

最高法院民事判決

112年度台上字第120號

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

被上訴人 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

上列當事人間請求返還不當得利事件，上訴人對於中華民國111年8月30日臺灣高等法院第二審判決（110年度重上字第377號），提起上訴，本院判決如下：

主 文

原判決除假執行部分外廢棄，發回臺灣高等法院。

理 由

本件上訴人主張：伊於民國96年1月1日與被上訴人簽訂供銷合約書（下稱系爭契約），將伊代理進口之「Hartmann」全系列商品委由被上訴人獨家配銷販售，被上訴人按月將銷售所得貨款簽發支票交付予伊，伊則須按月給付被上訴人物流費及月扣（商品上架費）。又依兩造於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13條約定，伊須給付被上訴人之行銷費用及特別獎勵，應按各年度進貨淨額計算，104年至106年間，伊須給付被上訴人共計新臺幣（下同）780萬8,957元（下稱系爭回饋金）。詎被上訴人竟將其於上開期間商品全部行銷費用1,561萬8,177元（下稱系爭費用）自其應付貨款扣除。系爭費用扣除上開780萬8,957元、伊同意額外給付之貨款折讓金147萬元，及第一審認定伊應給付之週年慶贊助款1萬元，被上訴人溢扣632萬9,220元等情，依民法第179條規定，求為命被上訴人給付伊632萬9,220元，及自108年11月3日起至清償日止，按年息5%計算利

息之判決（上訴人逾上開金額本息之訴，業受敗訴判決確定，不予贅敘）。

被上訴人則以：系爭費用包括報表及訂單處理費用9萬9,380元（下稱編號1費用）、教育訓練費用138萬元（下稱編號2費用）、103年度行銷活動費用122萬2,546元（下稱編號3費用），DM廣告費、燈箱費、月曆廣告、廣告牆等費用646萬3,400元（下稱編號4費用），上訴人發行折價券之折價金額116萬5,750元（下稱編號5費用），折價活動、促銷活動（例如滿千折百元、買A送B等）、年中慶、週年慶等費用528萬7,101元（下稱編號6費用）。其中編號1及2費用與行銷無關，但上訴人同意自伊應付貨款扣除；編號3費用係103年度行銷費用，伊得自貨款中扣除，且不受104年度行銷費用額度之限制；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；編號5及6費用依序屬於系爭回饋合約第7條「促銷代行費」、第13條「行銷資源」。系爭回饋合約第3條至第9條之費用與第13條之「行銷資源」不同，不應列入第13條之額度計算；第13條之「行銷費用」係以兩造事先約定之進貨目標金額作為分級標準。伊於104年至106年間自伊應付貨款扣除系爭費用，無不當得利等語，資為抗辯。

原審廢棄第一審就上開部分所為上訴人勝訴之判決，改判駁回其在第一審之訴，係以：兩造於96年1月1日、103年8月1日依序簽訂系爭契約、系爭回饋合約，由上訴人將其代理進口之「Hartmann」全系列商品委由被上訴人獨家配銷販售，被上訴人於104年至106年間自其應給付予上訴人之貨款中扣除系爭費用，系爭契約於106年6月30日終止，為兩造所不爭執。次查上訴人除須給付被上訴人按進貨總額8%計算之物流費、2%計算之月扣（商品上架費）外，尚須依系爭回饋合約第3條至第9條約定，配合被上訴人促銷檔期、調整計價成本、贊助尾牙、展店、週年慶活動，及依該合約第12條、第13條約定，於被上訴人之業績達成一定金額時，給付其相對應之年度獎勵金、行銷費用暨特別獎勵。被上訴人可自上訴人貨款扣除之費用，並不限於系爭回饋合約第13條約定之行銷資源，亦不以該條編列之額度為限。系爭回饋合約第13

條係以被上訴人「營業達成」金額作為其領取行銷費用之分級標準。所稱「營業達成」，並非指進貨減去退貨後之進貨淨額，而係指兩造就該年度預先約定之進貨目標金額。又關於系爭費用：(一)編號1及2費用並非系爭回饋合約約定之費用，且係由被上訴人單方決定支出，不得自其應付貨款扣除。(二)編號3費用係103年度依系爭回饋合約第13條認列之行銷資源，被上訴人得於隔月或下季應付貨款執行扣款，不應納入104年度行銷費用計算。惟被上訴人103年度之進貨金額共計1億799萬2,656元（含稅），依系爭回饋合約第13條約定，其於103年度可請領之行銷費用及特別獎勵共計569萬9,816元，被上訴人於該年度已請款552萬8,443元，僅餘額17萬1,373元得自上訴人104年1月份貨款扣除。(三)編號4費用：系爭回饋合約第3條至第9條分別約定上訴人應給付之各項費用，被上訴人支出編號4費用即DM廣告費、燈箱費、月曆廣告、廣告牆等費用共計646萬3,400元，係屬系爭回饋合約第7條約定之「促銷代行費」，上開費用應全數扣除。(四)編號5及6費用：編號5費用係上訴人印製提供的商品折價，編號6費用之活動後扣是指兩造每月協商之商品折價活動，被上訴人於活動結束後，會結算折價總額，向上訴人申請系爭回饋合約第13條之行銷資源等情，業據證人即被上訴人之商品行銷部採購課長顏啟原證實。編號5折價券費用116萬5,750元及編號6折價活動等費用527萬7,101元，均應扣除。以上得自上訴人貨款扣除之費用共計1,307萬7,624元（計算式：17萬1,373元+646萬3,400元+116萬5,750元+527萬7,101元=1,307萬7,624元），加計上訴人同意折讓之147萬元，及系爭回饋金780萬8,957元，被上訴人得自其應付貨款扣除之金額共計2,235萬6,581元（計算式：1,307萬7,624元+147萬元+780萬8,957元=2,235萬6,581元）；被上訴人實際扣款金額為1,561萬8,177元，並未溢扣。故上訴人依民法第179條規定，請求被上訴人給付伊632萬9,220元，及自108年11月3日起至清償日止，按年息5%計算之利息，為無理由，應予駁回等詞，為其判斷之基礎。

