工薪資、外包薪資、勞退、勞保、健保、辦公室租金、管
24 理費、電話費、網路費、網域、信箱、記帳費及營業稅合計
25 175萬9674元云云（見本院卷第139-143頁），惟未提出任何
26 證據以實其說，又證人謝岱廷證稱：被上訴人案子很多、應
27 該不只1個專案等語（見原審卷第356頁、本院卷第334
28 頁），被上訴人不能證明係專為上訴人支出，金額近乎兩造
29 約定報酬數額，實難採信；（三）被上訴人自111年8月至10月
30 間，已執行之委任事務包含附件一項次1所示短文11篇、回
31 文28篇，項次2所示追蹤人數1000人以上之部落客貼文上傳3

01 篇、審稿中3篇、項次3所示追蹤人數1000人以上之意見領袖
02 貼文13篇，有被上訴人提出之EXCEL工作表單、鑑價意見書
03 （見本院卷第171-187、301、299、287頁）、上訴人提出之
04 工作表（見本院卷第221頁）及證人謝岱廷證述可參（見本
05 院卷第335、338-339頁），與兩造約定如附件一項次1所示
06 短文50篇、回文250則、項次2所示追蹤人數1000人以上之部
07 落客20位、項次3所示追蹤人數1000人以上之意見領袖100
08 位，所占比例與上訴人已付款比例大致相當；至於被上訴人
09 自行估價主張伊已完成事務之經濟價值為90萬8000元（見本
10 院卷第287頁），未提出依據，自非可取；(四)又被上訴人雖
11 曾在雲端上傳400餘位合作人選之名單（見本院卷第271-28
12 5），然該名單為被上訴人在各領域之合作人選，尚非經篩
13 選符合上訴人品牌需求之合適人選，有證人謝岱廷證述可憑
14 （見本院卷第338頁），難認屬被上訴人為上訴人處理之事
15 務內容；(五)被上訴人於111年10月以後之工作排程尚未全部
16 確認，須待上訴人提出具體內容始能接續安排聯繫，有所
17 提EXCEL工作表單可稽（見原審卷第183頁）；而上訴人於11
18 1年10月間要求調整專案，兩造進行溝通但未能達成共識，
19 同年11月起暫停專案執行，被上訴人為本件專案所配置之勞
20 力、資金、時間未能有效運用，致生閒置成本，參以行銷管
21 理顧問服務業之毛利率約69%，營業成本約31%，有111年
22 度營利事業各業所得額暨同業利潤標準可稽（見本院卷第12
23 3頁），則被上訴人主張伊受有3個月閒置成本之損害（見本
24 院卷第135頁），據此計算約為28萬7742元【計算式：（135
25 萬2400元+50萬4000元）×3個月/6個月×31%=28萬7742
26 元】等一切情狀，認被上訴人得請求之違約金以30萬元為適
27 當。

28 八、綜上所述，被上訴人依民法第250條規定及系爭約定，請求
29 上訴人給付30萬元，洵屬有據，應予准許，逾此範圍之請
30 求，則非有據，不應准許。原審就被上訴人請求超過30萬元
31 （即88萬元－30萬元＝58萬元）不應准許部分為上訴人敗訴

01 之判決，尚有未洽。上訴論旨指摘原判決此部分不當，求予
02 廢棄改判，為有理由。至原審就被上訴人請求30萬元應准許
03 部分為上訴人敗訴之判決，則無不合。上訴論旨指摘原判決
04 此部分不當，求予廢棄改判，為無理由。

05 九、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
06 據，經本院斟酌後，認為均不足以影響本判決之結果，爰不
07 逐一論列，附此敘明。

08 十、據上論結，本件上訴為一部有理由、一部無理由，爰判決如
09 主文。

10 中 華 民 國 114 年 10 月 8 日

11 民事第一庭

12 審判長法官 蔡和憲

13 法官 曾明玉

14 法官 林晏如

15 正本係照原本作成。

16 不得上訴。

17 中 華 民 國 114 年 10 月 8 日

18 書記官 簡維萍

19 附件一：

20

WINESWEE口碑行銷專案		專案期限：111.8.1~112.1.31				
項次	內容	詳細說明	數量	單位	單價 (新臺幣)	小計 (新臺幣)
1	口碑行銷	長篇圖文*10篇(500字up, 3-5張圖)、短篇圖文*50篇(300-500字up, 0-1張圖) 好評回文*250則(10-50字, 0張圖)、google評論*50則(10-50字, 0-1張圖) *專案可過稿2次	1	式	300,000	300,000
2	部落客	PV or followers 1,000up之素人部落客, 合作Blog*1、FB post*1, 20位 PV or followers 5,000up之知名部落客, 合作Blog*1、FB post*1, 10位 *專案可挑人選, 40位挑30位	1	式	220,000	220,000
3	意見領袖	1,000 followers up之KOC, 合作IG post*1、story*1, 100位 10,000 followers up之KOC, 合作IG post*1、story*1, 30位 50,000 followers up之KOL, 合作IG post*1、story*1, 20位 *專案可挑人選, 110位挑100位	1	式	520,000	520,000
4	新聞廣編	大媒體*10間, 贈送小媒體*12間 *媒體運發專案不得指定媒體 大媒體: TVBS新聞網、三立新聞網、中央社、聯合新聞網、經濟日報、中時電子報、中時工商、NOWNEWS、YAHOO、風傳媒、鉅亨網、Linetoday、ETToday、PChome、民視新聞網、鏡傳媒等主流媒體或平台	1	式	200,000	200,000

(續上頁)

01

		小媒體：風向球新聞網、民眾新聞網、Life新聞網、滔新聞、蕃薯藤新聞、台灣民眾電子報、報新聞網、中華新聞雲等				
5	專案管理費	企劃、媒合、專案進度控管、口碑風向監測、帳號控管、執行紀錄、通信電郵費、其它雜支	1	式	48,000	48,000
總計(NTD)					1,288,000	
含稅總計(NTD)					1,352,400	
付款條件：						
於民國111年8月25日支付第一期款項 <u>210,000</u> 元整。						
於民國111年9月25日支付第二期款項 <u>210,000</u> 元整。						
於民國111年10月25日支付第三期款項 <u>210,000</u> 元整。						
於民國111年11月25日支付第四期款項 <u>210,000</u> 元整。						
於民國111年12月25日支付第五期款項 <u>210,000</u> 元整。						
於民國112年1月25日前，或專案結束後30日內支付尾款款項 <u>302,400</u> 元整。						

02

附件二：

03

WINESWEE數位廣告專案			專案期限：111.8.1~112.1.31			
項次	內容	詳細說明	數量	單位	單價 (新臺幣)	小計 (新臺幣)
1	數位廣告	數位廣告 GDN廣告 \$ 300,000，KOL貼文廣告 \$ 100,000 廣告服務費 \$ 80,000	1	式	480,000	480,000
總計(NTD)					480,000	
含稅總計(NTD)					504,000	
付款條件：						
於民國111年8月25日支付第一期款項 <u>84,000</u> 元整。						
於民國111年9月25日支付第二期款項 <u>84,000</u> 元整。						
於民國111年10月25日支付第三期款項 <u>84,000</u> 元整。						
於民國111年11月25日支付第四期款項 <u>84,000</u> 元整。						
於民國111年12月25日支付第五期款項 <u>84,000</u> 元整。						
於民國112年1月25日前，或專案結束後30日內支付尾款款項 <u>84,000</u> 元整。						