

臺灣桃園地方法院民事判決

109年度重訴字第396號

原告 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

被告 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，本院於民國110年2月26日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

被告應給付原告新臺幣陸佰參拾貳萬玖仟貳佰貳拾元，及自民國一〇八年十一月三日起至清償日止，按週年利率百分之五計算之利息。

原告其餘之訴駁回。

訴訟費用由被告負擔。

本判決於原告以新臺幣貳佰壹拾萬玖仟元為被告供擔保後，得假執行。但被告如以新臺幣陸佰參拾貳萬玖仟貳佰貳拾元為原告預供擔保，得免為假執行。

原告其餘假執行之聲請駁回。

事實及理由

壹、程序方面：

按訴狀送達後，原告不得將原訴變更或追加他訴，但擴張或減縮應受判決事項之聲明者，不在此限，民事訴訟法第255條第1項第3款定有明文。本件原告起訴時訴之聲明為（一）被告應給付原告新臺幣（下同）671萬9,250元，及自起訴狀繕本送達之翌日起至清償日止，按週年利率百分之五計算之利息。（二）願供擔保，請准宣告假執行（見本院卷一第3頁），嗣於民國110年1月5日以書狀將訴之聲明（一）變更為被告應給付原告633萬9,220元，及自108年11月

01 3 日起至清償日止，按週年利率百分之五計算之利息（見本
02 院卷二第82頁），核屬減縮應受判決事項之聲明，要無不合
03 ，應予准許。

04 貳、實體方面：

05 一、原告起訴主張：原告與被告於96年1月1日共同簽定供銷合
06 約書（下稱系爭契約），由原告將代理進口之「Hartma nn
07 」（系爭契約誤載為「Hratmann」）全系列商品委由被告擔
08 任醫療器材方面獨家配銷通路，交由被告旗下各銷售門市進
09 行販售，迄106年6月30日被告向原告購買上開商品臺灣區
10 獨家總代理權，兩造終止系爭契約。兩造合作期間多次修改
11 回饋條件，於103年8月1日簽定最新版本之回饋合約書（
12 下稱系爭回饋合約），除約定被告每月應付款項得開立120
13 天之期票外，另約定被告得分別依系爭回饋合約第2條、第
14 11條向原告收取進貨總額8%計算之物流費、2%計算之月扣（
15 此筆費用為商品上架費），以及依系爭回饋合約第3條、第
16 4條、第5條、第8條、第9條等原告應配合被告促銷檔期
17 、調整計價成本、資助被告尾牙、展店、週年慶活動等各項
18 贊助費並且依系爭回饋合約第12條、第13條在被告業績達成
19 一定金額下，原告應給予被告相對應之年度獎勵金，以及一
20 定比例之行銷費暨特別獎勵等費用。被告於104年向原告進
21 貨、退貨金額分別為9,294萬3,020元、414萬1,285元（
22 相減後之淨額為8,880萬1,735元）；105年進貨、退貨金
23 額分別為9,316萬7,995元、679萬4,225元（淨額為8,63
24 7萬3,770元）；106年進貨、退貨金額分別為32,819,301
25 元、6,617,628元，及調整退貨金額價差1,930,760元（淨
26 額為2,813萬2,433元），則以進貨減去退貨後之淨額，依
27 系爭回饋合約第13條約定計算行銷費用及特別獎勵，原告應
28 給付被告之款項為7,808,957元（104年各為245萬元、1,
29 332,026元、105年各為245萬元、1,295,607元、106年
30 各為0元、281,324元，104年至106年總計原告應給付被
31 告7,808,957元），被告應自給付給原告之貨款中扣除上開

金額後，將剩餘貨款給付給原告，惟被告卻未依上開約定方式計費，而是將商品全部行銷費用轉嫁原告負擔，並逕自開立請款發票後，再將該款項自應給付原告之貨款中扣除。原告曾多次向被告反應其行銷費用已逾兩造約定之金額上限，不應再予計算，惟被告卻置之不理，於104年至106年間擅自於貨款中扣除15,618,177元之行銷費用（下稱系爭費用），已超過兩造約定之780萬8,957元，扣除原告曾同意額外給予被告貨款折讓金額147萬元後，被告仍溢扣6,339,220元之行銷費用（計算式：15,618,177元-780萬8,957元-147萬元=6,339,220元），致原告受有損害。爰依民法第179條規定，請求被告給付6,339,220元等語。並聲明如前。

二、被告則以：原告雖主張被告於104年至106年間自應給付給原告之貨款中扣除系爭費用，然其中99,380元為報表及訂單處理費用（下稱編號1費用）、1,380,000元為教育訓練費用（下稱編號2費用）、1,222,546元為支付103年度行銷活動所生費用（下稱編號3費用）、6,463,400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）、1,165,750元為發送折價券（下稱編號5費用）、5,287,101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之費用與行銷費用無關，於99年9月至103年12月期間，被告未曾間斷、逐月向原告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」，原告從無對此些發票品名或所載金額提出任何質疑，且容許被告自貨款中扣除。104年至106年，此三年內所開立行政費用發票金額及教育訓練費發票金額，實與被告歷年向原告請款金額相差不遠，被告於104年至106年間絕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

