

臺灣高雄地方法院民事判決

107年度訴字第363號

原告 泰樂康行銷有限公司

法定代理人 莊育程

訴訟代理人 王瀚誼律師

被告 洸鼎生物科技有限公司

法定代理人 王艾

訴訟代理人 王維毅律師

上列當事人間請求損害賠償事件，本院於民國108年3月18日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

原告之訴及假執行之聲請均駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

一、原告主張：原告欲發展在台灣之印尼籍勞工保養品市場，始於民國106年8月3日與被告簽訂「產品委託開發、設計與製造契約書」（下稱系爭契約），並於同年8月8日下訂保養品一批（下稱系爭商品），貨款為新臺幣（下同）1,722,000元。兩造約定一起推廣系爭契約之商品，被告並答應不涉及在台灣之印尼人保養品市場（下稱系爭市場），否則原告實無法與身為製造商且製造成本較低廉之被告競爭。嗣原告於同年10月31日通知被告，請被告協助原告所培養的網紅於同年11月16日在社群網站FACEBOOK（下稱臉書）上開直播，讓粉絲提問有關痘痘及美白商品之問題，被告應允並詢問粉絲會問的問題以作準備，且派訴外人即被告員工涂心俞與原告接洽相關事宜。詎涂心俞洩漏原告欲透過網紅在臉書直播宣傳之模式及兩造討論直播問答準備內容，由訴外人即同業網紅Agoeng（中文名：吳俊星，下稱吳俊星），於同年11月15日即原告預定進行宣傳系爭商品之直播前一日，在其臉書粉絲團直播訪問Dr .Hsieh即謝明浚醫師（下稱謝醫師），謝醫師並於直播中回覆粉絲有關痘痘與美白商品之問題（下稱系爭直播），以此對在台灣之印尼人宣傳與系爭商品相

同性質之被告所經營品牌「Dr .Hsieh 」即達特醫（下稱系爭品牌）商品。因被告使用人涂心俞故意違反誠信揭露廣告宣傳機密，系爭直播內容與兩造此前討論之內容如出一轍，致原告原訂宣傳系爭商品之直播計畫失敗、系爭商品銷售業績大受影響，屬於無法補正之給付不能情況，且可歸責於被告，被告自應負損害賠償責任。而被告違約情形與系爭契約第4條相似，故類推適用該條規定，被告應賠償系爭商品價款2倍之違約金，因原告已取得系爭商品，尚可請求被告賠償1,722,000元。爰依民法第224條、第227條第1項、第226條第1項規定及類推適用系爭契約第4條約定，提起本件訴訟等語，並聲明：(一)被告應給付原告1,722,000元，及自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息；(二)願供擔保，請准宣告假執行。

二、被告則以：兩造於106年8月3日簽訂之系爭契約性質乃委託開發、設計與製作契約書（即俗稱之ODM契約），由採購方委託製造方從設計到生產一手包辦，最終產品貼上採購方商標，且由採購方負責銷售的生產模式，而原告於同年8月8日下訂系爭商品，被告業於同年11月20日將系爭商品交付完畢。又被告於簽訂系爭契約前，已從事保養品之生產製作近10年，並以自身旗下著名之系爭品牌銷售保養品、經營臉書粉絲團多年，原告對此亦早已知悉，且其見被告生產之保養品質量俱佳，才來與被告洽談合作。被告既在保養品市場經營有成，本無可能放棄自身產品或任何市場，而被告早於103年7月15日已就旗下產品申請清真認證，清真或印尼市場非原告得壟斷，且兩造從未約定一起推廣系爭商品，更未約定被告不涉及系爭市場，此依系爭契約內容僅規範被告不得販售專屬採購方即原告之產品可明。只要不涉及原告專屬包裝之商品，被告自得繼續販售旗下產品。另原告係於106年11月7日要求涂心俞協助直播與回答問題，涂心俞應允後有詢問粉絲會問的問題以作準備，但涂心俞無任何違反誠信洩漏廣告宣傳機密之行為。網紅吳俊星與謝醫師進行直播之

廣告宣傳本為被告行銷商品模式之一，無任何違反系爭契約之處，且於同年11月15日進行系爭直播是因吳俊星接受民視電視節目的專訪而自己開直播訪問謝醫師，非被告要求吳俊星開直播。況透過臉書粉絲團讓網友發問以行銷商品，為市場上常見手法，非專屬原告所有。因此，原告主張為無理由等語置辯，並聲明：(一)原告之訴及假執行之聲請均駁回；(二)如受不利判決，願供擔保請准宣告免為假執行。

