



## 客戶資訊與營業秘密之芻議

徐盛國\*

### 前言

行政院於提案制定營業秘密法時，開宗明義即表示：按營業秘密為智慧財產權之一環，本條第一項明定本法之立法目的有三：（一）保障營業秘密，以達提升投資與研發意願之效果，並能提供環境，鼓勵在特定交易關係中的資訊得以有效流通。（二）維護產業倫理與競爭秩序，使員工與雇主間、事業體彼此間之倫理與競爭秩序有所規範依循。（三）調和社會公共利益，按各國法院多於個案中將此列為考量因素，故本法仍於立法目的中宣示，俾法院於個案中能斟酌社會公共利益而為較妥適之判斷<sup>1</sup>。可謂已將法律於立法保障營業秘密時，所面臨種種價值判斷之衝突及法院所應考量之權利及利益狀態予以揭示。即便如此，對於在具體個案中何種資訊屬於營業秘密？其條件為何？則仍有諸多判斷標準尚待釐清。其中客戶資訊相較於其他營業秘密(know-how)，因其最易為員工或他事業所接觸或探知，而員工之跳槽或事業體間之挖角動作與相互競爭也常涉及離職員工將原任職事業之客戶資訊應用於新工作之業務上，可謂為最富爭議之問題之一。究竟離職員工於受雇期間所接觸之客戶資訊，或事業體對他事業體所建立之客戶資訊，可否任意使用或將之公開？事涉產業倫理、競爭秩序、事業體之投資研發意願與資訊自由流通等諸多利益之調和，實有進一步探討之必要。

### 一、何謂營業秘密？

按「本法所稱營業秘密，係指方法、技術、製程、配方、程式、設

\* 台大法學士、台大法學碩士，現為台中市道宣聯合律師事務所之執業律師。

<sup>1</sup> 請參見立法院公報第八十四卷第六十五期院會記錄中，行政院所提立法說明。



計或其他可用於生產、銷售或經營之資訊，而符合左列要件者：一、非一般涉及該類資訊之人所知者。二、因其秘密性而具有實際或潛在之經濟價值者。三、所有人已採取合理之保密措施者。」為營業秘密法第二條所明定。其立法理由並詳舉其參酌之立法例如下<sup>2</sup>：

(一) 美國統一營業秘密法第一條第一項第四款：

營業秘密意指資訊，包括配方、模型、編纂、程式、設計、方法、技術或過程而

1. 其獨立之實際或潛在經濟價值來自於非他人所公知，且他人無法以正當方法輕易確知，而其洩漏或使用可使他人獲得經濟上價值者。
2. 已盡合理之努力維持其秘密性者。

(二) 加拿大統一營業秘密法第一條第二項：

營業秘密意指資訊，包括但不限於包含或具體表現一配方、模型、編纂、電腦程式、方法、技術、過程、產品設計或結構之資訊：

1. 被或可能被使用於交易或商業者。
2. 於該交易或商業中非一般公知者。
3. 因非為公知者而具經濟價值者。
4. 已盡合理之努力維持其秘密性者。

(三) 日本不正競爭防止法第一條第三項：

持有視為機密而予以管理之生產方法、販賣方法以及其他不被公眾所知悉且對專業活動有用之技術上或營業上之情報(以下稱商業秘密)

韓國不正競爭防止法第二條第二項：

所謂「營業秘密」係指無法公然得知，且有獨立經濟價值，經相當

<sup>2</sup> 請參見立法院公報第八十四卷第六十五期院會記錄。

## 論述



之努力，且維持秘密之生產方法、銷售方法或於其他營業活動上實用之技術或經營資料而言。

### （四）關稅暨貿易協定烏拉圭回合談判「與貿易有關之智慧財產權（TRIPs）」協定第三十九條第二項：

自然人及法人對合法擁有之下列資訊，應可防止其洩漏，或遭他人以不誠實之商業手段取得或使用：

1. 秘密資訊，亦即指不論整體而言，或以其組成分子之精確配置及組合而言，這類資訊目前仍不為一般涉及該類資訊之人所知或取得者；
2. 因其秘密性而具有商業價值者；
3. 所有人已採行合理步驟以保護該資訊之秘密性者。

