

臺灣高雄地方法院民事判決

112年度勞訴字第126號

原告 尚群艾美樂有限公司

兼法定代理

人 宋玉霞

上二人共同

訴訟代理人 李嘉苓律師

複代理人 林昱州律師

被告 呂世仲

訴訟代理人 謝建智律師

上列當事人間損害賠償事件，經智慧財產及商業法院裁定移送（112年度民著訴字第13號），本院民國（下同）113年3月6日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

- 一、被告應給付原告尚群艾美樂有限公司新台幣（下同）127萬4,000元及自111年11月19日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。
- 二、被告應給付原告宋玉霞46萬8,673元及自111年11月19日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。
- 三、原告宋玉霞其餘之訴駁回。
- 四、訴訟費用由被告負擔，並應於裁判確定之翌日起至清償日止，加給按週年利率5%計算之利息。
- 五、本判決第1、2項於原告尚群艾美樂有限公司、宋玉霞以新台幣40萬元、15萬元供擔保後，得假執行；但被告如以127萬4,000元、46萬8,673元預供擔保，得免假執行。
- 六、原告宋玉霞其餘假執行之聲請駁回。

事實及理由

- 一、原告主張：原告宋玉霞為原告尚群艾美樂有限公司（下稱原告公司）負責人，被告原呂世仲原為原告公司員工，於原告公司婚禮布置品牌「艾美婚禮」任職，擔任店長，任職期間

01 自98年7月16日至109年11月24日，原告宋玉霞向經濟部智慧
02 財產局申請「艾美婚禮」商標註冊登記，經審查後核准註
03 冊，商標權自109年10月16日起至119年10月15日止。而被告
04 於在職期間私自成立「知百年」品牌，並為商業競爭，而如
05 附表一所示，將原告公司之「婚禮場地布置」影像照片自行
06 加註文字說明，並於照片逕行加註「知百年」標示後，於臉
07 書、IG、Google商家照片、結婚吧網站及官網公開，侵害原
08 告公司著作財產權、著作人格權，依著作權法第88條、民法
09 第184條第1項前段、第2項及第195條規定，請求被告賠償原
10 告公司116萬4,000元。另如附表二所示，將原告公司於「嘉
11 信遊艇婚禮Yacht Wedding」臉書專頁（下稱嘉信臉書專
12 頁）貼文中，揭示之「艾美婚禮」等字完全刪除，並改為
13 「知百年」標示，侵害原告公司之著作人格權，依同上規
14 定，請求被告賠償原告公司11萬元。又如附表三所示，於官
15 方網站、Google商家照片、結婚吧網站及官網站使用與「艾
16 美婚禮」商標完全相同之文字與圖樣，且將原告公司之場地
17 布置照片逕行加註「知百年」標示，侵害原告宋玉霞之商標
18 權，並影響使用「艾美婚禮」商標布置婚禮通常可獲得之利
19 益，及造成原告宋玉霞之憂鬱、焦慮，依商標法第69條第3
20 項、第71條第1項第1、2款、民法第184條第1項前段、第2項
21 及第195條規定，請求被告賠償原告宋玉霞財產損害36萬8,6
22 73元、非財產上損害15萬元，合計51萬8,673元。並聲明：
23 (一)被告應給付原告公司127萬4,000元及自起訴狀繕本送達翌
24 日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息；(二)被告應給
25 付原告宋玉霞51萬8,673元及自起訴狀繕本送達翌日起至清
26 償日止，按週年利率5%計算之利息；(三)原告願供擔保，請
27 准宣告假執行。

28 二、被告抗辯：如附表一、二、三所列之婚禮相關照片為客戶或
29 客戶自尋之攝影師拍攝後，提供予被告使用，攝影師非原告
30 所僱用或被告所拍攝，故原告公司並無攝影照片之著作所有
31 權及財產權，且兩造間之約定無法拘束第三人，是原告公司