三、兩造不爭執事項：

- (一)原告於106年8月3日與被告簽訂系爭契約，並於同年8月8日下訂客製化之系爭商品，約定貨款為1,722,000元。
- (二)系爭商品經被告於106年11月20日全數出貨完畢，並經原告簽收。
- (三)原告要求涂心俞協助直播，原告並與涂心俞討論直播內容。
- (四)兩造約定106年11月16日為原告系爭商品進行網路直播之首日，並由涂心俞做訪問人，讓粉絲提問有關痘痘、美白商品之問題。
- (五)系爭品牌為被告名下美粧商標品牌。
- (六)106年11月15日下午3時印尼籍網紅吳俊星在粉絲團進行系爭直播，有訪問謝醫師。
- (七)被告為原告之痘痘及美白等產品代工，並採用ODM契約模式。
- (八)被告已從事保養品生產製造約10年。
- (九)涂心俞為被告之員工，協助行銷系爭品牌產品。

四、本院得心證之理由：

原告主張兩造簽訂系爭契約時，約定被告不得涉入系爭市場，且被告員工涂心俞洩漏原告之行銷資訊，由被告以系爭直播對在台灣的印尼人宣傳與系爭商品相同性質之系爭品牌商品，影響原告系爭商品之銷售，屬可歸責被告而給付不能之情形等語，為被告所否認，是本件爭點厥為：兩造簽訂系爭契約時，有無約定被告旗下商品不能涉及系爭市場？原告依民法第224條、第227條第1項、第226條第1項規定及類

01 推適用系爭契約第4條約定，請求被告賠償1,722,000元，
02 有無理由？茲分述如下：

03 (一)綜觀系爭契約內容（見本院卷一第8至11頁），未有隻字片
04 語提及被告旗下商品不得涉入系爭市場，且系爭契約第4條
05 關於競業禁止義務之條款內容為：「A、為保障甲方【即原
06 告】市場權益，乙方【即被告】不得於國內外販售甲方專屬
07 包裝之商品，違反此規定乙方應賠償甲方之損失。B、甲方
08 指定下單窗口為：杜芳儀…，乙方不得接受非甲方指定窗口
09 之訂單，若違反本條之約定，乙方應賠償甲方已支付貨款總
10 額二倍之違約金予甲方。C、其他甲方公司同仁或疑似甲方
11 公司同仁，欲委託乙方製作甲方專屬包裝商品，乙方應盡到
12 告知甲方之責任，以維護甲方權益」等詞，亦僅規範被告不
13 得販售原告專屬包裝之商品，且僅能接受原告指定之聯絡人
14 所下訂單，未有關於被告不得販售旗下商品至系爭市場之約
15 定。又依原告所提LINE對話紀錄（見本院卷一第14至19頁）
16 ，可見原告員工透過訴外人許燕菁與被告溝通兩造契約內容
17 如何訂立時，兩造非一開始即對系爭契約內容形成共識，尚
18 經過兩造修正、調整契約內容之過程，且原告方面僅反應瑕
19 疵擔保責任、對股東與受僱人行為規範條款縱未訂入契約，
20 亦有法律規定可資依循，未見任何關於被告應保證不涉入系
21 爭市場之要求；則審之原告就系爭契約內容未明確約定而仍
22 在意之事項（如瑕疵擔保責任等）會特別反應，若原告所述
23 為真，被告本身商品銷售不得涉入系爭市場應屬系爭契約之
24 必要之點，原告員工理應於簽約協商過程中向對方反應、提
25 醒此點，或原告應堅持將之訂入系爭契約競業禁止條款中，
26 然原告卻未如此為之，其主張是否屬實，已有疑慮。

27 (二)又證人即被告公司副總經理廖滄田於本院審理時證稱：伊有
28 代表被告與原告洽談及簽訂系爭契約，一開始兩造對於契約
29 如何訂定意見分歧很大，因為原告是提供外面的制式契約，
30 被告再根據現實狀況進行修改，原告原來提出的制式契約第
31 9條關於競業禁止部分有提到被告不能從事相關產品的銷售