由此可知，立法例上對營業秘密之範圍有採列舉式之規定並輔以概括式之規定者（如美國、加拿大及我國均屬之），亦有單純採行概括式之規定者（如日本、韓國），惟不論何者，大抵而言只要某資訊符合「非一般涉及該類資訊之人所知；其秘密性具有實際或潛在之經濟價值；所有人已採行合理之保密措施」等三條件時，該等資訊即可被評價為營業秘密而為營業秘密法所規範，其範圍涵蓋方法、技術、製程、配方、程式、設計、模型、編纂、產品設計或結構之資訊或其他可用於生產、銷售或經營之資訊。換言之，營業秘密與專利權及商標權雖同屬智慧財產權之範疇，惟其並不以經向主管機關登記為其保護之要件，只要其客觀上符合前述三條件，即為營業秘密法所稱之營業秘密，附此敘明。

## 二、何謂客戶資訊？

所謂客戶資訊，舉凡與交易客戶相關之一切訊息、資料，如客戶之姓名、地址、聯絡方式、價目表及其他與客戶相關之資料等等均屬之。此等客戶資訊尚可依其性質為如下之分類：

### （一）可從公開領域取得者：



隨著交通發展之日益便捷，區域與區域間、國家與國家間之貿易亦日漸頻仍，資訊流通之廣度與速度已非過去所能比擬。透過公開之資訊傳遞管道，如商會之名簿、經貿推廣機構之企業資訊、電話簿刊載之廣告及用戶名錄甚或無遠弗屆之網路搜尋引擎，吾人已可輕易地尋得所需特定企業族群（客戶）之名銜、地址及聯絡電話，某些企業更以將其所銷售商品之價目表及各項品名直接登載於網站上供不特定之人士點選查閱或於商展中公開散佈，無形中也間接揭露與其交易之客戶之購買價格。處於此種情境下之資訊，均屬可從公開領域取得之客戶資訊。

### （二）非可從公開領域取得者：

相對於前述可透過公開之資訊傳遞管道輕易尋得之資訊，尚存有一些非可從公開領域取得之客戶資訊，例如：事業透過長期之交易過程所歸納得知或問卷調查所建構之客戶消費偏好紀錄；客戶訂單資料上所顯示之購買品項、數量及單價；客戶指定送貨地點所透露出之行銷通路；特定客戶一般所採行之貿易條件（如 FOB、CIF、信用狀交易之類型）等等。此類資訊或係企業偶然間得知或被動式地獲知者；或係企業投注相當時間、精力、費用主動積極蒐取建立者，惟不論何者，顯均非可從公開領域取得之客戶資訊。

### （三）客戶資訊性質之判斷：

值得注意者，就前述何種客戶資訊屬於可從公開領域取得者，何種客戶資訊屬於非可從公開領域取得者，何者係企業投注相當時間、精力、費用所建立，則應視具體個案逐一判斷，尚難截然劃分。換言之，縱然僅為單純之客戶名稱及住址，亦有可能屬於非可從公開領域取得且係企業投注相當時間、精力、費用所建立之資訊。舉例言之，販售假髮之企業，因其消費客戶係潛藏於社會上，一般人尚難單從電話簿冊之姓名及電話資料即找出何人有購置假髮之需要，企業往往須透過大規模之廣告，將客戶招徠前往消費，或係透過經年累月之默默耕耘及口耳相傳積攢其消費客源，此際該企業之客戶名稱及住址即非可從公開領域取得

## 論述

之資訊。反之，若經營企業者，惟恐交易相對人無法獲知其企業之存在，而將其基本資料刊載於各類媒體上、政府機關公開之簿冊，或公眾得任意接近之領域，則對以該企業為客戶之事業而言，客戶名稱及住址即為可從公開領域取得之資訊，此不可不辨。