01 定，兩造就此亦可成立契約，被告自得依約將該些費用於貨
02 款中扣除；又編號3之費用亦不應納入104年度中計算，且
03 係作為於行銷原告產品之用途，被告並未從中獲有任何利益
04 ；編號4之費用係被告依系爭回饋合約第3至9條支出之費
05 用，被告確實積極推廣原告產品而支出相關費用，絕無不當
06 得利可言；編號5之費用係因原告將自行製作完成之折價券
07 交由被告發放，被告配合代為促銷、代行促銷期間計算消費
08 者持折價券後售價，故屬於系爭回饋合約第7條「促銷代行
09 費」；編號6之費用係被告依系爭回饋合約第13條所支出費
10 用，而當採取折價活動方式時，該折價活動所折價金額係由
11 兩造協議分擔，絕非如原告稱全部轉嫁由其負擔，編號4至
12 6費用自應給付給原告之貨款中扣除均本於兩造契約關係，
13 非無法律上原因。再者，系爭回饋合約第3至9條，分別約
14 定「促銷檔期」、「尾牙贊助」、「成本調降」、「特殊陳
15 列費」、「促銷代行費」、「展店贊助費用」、「周年慶贊
16 助費用」等，而另於第13條約定「行銷資源」，從文義上明
17 顯可見上述項目分屬不同促銷方式，而原告稱本質上屬行銷
18 費用應先列入第13條額度云云，毫無根據，不可採信。另系
19 爭回饋合約第13條約定計算基礎為「營業達成」，理應以兩
20 造事先約定之進貨金額計算之，進貨目標金額越高、被告應
21 投入較高促銷費用，此為必須事先約定之「行銷費用」，而
22 年度結束後，兩造就實際獲利始計算「特別獎勵」，可見原
23 告採進貨減去退貨後之淨額計算方式並無理由，倘若原告於
24 獲取營業淨利前並無同意支出「行銷費用」，於此情況下顯
25 然無法想見原告如何能期待未投入行銷費用即可獲取營業獲
26 利？況且，被告、原告法定代理人與原告曾於106年6月30
27 日簽立股份買賣合約，約定由被告買下「Hart mann」、「
28 Kneipp」及「Cattier」等三品牌之台灣地區獨家總代理權
29 ，此三品牌即是包括於系爭回饋合約所約定由被告銷售之產
30 品，而依該股份買賣合約約定由原告法定代理人另成立寶德
31 安公司，並將營運相關人員及存貨均移轉至寶德安公司，被

告並買進寶德安公司92.6%股份，原告並表示要給付被告1,322,929元（其後實際給付151,361元），倘若當時兩造間無徹底逐筆結算應收應付帳款，原告怎可能同意將上述三品牌之實質經營轉由被告實質控制之寶德安公司，原告於多年後起訴請求被告返還不當得利自無理由等語。並聲明：（一）原告之訴駁回。（二）如受不利判決，願供擔保，請准宣告免為假執行。

三、兩造於96年1月1日簽定供銷合約書，由原告將代理進口之「Hartmann」全系列商品委由被告獨家配銷販售，並於103年8月1日簽定最新版本之系爭回饋合約，又系爭費用在被告應給付給原告104至106年間之貨款中扣除；另兩造與原告法定代理人於106年6月30日簽立股份買賣合約，由被告買下包括於系爭契約所約定由被告銷售之產品之台灣地區獨家總代理權，原告於107年11月30日匯款151,361元給被告等節，為兩造所不爭執，並有原告提出之系爭契約、系爭回饋合約、104至106年費用明細表暨發票（見本院卷一第13至241頁）、被告提出之38萬元折讓單證明、編號1、4、5、6費用發票明細、107年6月14日原告員工黃雪瓊寄予被告員工張育慈之電子郵件、106年6月30日簽立之股份買賣合約、107年12月17日被告員工顏啟原寄予原告員工黃雪瓊之電子郵件、106年8月1日寶德安公司與原告簽立之品牌獨家經銷授權書等件為憑（見本院卷一第263至273、279至291、351至359頁），此部分之事實，應堪認定。

四、又原告主張被告溢扣6,339,220元之行銷費用乙節，為被告所否認，並以前揭情詞置辯。經查：

（一）依系爭回饋合約之約定，被告可自原告貨款中扣除之費用，並不限於系爭回饋合約第13條，尚包括第2、4、6至9、11、12條，且系爭回饋合約第13條所指「營業達成」為被告進貨減去退貨後之淨額，被告於104至106年得以依系爭回饋合約第13條扣款行銷費用之金額為7,808,957元：