01 相關之請求自無理由。另被告為推廣嘉信遊艇婚禮之目的，
02 請潘慧珊以其個人名義代為申設嘉信臉書專頁，此非原告公
03 司所創設，是原告公司就此自無著作權受侵害可言，原告公
04 司此部分請求亦無理由。又「艾美婚禮」商標與被告使用之
05 「知-百年 Forever WED」字樣，並無造成混淆之可能，原
06 告宋玉霞請求侵害商標之賠償，同無理由。並聲明：(一)原告
07 之訴駁回；(二)如受不利判決，院供擔保，請准免假執行。

08 三、兩造之不爭執事項：

09 (一)原告宋玉霞為原告公司之法定代理人。

10 (二)被告自98年7月16日起至109年11月24日期間，受僱於原告
11 公司，並擔任店長職務，從事婚禮相關業務，雙方訂有不定期
12 勞動契約，於第20條約定：被告任職期間就職務上或與職
13 務有關所為之畫作、設計、作業藍圖、圖樣、圖表或其他智
14 慧財產項目，皆以原告公司為著作人或智慧財產權人，無論
15 被告是否在職，如未經原告公司書面同意，被告不得任意為
16 自己或第三人使用。

17 (三)原告宋玉霞向經濟部智慧財產局申請「艾美IBEAUTY 及IB設
18 計字」圖樣之商標註冊登記獲准，權利時間為109年10月16
19 日至119年10月15日，商品或服務名稱為：婚禮安排服務；
20 結婚儀式及場地禮車之安排佈置；宴會會場佈置。

21 (四)被告任職原告公司期間，曾簽署尚群沖印、尚齊廣告、艾美
22 喜帖公司員工任（離）職規定同意書予原告公司，同意任職
23 期間，職務上或與職務相關之獨立研發或參與共同研發、研
24 究，所產生或創作之發明、改良、製造技術、著作、營業秘
25 密或其他創作等，其所有權、智慧財產權（包含商標、專
26 利、著作權等）及其他相關權利與利益均歸屬於公司（以上
27 第2條）；有關職務上或與職務相關之著作，同意以公司為
28 著作權人，其相關之權利（如著作財產權、著作人格權等）
29 均歸屬於公司，本人並同意對於該等著作於任職期間或離職
30 之後均不主張任何權利。

31 四、就兩造爭執事項之判斷：

01 (一)關於原告公司如附表一著作侵權損害賠償請求有無理由：

02 1. 「因故意或過失不法侵害他人之著作財產權或製版權者，負
03 損害賠償責任。數人共同不法侵害者，連帶負賠償責任。前
04 項損害賠償，被害人得依下列規定擇一請求：一、依民法第
05 216條之規定請求。但被害人不能證明其損害時，得以其行
06 使權利依通常情形可得預期之利益，減除被侵害後行使同一
07 權利所得利益之差額，為其所受損害。二、請求侵害人因侵
08 害行為所得之利益。但侵害人不能證明其成本或必要費用
09 時，以其侵害行為所得之全部收入，為其所得利益。依前項
10 規定，如被害人不易證明其實際損害額，得請求法院依侵害
11 情節，在1萬元以上100萬元以下酌定賠償額。如損害行為屬
12 故意且情節重大者，賠償額得增至500元」；「因故意或過
13 失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任」；「違反保
14 護他人之法律，致生損害於他人者，負賠償責任」；「不法
15 侵害他人之身體、健康、名譽、自由、信用、隱私、貞操，
16 或不法侵害其他人格法益而情節重大者，被害人雖非財產上
17 之損害，亦得請求賠償相當之金額」，著作權法第88條、民
18 法第184條第1項前段、第2項前段及第195條第1項前段分別
19 定有明文。