### 三、客戶資訊是否為營業秘密？

如前所述，我國之營業秘密法第二條既係參照美國統一營業秘密法第一條第一項第四款之規定而制定，則有關美國實務之判決，對客戶資訊是否為營業秘密之判斷標準，自足為我國於具體個案解釋適用法律之參考。於茲謹摘取部分美國法院判決之摘要，並對照我國法院現有之判決內容，簡要評釋並歸納法院所得參考之判斷標準。

#### （一）美國法院之案例

1. 在 *Baron Consulting Co. v. Complete Envtl. Testing, Inc.* 乙案中，原告是經營化學及環境分析之公司，被告則為三位自該公司離職後自行創業之員工。原告主張過去二十七年來，原告在其所從事之事業已累積建立相當可觀之專門技術、知識、營業秘密及客戶名單，被告離職後竟與原告之客戶為交易行為，因認被告有盜用原告營業秘密之行為，乃向法院提起訴訟。法院於判決中指出，離職員工所帶走者僅為與個別客戶交易時有關售價折扣之「記憶」，此種客戶名單及交易價格並不該當於美國統一營業秘密法所稱之營業秘密。法院更進一步認為，本案中原告企圖訴請法院限制被告使用之前述資訊，精確而言，均屬員工於經驗中所正當獲取之知識，且此等資訊非常容易透過網頁或貿易指南而取得，因此被告可經由正當途徑探知此類資訊，此等資訊並無受美國統一營業秘密法保護之必要<sup>3</sup>。

<sup>3</sup> R. MARK HALLIGAN, ESQ., RECENT DEVELOPMENTS IN TRADE SECRETS LAW (1994-1996) (visited Dec 16 2003) <<http://my.execpc.com/~mhallign/recent.html>>



2. 於 Stampede Tool Warehouse, Inc. v. Mark May et al. 乙案中，法院認為 Stampede 公司的客戶名單，依據伊利諾州的營業秘密法，係屬值得保護之營業秘密。因為 Stampede 公司的客戶名單目前尚非可從任何公共資源（any one public source）取得，且該客戶名單係 Stampede 公司花費相當多的時間、勞力及費用，透過麻煩的設計所發展建立，而 Stampede 公司對此一客戶名單又已盡合理地努力去維持該客戶名單的機密性，自應加以保護。被告雖抗辯營業秘密法所稱之秘密，不應適用於以記憶之方式取得之資訊，然法院認為以記憶之方法重新建立之營業秘密，並不會轉化營業秘密之機密性。換言之，記憶亦為盜用營業秘密之方法之一<sup>4</sup>。
3. 於 Alois Electric Service v. ASAP Fire Equipment, 乙案中，原告控訴被告盜用原告之客戶名單、載有紀錄客戶所使用系統及設備之明細表、原告之價目表、載有紀錄客戶檢查、保修所需事物及檢查、保修日期之明細表以及個別客戶之聯絡人員名冊。被告則抗辯該等資訊均為眾所周知或可以為在同一行業工作之任何人所取得，所以並非營業秘密。對此，法院認為：「本案例中，有證據證明系爭之客戶資訊並非僅僅包含客戶之名稱，毋寧係敏感之客戶服務資料，且該等資料係原告經年累月所蒐集而得，是有效服務記錄之根本，亦經原告負責人為原告專用及利益而私下保存，因此，本案有具體之事實足認本件之客戶資訊該當為營業秘密。」<sup>5</sup>
4. 在 Elmer Miller, Inc. v. Landis, 乙案中，Elmer Miller 公司（以下簡稱 EMI）

<sup>4</sup> R. MARK HALLIGAN, ESQ., RECENT DEVELOPMENTS IN TRADE SECRETS LAW (1994-1996) (visited Dec 16 2003) < <http://my.execpc.com/~mhallign/recent.html> >

<sup>5</sup> R. MARK HALLIGAN, ESQ., RECENT DEVELOPMENTS IN TRADE SECRETS LAW (1994-1996) (visited Dec 16 2003) < <http://my.execpc.com/~mhallign/recent.html> >