，但被告沒有同意此部分，因被告本來就有生產、製造、銷售美容產品，不可能完全不銷售相關產品，所以就將契約條款修正，把範圍限制在幫原告設計及生產之產品，當初修正的契約條款就是系爭契約第4條A；被告是承諾協助原告拓展其專屬品牌在印尼市場的銷售，不論是在台灣的印尼人或是在印尼的印尼人，只要是被告設計給原告的專屬品牌都會協助，當初的對話都是侷限在被告幫原告設計的專屬產品，不包含被告本身的產品，系爭品牌不可能不涉及印尼市場，因為系爭品牌已經經營10幾年了，不論國內外市場都已經有點名氣，被告不可能放棄系爭品牌的銷售，且系爭品牌的清真認證申請了2次，第1次是在103年申請，第2次是105年申請、106年8月拿到清真認證，會做清真認證就是要將系爭品牌的銷售市場拓展到東南亞市場，包含馬來西亞、印尼等語（見本院卷二第81頁及其背面、第82頁背面）。核與被告所提原告一開始所擬訂契約草稿第9條第1項條款內容為：乙方或其股東、合夥人、出資人於本契約有效存續期間，不得於國內、外同時為經營、投資與甲方相同或類似之行業，或為其股東、合夥人、顧問，或為其他任何有競業禁止之虞之行為等詞（見本院卷二第62頁），以及系爭契約確實無任何關於被告商品之銷售不得涉入系爭市場約定條款，且被告於103年、105年5月16日兩度就系爭品牌保養品申請清真認證（此有社團法人台灣清真產業品質保證推廣協會清真證書及107年8月17日回函、台北清真寺認證書各1份存卷可考【見本院卷一第119至121、169、176頁】）等情相符。本院衡以被告從事保養品生產製造已約10年，其所經營系爭品牌於市場上亦有一定知名度，被告並於兩造簽訂系爭契約前就針對系爭品牌產品申請清真認證而有銷售系爭品牌商品至東南亞市場之計畫，被告確實無同意完全放棄已經營有成之系爭品牌商品對系爭市場進行銷售，以換取原告訂單之動機，是證人廖滄田證稱兩造簽立系爭契約時，被告未同意旗下商品不涉入系爭市場，僅係被告不得銷售其為原告

設計之專屬商品等詞，堪信為真實。至證人即原告員工杜芳儀、方正萍、許馨惠固均於本院審理時證稱：被告有答應原告，被告之商品不會涉入系爭市場云云（見本院卷一第181頁及其背面、第183頁及其背面、第184頁背面）；證人杜芳儀更進一步證述：原告法定代理人跟被告副總廖滄田說商品設計出來是為了系爭市場，伊有把在系爭市場被告不能涉入的條文定進去契約裡面，但被告說他們是專門做代工，格調沒有那麼低，口頭就可以了，不需要寫在契約裡面，所以最後系爭契約沒有此約定云云（見本院卷一第179頁背面）。然渠等證詞實與系爭契約、原告所擬契約草稿（見本院卷二第60至63頁背面）均未明確為此約定之客觀狀態相左，實難採信。

(三)再者，證人吳俊星於本院審理中證稱：當時民視有作新南向政策，伊與民視配合作推廣節目，節目主要是介紹在台灣的外國人如何在台灣生活，伊想說要以推廣台灣品牌的方式來做節目，因剛好有節目邀約，伊也有配合的廠商才進行系爭直播，系爭直播當天早上伊先去斗六訪問另外一個廠商，下午才到高雄訪問系爭品牌，會在106年11月15日進行直播，是因為106年11月間剛好106年11月15日那天比較方便，這是伊與兩家廠商、民視的時間一起配合之後決定的日期；系爭直播行銷的商品是系爭品牌的，與系爭商品之包裝及品項不同，伊本身就是採直播方式跟廠商配合行銷，沒有人教伊如何訪談，也不是被告叫伊做直播等語明確（見本院卷二第78頁背面至第79頁）。足認系爭直播非被告主動委託證人吳俊星進行，且系爭直播所銷售商品包裝等亦與系爭商品不同。因此，系爭直播既非被告主動委託證人吳俊星進行，原告亦未舉證證明被告員工涂心俞洩漏原告行銷資訊後，證人吳俊星始剽竊原告行銷創意與謝醫師進行系爭直播，實難認被告有何違約或違反誠信原則之處。況在資訊不對稱情況下，對消費者而言，系爭商品與系爭品牌商品因商標、品牌不同，縱使所主打之保養目的雷同，商品所含原料及效果亦可能

01 不完全相同，若原告經營系爭商品之品牌形象有成，不論價
02 格是否較系爭品牌高，亦可能吸引消費者購買，故系爭直播
03 對系爭市場推廣系爭品牌商品，不當然影響原告系爭商品銷
04 售成果，附此敘明。

05 (四)從而，原告未能舉證證明兩造簽訂系爭契約時，被告有同意
06 其旗下商品不會涉入系爭市場，且系爭直播係因涂心俞洩漏
07 原告行銷資訊始進行等事實，則被告所經營系爭品牌商品透
08 過系爭直播對系爭市場進行行銷，難認有何違反系爭契約或
09 可歸責被告致給付不能之處，原告本件主張並無依據。

10 五、綜上所述，原告依民法第224條、第227條第1項、第226
11 條第1項規定及類推適用系爭契約第4條約定，請求被告給
12 付1,722,000元及遲延利息，為無理由，應予駁回。另原告
13 之訴既經駁回，其假執行之聲請亦失所附麗，併予駁回。

14 六、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及所提證據，核
15 與判決結果無影響，爰不逐一論列，併此敘明。

16 七、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第78條。

17 中 華 民 國 108 年 4 月 17 日
18 民事第二庭 法官 林明慧

19 以上正本係照原本作成。

20 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。如
21 委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

22 中 華 民 國 108 年 4 月 17 日
23 書記官 林雅婷