01 按判決書理由項下，應記載關於攻擊或防禦方法之意見，民事訴
02 訟法第226條第3項定有明文。法院為原告或被告敗訴之判決，如
03 未於判決書理由項下記載其對於攻擊或防禦方法之意見，即為同
04 法第469條第6款所謂判決不備理由。上訴人於事實審主張：系爭
05 回饋合約第13條「營業達成」之行銷費用，係以進貨扣除退貨後
06 之淨額計算，兩造在計算被上訴人106年可申請行銷費用時，亦
07 採取進貨淨額計算等語（見原審卷第273頁以下），並援引被上
08 訴人員工陳玟瀨之電子郵件及其在臺灣桃園地方法院109年度訴
09 字第2204號給付貨款事件之證詞為證據（見第一審卷(一)第351頁
10 至第353頁，原審卷第296頁、第297頁），攸關被上訴人得扣除
11 之行銷費用數額，係屬重要之攻擊方法。原審未於判決書理由項
12 下記載其取捨之意見，逕認被上訴人得扣除之行銷費用係以各年
13 度預先約定之進貨目標金額計算，進而為上訴人不利之判決，已
14 有判決理由不備之違法。次查系爭回饋合約第3條至第9條依序約
15 定：「促銷檔期：12檔/年」、「尾牙贊助：是」、「成本調
16 降：依雙方協議 元/台」、「特殊陳列費：依雙方協議 元/店、
17 月。（落地陳列、收銀櫃檯...等）」、「促銷代行費：依雙方
18 協議 元/品項（每檔促銷DM之製作）」、「展店贊助費用：X/
19 店」、「週年慶贊助費用：10000元/年」（見第一審卷(一)第17
20 頁）。證人顏啟原於事實審亦證稱：系爭回饋合約第7條約定之
21 「促銷代行費」，係指上訴人每年提供的DM費用贊助等語（見原
22 審卷第178頁）。而被上訴人於事實審表列編號4費用之發票及說
23 明，其項目除DM廣告費用、燈箱廣告外，尚有尾牙贊助款、年中
24 慶扣款，且另臚列104年1月、4月、7月、10月活動扣後贊助各25
25 萬元，105年、106年公關品費用依序20萬元、8萬元，105年12月
26 週年慶-購物袋贊助25萬元（見第一審卷(一)第269頁、第270
27 頁），似見上開各款項，非均屬前開各條約定之回饋項目。原審
28 未詳查審認，遽謂編號4費用均屬系爭回饋合約第7條之促銷代行
29 費，復未說明兩造就該費用於何時及以如何方式達成由上訴人負
30 擔之協議，逕謂該費用646萬3,400元之全部得自被上訴人應付貨
31 款扣除，亦嫌速斷。又原審係認編號5發放折價券費用116萬5,75

0元及編號6舉辦折價活動等費用527萬7,101元，為系爭回饋合約第13條約定之行銷資源，乃竟於計算被上訴人得扣款之金額，除將上訴人計算之行銷資源即系爭回饋金780萬8,957元計入外，復列入上開116萬5,750元及527萬7,101元，顯然重覆列計，並有未合。本件事實未臻明瞭，本院尚無從為法律上之判斷。上訴論旨，指摘原判決違背法令，求予廢棄，非無理由。末查上訴人係主張被上訴人溢扣依系爭契約應付之貨款，案經發回，應併注意及之。

據上論結，本件上訴為有理由。依民事訴訟法第477條第1項、第478條第2項，判決如主文。

中 華 民 國 112 年 2 月 9 日

最高法院民事第一庭

審判長法官 鄭 純 惠

法官 邱 景 芬

法官 林 玉 珮

法官 胡 宏 文

法官 李 瑜 娟

本件正本證明與原本無異

書 記 官 陳 雅 婷

中 華 民 國 112 年 2 月 13 日