## 論述

以七萬美金之價格購買了位於芝加哥的一間裁縫店。其中一萬美金是用來購買該裁縫店之存貨，其餘之六萬美金則是用來購買包含該裁縫店客戶名單及客戶檔案等資料之商業價值。因 EMI 之前業務員 Landis 涉嫌竊取 EMI 之客戶資訊，而遭 EMI 求償。該案中，法院認為，只有需要使用客戶資訊之員工會接觸該資訊，且系爭客戶檔案含有相當高百分比之現實客戶及再次光顧之客戶名單，此等資訊對 EMI 公司之競爭對手甚有價值。況該客戶檔案包含各別客戶之個人風格、對材質之偏好，並非競爭對手所得輕易建立。此等需要各別特定服務之裁縫業務，與從電話簿中就可找到之飯店或清潔服務並不相同，而競爭對手若非投注相當之時間、精力、費用斷不可能建立系爭客戶資訊，故本件客戶資訊對 EMI 而言已有足夠之經濟價值稱為營業秘密。<sup>6</sup>

5. 在 J.H. Chapman Group, Ltd. v. Norman Chapman d/b/a The Chapman Group, 乙案中，法院認為原告之客戶名單雖然並非「可從公開領域取得」者，但基於下述三個理由，其客戶名單仍非營業秘密：
  - (1) 原告未能證明其他人可從系爭客戶名單之揭露或使用獲得經濟上之價值；
  - (2) 原告未能證明系爭客戶名單之秘密性具有經濟價值；
  - (3) 原告未能證明其已盡合理之努力維持系爭客戶名單之秘密性。<sup>7</sup>
6. 於 Sethscot Collection, Inc. v. Drbul, 乙案中，原告主張被告盜用其預期客戶 (prospective customer list) 及現實客戶 (active customer list)

<sup>6</sup> R. MARK HALLIGAN, ESQ., RECENT DEVELOPMENTS IN TRADE SECRETS LAW (1994-1996) (visited Dec 16 2003) <<http://my.execpc.com/~mhalign/recent.html>>

<sup>7</sup> R. MARK HALLIGAN, ESQ., RECENT DEVELOPMENTS IN TRADE SECRETS LAW (1994-1996) (visited Dec 16 2003) <<http://my.execpc.com/~mhalign/recent.html>>



之名單，而訴請損害賠償。法院則認為，原告所主張預期客戶名單上所包含之九千六百個社會團體及婦女會名錄，係從已公開於眾之資訊編纂而成，固然並非值得保護之營業秘密；然而，現實之客戶名單則詳細記載各別社會團體及婦女會之消費歷史，且該等名單尚未公開於眾。故此，法院認為原告所主張之現實客戶名單，係值得保護之營業秘密<sup>8</sup>。

## （二）我國法院之案例

近幾年來，我國法院實務，雖亦有若干針對客戶資訊是否為營業秘密乙節所為之裁判，然大多數之裁判並未具體闡述法院認定該客戶資訊為營業秘密之具體標準為何，僅泛論某某客戶資訊屬企業之營業秘密等語。於茲特摘取部分判決，供為本文研究之參考：

1. 於最高法院八十六年度台上字第四八號案件中，最高法院認為：  
「上訴人楊郁芳於任職被上訴人公司期間，除負責有關色彩品質控制系統之銷售、簽約、驗收等職務外並拜訪客戶，與個別客戶接洽，為楊郁芳所不爭，則其對於被上訴人公司產業之銷售、市場分佈、市場區域分佈及市場競爭情形當多所掌握，上開資訊乃至客戶資料，均屬被上訴人公司重要之營業秘密，惟其於離職後，即至與被上訴人公司具有競爭性之廣柏公司任職，對被上訴人公司之影響難謂輕微。上訴人葉恒青離職前為被上訴人公司工程組襄理，負責出貨產品追蹤、銷售產品請購、簽約客戶案例分配及技術指導，及營業二部所有銷售產品之售前技術、售後服務之規劃及執行等職務，亦為葉恒青所不爭，並有被上訴人公司業務二部之組織職掌表在卷可稽，依其職務自可獲取相當之營業機密，而其任職於廣柏公司後，亦擔任副理之主管職務，其轉任行為對被上訴人亦足造成相當之損害。」