- 01 1.按解釋意思表示，應探求當事人真意，不得拘泥於所用之
02 辭句，民法第98條定有明文。又契約乃當事人間本其自主
03 之意思，自我決定及自我約束所成立之法律行為，基於司
04 法自治及契約自由原則，契約不僅在當事人之紛爭事實上
05 作為當事人之行為規範，在裁判中亦成為法院之裁判規範
06 。倘當事人契約發生疑義，法院應觀契約全文，斟酌立約
07 當時之情形及其他一切證據資料，就文義上及理論上詳為
08 推求，以探求當事人締約時之真意，俾作為判斷當事人間
09 權利義務之依據。法院進行契約之解釋，除依文義解釋（
10 以契約文義為基準）、體系解釋（綜觀契約全文）、歷史
11 解釋（斟酌訂約時之事實及資料）、目的解釋（考量契約
12 之目的及經濟價值）並參酌交易習慣與衡量誠信原則，加
13 以判斷外，並應兼顧其解釋之結果不能逸出契約中最大可
14 能之文義，最高法院103年度台上字第713號判決意旨可
15 資參照。
- 16 2.觀之系爭回饋合約各條之記載及起訴狀提及被告得分別依
17 系爭回饋合約第2條、第11條向原告收取進貨總額8%計算
18 之物流費、2%計算之月扣（此筆費用為商品上架費），以
19 及依系爭回饋合約第3條、第4條、第5條、第8條、第
20 9條等原告應配合被告促銷檔期、調整計價成本、資助被
21 告尾牙、展店、週年慶活動等各項贊助費並且依系爭回饋
22 合約第12條、第13條在被告業績達成一定金額下，原告應
23 給予被告相對應之年度獎勵金，以及一定比例之行銷費暨
24 特別獎勵等費用等語（見本院卷一第5頁），堪認依系爭
25 回饋合約之約定，被告可自原告貨款中扣除之費用，並不
26 限於系爭回饋合約第13條，尚包括第2、4、6至9、11
27 、12條。原告主張被告所支出之編號1至6之費用均為行
28 銷費用，應先列入系爭回饋合約第13條所編列行銷資源之
29 額度內，若有不足，再由雙方協議以系爭回饋合約其他條
30 項認列云云，並未見記載於系爭回饋合約內，且系爭回饋
31 合約第9條亦已記載「週年慶贊助費用；10000元/年」

，自無原告所稱應優先適用系爭回饋合約第13條，而無適用其他條項餘地之情形。

3.又原告主張系爭回饋合約第13條所載「營業達成」，係指進貨減去退貨後之淨額，雖未於系爭回饋合約內明文記載，然尚核與該文字字面文義解釋相符，至於被告稱「營業達成」係指兩造就該年度之預先約定之進貨目標金額，進貨目標金額越高，被告應投入較高促銷費用，為此兩造須事先約定「行銷費用」，另「特別獎勵」則為年度結束後，兩造就實際獲利計算特別獎勵，兩造就104至106年約定之營業達成均至少以1億元為目標，並提出105年2月22日廠商訪談表上載「2016年進貨目標11500萬（高標）、10350萬（低標）」、105年12月16日廠商訪談表上載「2017進貨目標，2016進貨金額 $\times 10\%$ 」等件為證（見本院卷一第275、277頁），然被告所述除未經記載於系爭回饋合約外，其就「行銷費用」以兩造就該年度預先約定之進貨目標金額計算，就「特別獎勵」以年度結束後，兩造就實際獲利計算，單就系爭回饋合約第13條「營業達成」即有兩種不同之計算方式，自無可能係兩造於立約時所約定之內容，是應以原告前開所述為可採，被告於104至106年得以依系爭回饋合約第13條扣款行銷費用之金額為7,808,957元。

（二）被告就編號1至6費用扣款超過9,288,957元部分均無理由：

1.按當事人主張有利於己之事實者，就其事實有舉證之責任。民事訴訟法第277條本文定有明文。

2.就編號1、2費用，被告並未提出任何扣款依據，編號3、6費用被告稱係行銷費用，合計為6,509,647元，尚未超出依系爭回饋合約第13條被告得扣款之金額7,808,957元，編號4、5費用，被告分別主張依系爭回饋合約第3至9條、第7條扣款，然系爭回饋合約可扣款之依據為第2、4、6至9、11、12條，業經認定如前，除第2條記