<sup>8</sup> R. MARK HALLIGAN, ESQ., RECENT DEVELOPMENTS IN TRADE SECRETS LAW (1994-1996) (visited Dec 16 2003) <<http://my.execpc.com/~mhalign/recent.html>>

## 論述

2. 臺灣高等法院於八十八年重勞上字第五號<sup>9</sup>案件中，具體指出：
- 「依系爭契約第十一條記載：『保密義務：乙方（按係指受僱人）同意採取必要措施維護受僱期間所知悉或持有之營業機密，以保持其機密性，除非職務之正常之使用外，非經公司事前書面同意，不得洩漏、告知、交付或交予第三人、或對外發表、為自己或第三人使用、利用該營業秘密。所有記載或含有營業秘密文件、資料、圖表或其他媒體之所有權，皆歸甲方（按係指被上訴人）所有，乙方於離職前或甲方請求時，應立即交予甲方或其指定之人並辦妥相關手續』，第十七條罰則記載：『乙方違反第十條至十六條及其他相關規定，甲方得終止本契約，乙方除應付其最近一年年薪資總額之二倍為懲罰性違約金外，並應賠償甲方所受之損害及承擔一切法律責任』，是上訴人等既在系爭契約簽名蓋章，上訴人等就其任職期間知悉之營業秘密自有保密義務，以及違反保密義務應負之違約責任。綜觀本院及原審勘驗檢察官扣案之證物，均係上訴人等於任職被上訴人公司時，基於業務上所持有之資料，該等資料均為上訴人等帶離被上訴人公司，信而有徵。所謂營業秘密，依系爭條款第十條記載：『營業秘密為乙方於受僱期間所創作、開發、收集、取得、知悉，或經公司標示機密、限閱，或其他同類之一切商業上、技術上之秘密，且不論此機密是否以書面為之或尚未完成，需再修改或能否申請專利、商標、著作等智慧財產權皆屬之。前項營業秘密包括：經營策略、營業技巧、管理技術、行銷策略及技巧、公司制度規章、物件資料、採購資料、定價政策、估價程序、財務資料、顧客資料、供應商、經銷商資料、產權調查、代書作業及其他與公司營業活動方式有關之資料。前項各發展階段之電腦軟體及所有相關文件。發現、概念、構想、產品規格、流程圖、製造流程及專門技術。公司依約定或法令對第三人負有保密責任之第三人的營業秘

<sup>9</sup> 司法院網站，(visited Dec 16 2003) <<http://nwjirs.judicial.gov.tw/FJUD/index.htm>>



密。其他依甲方規章一般商業習慣，應被視為營業秘密者。」上訴人等自被上訴人公司攜出之成交紀錄表、買方客戶資料表、賣方追蹤客戶資料、不動產買賣意願書、客服統計月報表、永慶之友卡等，均係被上訴人長時間之累積形成之資料庫，該等資料已相當程度反應被上訴人營業活動之重要內涵，例如買、賣雙方客戶姓名、年籍、成交價、成交時間、服務費金額、經紀人業績分配、佣金等等，被上訴人公司在上訴人等營業區域內之相關營業紀錄即被窺知一覽無遺，上揭資料足資認定具有秘密性。又該等資料之取得，絕非一夕可成，且上訴人等設立公司之合意，亦非立即可達，是上開資料應係上訴人等尚任職期間即已攜出供將來友信公司使用，其等有違反保密義務，應可認定。」

3. 臺灣高等法院八十七年勞上字第一八號判決<sup>10</sup>略謂：「查被上訴人於上訴人公司任職期間，乃擔任汽車維修產品之銷售業務員，此為兩造所不爭執，而依公平交易法第十九條第五款對營業秘密依其立法意旨觀之，營業秘密乃指凡未經公開或非普遍為大眾所共知的知識或技術，且事業所有人對該秘密有保密之意思，及事業由於擁有該項營業秘密，致較競爭者具有更強的競爭能力，即屬營業秘密。本款所保護之客體有三：其他事業之產銷機密、交易相對人資料或其他有關技術秘密。則上訴人所印製給業務員之營業價格表，此一價格策略，正是公司欲加保密，其中自有營業上之專業知識，為修正行銷策略之依據，使公司有更強之競爭力。故營業價格表應認為係上訴人在市場上競爭最有價值之營業秘密，倘被上訴人不知上訴人之營業價格，自無可用為競業之參考價，而以低價傾銷。故自有保護之必要。而交易相對人資料，乃另一公司欲加保護之秘密，固然被上訴人可從其他資訊獲取此一資料，然按上訴人公司是一完全以業務員行銷為導向之公司，所有產品均透過業務員向客戶介紹，並未將產品以傳統市場方式上

<sup>10</sup> 司法院網站，(visited Dec 16 2003) <<http://nwjirs.judicial.gov.tw/FJUD/index.htm>>

## 論述



架銷售之事實，為被上訴人所不爭執，亦堪信為真實，故客戶資料亦應認為係公司經營命脈之一，被上訴人利用業務員期間所建立之良好客群關係，正是渠不正競業之基礎，如此較之從其他資訊所獲，衡情絕無法有如此之完整與親切之客群關係，足證被上訴人所銷售之汽車維修產品，為銷售業務員之專業知識及應特別應加以保護之營業機密。」

4. 在臺灣高等法院八十六年勞上字第三九號<sup>11</sup>案件中，法院認為：「上訴人所稱被上訴人可取得客戶資料之營業秘密乙節，因房屋仲介業仲介房屋買賣，一般均將房屋所在及委託銷售底價公開，有意購買者，可輕易至地政機關查知不動產之所有人，故委託銷售者之資訊並不重要，至有意購屋者之人，可能有數人，是以是否成交，視其出價之金額，此乃市場競爭之機能，此資訊之重要性，更不若有關不動產所有人之銷售資料，本院認上訴人縱將此等客戶資料視為秘密，本質上亦缺乏營業秘密之特質。」
5. 於臺灣高等法院臺中分院九十一年度上字第一一五號<sup>12</sup>案件中，法院認為：「按營業秘密法第二條規定：本法所稱營業秘密，係指方法、技術、製程、配方、程式、設計或其他可用於生產、銷售或經營之資訊，而符合左列要件者：一、非一般涉及該類資訊之人所知者。二、因其秘密性而具有實際或潛在之經濟價值者。三、所有人已採取合理之保密措施者。是所稱營業秘密必須非一般涉及該類資訊之人所知者，查本件之客戶資料，其來源除上開說明外，尚可從電話簿、電腦網路、商業廣告、同業公會及其他與建材有關之刊物等處可以查知，應認為係屬一般涉及該類資訊之人所知之資料，尚難認為係營業秘密，上訴人依營業秘密法第十二條第一項、第十三條第一項第一款規定，訴請被上訴人負連

<sup>11</sup> 請參見臺灣高等法院民事裁判書彙編（88年版）第二冊 1083-1094 頁

<sup>12</sup> 請參見臺灣高等法院民事裁判書彙編 87 年第 1 冊 237-245 頁。



帶給付責任，應認為無理由。」

6. 於臺灣高等法院高雄分院八十九年度上易字第一六九號<sup>13</sup>判決中，法院認為：「被上訴人主張上訴人洩漏客戶名單係洩漏營業秘密一節，為上訴人所否認。按營業秘密除指技術性之資訊外，故尚包括商業性之資訊，客戶之相關資料雖可認為公司之商業機密，惟並非所有客戶之資料均為商業機密，如只是單純客戶之名稱、公司設址之資料，一般人可由工商名冊任意取得，即非商業機密。被上訴人雖主張上訴人將客戶資料洩漏予允亞公司等，惟其就上訴人所洩漏之資料除客戶之名稱或設址外，就上訴人尚洩漏客戶交易之價格或其他資料之事實，未能舉證證明之，而單純客戶之名稱、設址既可由一般工商名錄可查得，有上訴人提出之台灣省電器商業同業公會聯合會會員名冊、分類廣告影本可稽，被上訴人主張上訴人洩漏營業秘密，違反系爭保證書第三條約定之部分云云，尚難採信。」<sup>14</sup>。
7. 台灣台中地方法院九十年重訴字第一八五號判決略謂：「原告公司主張被告自原告公司不當取得客戶資料乙節，為被告所否認，原告雖提出一國外客戶與被告來往之信函，惟被告經營之業務既與原告相同，兩造間復無競業禁止之約定，所為交易之對象難免雷同，被告與原告客戶其中之一往來，尚難認被告已自原告取得如何之客戶資料，及該資料具有如何秘密性。況且，原告亦未舉證證明其對客戶資料已採取合理之保密措施者，其主張客戶資料為營業秘密，亦無可採。」<sup>15</sup>