載物流費8%、第9條記載週年慶贊助費10000元/年、第11條記載月扣2%（商品上架費）外，其餘第4條尾牙贊助及第8條展店贊助費用，並無明確金額、第6至7條，金額欄各記載「依雙方協議」，惟兩造均未提出曾就此部分為任何協議，第12條部分亦未見兩造有所主張，是依系爭回饋合約第9條兩造約定由原告每年贊助週年慶費用1萬元，被告可就105年12月DM週年慶廣告費、購物袋贊助，請求原告支付1萬元，另依第13條兩造約定之行銷費用金額7,808,957元，及原告同意折讓之貨款金額147萬元，被告於104至106年得自貨款中扣款之金額共計為9,288,957元（10,000元+7,808,957元+147萬元=9,288,957元），被告實際扣款金額為15,618,177元，於超過9,288,957元之扣款，均無理由。

3.被告雖稱編號1、2費用自應給付原告貨款中扣除已有多多年，其餘編號3至6費用，被告每月向原告開立發票，發票上均清楚記載品名、金額等資訊，原告對此從未表示異議，另編號3費用係為支付103年度行銷費用所產生，不應納入104年度計算云云，然原告單純沈默不表示同意，尚難認即有承認或追認之意思，不影響兩造就就此部分之扣款並未有意思之合致之認定。另編號3費用，確係經被告於104年度應給付給原告之貨款中扣除，此為被告所不爭執（見本院卷一第23、254頁），該等費用被告未提出於103年行銷費用中扣除，其於104年間向原告提出發票，自應算入104年之行銷費用額度內。是被告稱兩造間依民法第153條第1項有就編號1、2費用扣款之意思合致，可成立契約及103年度之費用不應列入本件原告請求範圍云云，均無足採。

4.被告另稱兩造已於106年6月30日簽立股份買賣合約時結算完畢，本件原告主張之債權不存在，並提出107年6月14日原告表示應支付被告1,322,929元之電子郵件、107年12月17日內容為原告應支付被告151,361元之電子郵件

各1份為證（見本院卷第279至280、281至292、351至353頁），然兩造均稱事後原告僅匯款151,361元給被告，堪認上開107年6月14日郵件記載之內容，業經變更，姑且不論上開郵件並非兩造間正式結算書面，而無從作為兩造正式結算後之金額，觀之該等郵件寄件時間均為106年6月30日簽立股份買賣合約之後，被告所稱兩造於106年6月30日已結算完畢云云，自無可採。

（三）本件被告由原告貨款中扣除超過9,288,957元之部分為6,329,220元，被告就此部分扣款，令其因此受有免於支出其本應負擔費用之利益，致原告受有貨款短少之損害，此非基於受損之原告有目的及有意識之給付，而係被告因侵害歸屬於原告貨款權益內容而受利益，欠缺正當性，應構成無法律上之原因，而成立非給付型之不當得利。故本件原告請求被告返還遭溢扣之金額6,329,220元，應屬有據。原告逾此範圍之其餘請求，則屬無據，應予駁回。

（四）又原告於108年10月29日寄發律師函催告被告於該函到達之日後3日內返還6,703,538元（於本件中減縮為6,339,220元），被告於108年10月30日收受，有該律師函及回執可稽（本院卷一第337至341頁），則被告至遲應於108年11月2日給付溢扣款予原告，然被告迄未返還，則原告請求被告就該6,329,220元部分計付自108年11月3日起至清償日止，按年息5%計算之法定遲延利息（本院卷二第83頁），自屬有據，應予准許。

五、從而，原告依民法第179條規定，請求被告給付6,329,220元部分，及自108年11月3日起至清償日止，按年息5%計算之法定遲延利息，為有理由，應予准許；逾此部分之請求，則為無理由，應予駁回。又兩造均陳明願供擔保，聲請宣告假執行或免為假執行，就原告勝訴部分，核無不合，爰分別酌定相當之金額准許之。至原告敗訴部分，其假執行之聲請失所附麗，爰併予駁回。

六、本件事證已臻明確，兩造其餘陳述及所提證據，經本院斟酌

01 後，認為均不足以影響本判決之結果，爰不予逐一論列，附
02 此敘明。至於被告聲請傳喚證人顏啟原（見本院卷一第347
03 至348頁），以證明編號1、2費用之支出內容及原告從未
04 拒絕該部分之扣款，又編號4、5、6費用之實際支出內容
05 及兩造向來係先約定年度進貨目標及規劃年度銷售規模等節
06 ，然編號1、2、4、5、6費用之支出內容兩造並無爭執
07 ，且於104年至106年間扣除於被告應給付給原告之貨款中
08 ，而兩造約定進貨目標與系爭回饋合約第13條並無必然之關
09 連，是無傳訊證人之必要，併此說明。

10 七、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第78條。

11 中 華 民 國 110 年 4 月 6 日
12 民事第一庭 法官 呂如琦

13 正本係照原本作成。

14 如對本判決上訴，須於判決送達後20日內向本院提出上訴狀。

15 如委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

16 中 華 民 國 110 年 4 月 6 日
17 書記官 王志成