### (三) 可歸納之具體判斷標準

<sup>13</sup> 司法院網站，(visited Dec 16 2003) <<http://nwjirs.judicial.gov.tw/FJUD/index.htm>>

<sup>14</sup> 司法院網站，(visited Dec 16 2003) <<http://nwjirs.judicial.gov.tw/FJUD/index.htm>>

<sup>15</sup> 司法院網站，(visited Dec 16 2003) <<http://nwjirs.judicial.gov.tw/FJUD/index.htm>>

## 論述



### 1. 美國法院所揭櫫之標準：

歸納而言，美國法院於客戶資訊具備下述條件者，方將之視為營業秘密而予以保護：

- (1) 該客戶資訊須非可從公開領域取得者；
- (2) 該客戶名單係企業花費相當多之時間、勞力及費用所建立；
- (3) 企業已盡合理的努力去維持該客戶名單之機密性；
- (4) 該客戶資訊對企業而言有足夠之經濟價值；
- (5) 其他人可從系爭客戶名單之揭露或使用獲得經濟上之價值；
- (6) 非員工於經驗中所正當獲取之知識（如：與個別客戶交易時有關售價折扣之「記憶」，但故意以記憶之方法盜取客戶資訊者，則非員工於經驗中所正當獲取之知識）。

值得注意的是，客戶資訊若包含各別客戶之個人風格、消費偏好，美國法院即傾向認定該資訊並非競爭對手所得輕易建立，而該當所謂之營業秘密。至於從已公開於眾之資訊編纂而成之客戶資訊，其性質僅為預期客戶名單，則非值得保護之營業秘密。

### 2. 我國法院所揭櫫之標準：

謹將我國法院目前已樹立之標準，歸納如下：

- (1) 該客戶資訊係企業長時間累積形成之資料庫，且該等資料已相當程度反應企業營業活動之重要內涵者；
- (2) 價格策略，其中有營業上之專業知識，為修正行銷策略之依據，使公司有更強之競爭力。故營業價格表應認為係企業在市場上競爭最有價值之營業秘密；
- (3) 企業所有產品均透過業務員向客戶介紹，並未將產品以傳統市場方式上架銷售者，其交易相對人之資料（即客戶資料）即為營業秘密；



- (4) 該客戶資訊係非可從公開領域獲知者，若只是單純客戶之名稱、公司設址之資料，一般人可由工商名冊任意取得，即非商業機密。
- (5) 該客戶資訊對企業而言須具有足夠之經濟價值。
- (6) 企業對該客戶資料已採取合理之保密措施。

#### (四) 對前述判決所樹立標準之芻議

##### 1. 美國法院判決部分：

依美國法院判決所闡釋之標準，可知其大抵係以美國統一營業秘密法第一條第一項第四款規定中所述：其獨立之實際或潛在經濟價值來自於非他人所公知，且他人無法以正當方法輕易確知，而其洩漏或使用可使他人獲得經濟上價值者；且已盡合理之努力維持其秘密性等標準為法院論斷客戶資料是否為營業秘密之標準。換言之，於具體個案中，法院仍係將營業秘密法所規範之要件，逐一涵攝於各別案件之情況。而非直覺式地純以資訊本身之價值為論斷該客戶資訊是否為營業秘密，先予敘明。

##### 2. 我國法院判決部分：

相反地，由上述我國法院判決之摘要，吾人不難窺知，我國法院對認定客戶資訊是否為營業秘密之判斷標準，尚未臻完備。例如最高法院八十六年度台上字第四八號判決於判決理由中僅謂：「上開資訊乃至客戶資料，均屬被上訴人公司重要之營業秘密」，然其據以認定該案中之客戶資料何以為營業秘密，則未見敘明，誠屬遺憾。至於臺灣高等法院八十七年勞上字第一八號判決認定營業價格表及交易相對人之資料為營業秘密之理由，則容有進一步商榷之必要。蓋價格策略固有其營業上之專業知識，並具有作為修正行銷策略之依據，使公司有更強競爭力等功能，然價格策略是否等同營業價格表？該營業價格表是否同為該行業之人可輕易探知？營業價格表是否因已公開於眾而失其秘密性？該營

## 論述

業價格表是否為當事人以不正方法取得，抑或係經驗中所正當獲取之知識？營業價格表是否會因具有作為修正行銷策略之依據，使公司有更強競爭力等經濟上之價值即當然成為營業秘密？若此果為的論，則營業秘密法第二條僅須規定第二款即可，又何須另行規定第一款、第三款？又何須有第十條第一款之規定？另該判決並未區分交易相對人之資料是否可經由公開資訊取得，逕以其產品未以傳統市場方式上架銷售，如此較之從其他資訊所獲，衡情絕無法有如此之完整與親切之客群關係云云，即認交易相對人之資料為營業秘密。是則該判決認定為營業秘密者，究竟係交易相對人之資料抑或完整與親切之客群關係？若係因「完整與親切之客群關係」而認為「交易相對人之資料」為營業秘密，則該判決顯然已將競業禁止之概念與營業秘密之概念兩相混淆，其所樹立之標準，實亦難昭公信。

### 四、結論

按營業秘密本為資訊之一種，資訊之自由流通，乃民主社會之基石。另一方面，為對資訊之所有人能予以適當之保護，維護產業倫理與競爭秩序，使員工與雇主間、事業體彼此間之倫理與競爭秩序有所規範依循，固有透過營業秘密法予以保護之必要，惟有關客戶資訊之問題，特別是客戶之名稱及地址，於具體個案中衡酌是否屬於營業秘密法保護之範疇時，則有進一步謹慎探究之必要。蓋以，若認客戶之名稱、住址為營業秘密，將使受僱人承受如同競業禁止條款約束之結果，進而使其受憲法保障之工作權及財產權遭受不當之限制。換言之，縱僱用人與受僱人間有競業禁止之約定，受僱人於離職後，亦僅於特定之地域、期間受有營業之限制，然而若認客戶之名稱、地址為營業秘密，則縱僱用人與受僱人之間並未有任何競業禁止之約定，任何曾與僱用人為交易行為之相對人，受僱人於離職後，豈非均不得與之為交易行為？則無形間將使所有之僱用關係於僱用關係結束後，均當然具有競業禁止之效果，顯然不當地擴張了競業禁止之範圍而嚴重影響受僱人離職後之工作權及財產權。職是，資料若僅為客戶之名稱、聯絡方式，則於認定此等客戶



資訊是否受營業秘密法所保護時，當更宜採取保守之態度，俾免戕害人民受憲法所保障之基本權益。

至於其他客戶資訊是否為營業秘密，則應回歸營業秘密法第二條及第十條所定之要件，逐一審酌。似不宜單從資訊之價值及功能著眼，逕行認定某資訊是否為營業秘密。申言之，資訊固然必須有價值方可能稱為營業秘密，然並非所有有價值之資訊均符合營業秘密之構成要件，此不可不辨。就此，美國法院於具體個案中所揭櫫之判斷標準，似亦甚有參考之價值。

以上論述，純屬個人不成熟之見解，於我國法制實務對客戶資訊是否為營業秘密乙節，尚未樹立明確之標準以前，斗膽提出，純粹希望藉此能收拋磚引玉之效，期盡棉薄之力，得見產業倫理、競爭秩序、事業體之投資研發意願與資訊自由流通等諸多利益能充分調和，若蒙賜教，不勝感禱！