20 2. 「著作：指屬於文學、科學、藝術或其他學術範圍之創
21 作」；「著作權：指因著作完成所生之著作人格權及著作財
22 產權」，著作權法第3條第1項第1、3款定有明文。另著作權
23 法所保護之著作，係指著作人所創作之精神上作品，而所謂
24 精神上作品，除須為思想或感情上之表現，且有一定表現形
25 式等要件外，尚須具有原創性，而此所謂原創性之程度，固
26 不如專利法中所舉之發明、新型、新式樣等專利所要求之原
27 創性程度（即新穎性）較高，亦即不必達到完全獨創之地
28 步。即使與他人作品酷似或雷同，如其間並無模仿或盜用之
29 關係，且其精神作用達到相當之程度，足以表現出作者之個
30 性及獨特性，即可認為具有原創性；惟如其精神作用的程度
31 很低，不足以讓人認識作者的個性，則無保護之必要，此亦

有最高法院97年度台上字第1214號民事裁判要旨可資參照。而如附表一侵權行為欄所示照片之「婚禮場地布置」影像，不論婚禮場景係由何人所安排布置，亦不論照片由何人所拍攝，照片中婚禮場景既係原告公司在商業上專門為客戶所布置，且由被告將此場景自行加註文字說明，並於照片逕行加註「知百年」標示後，於臉書、IG、Google商家照片、結婚吧網站及官網公開展示，上開照片影像所示之「婚禮場地布置套組」當有其獨特性，屬具有原創性之著作，合先敘明。

3.被告不爭執將原告公司之「婚禮場地布置」照片自行加註文字說明，並於照片逕行加註「知百年」標示後，於臉書、IG、Google商家照片、結婚吧網站及官網公開如附表一照片所示（見智慧財產及商業法院112年度民著訴字第13號(一)卷【下稱智財(一)卷】第47至395頁蒐證照片），被告既加註「知百年」之自家婚禮品牌標示符號，藉此作為商業廣告行銷，甚為明確。被告既係受僱於原告10餘年後自行離開另行開設其他「知百年」品牌，而與原告公司同樣經營婚禮布置之行業，又以上開原告公司原創之「婚禮場地布置套組」著作作為自己品牌作行銷廣告，且事先未徵詢原告公司之同意（勞動契約約定不得任意使用，見兩造不爭執事項(二)），當屬故意對原告公司上開婚禮場地布置套組之著作財產權不法侵害（此與上開「婚禮場地布置」攝影照片之著作所有權及財產權無關，併予敘明）。則原告公司請求被告就如附表一所示每1「婚禮場地布置套組」著作之侵權行為，賠償其著作財產權所受之損害2,500元，合計72萬7,500元，堪認合於上開規定，應予准許。

4.原告公司主張被告如附表一所示，將其公司「婚禮場地布置」照片自行加註文字說明，並於照片逕行加註「知百年」標示後，於臉書、IG、Google商家照片、結婚吧網站及官網公開之所為，足使他人誤認被告始為如附表一所示「婚禮場地布置」套組著作之著作人，不法侵害其著作人格權，被告雖否認侵害原告公司之著作人格權。然所謂著作人格權，係

指著作人對於自己之著作，所享有之人格的、精神的利益且得以受保護之權利，因著作亦為著作人人格，如名譽、聲望之化身，此有關著作人與著作間特殊之精神層面所生之利益有保護之必要，此一受保護之權利稱為著作人格權，其內容見於著作權法第 15 條規定之「公開發表權」、同法第 16 條規定之「姓名表示權」及第 17 條之「同一性保持權」。其中所謂「公開發表權」係指著作人得向公眾發表其著作之權利，包含「是否將著作發表」「何時發表」及「以何種方式發表」之決定權，至於公開發表之方式，依同法第 3 條第 1 項第 15 款規定，公開發表：「指權利人以發行、播送、上映、口述、演出、展示或其他方法向公眾公開提示著作內容」；又所謂「姓名表示權」係指著作人於著作之原件或其重製物上或於著作公開發表時，有表示其本名、別名或不具名之決定權，同法第16條亦對此加以規定；再所謂「同一性保持權」又稱「禁止不當改變權」、「完全性確保請求權」、「原狀維持權」，係指著作人享有禁止他人以歪曲、割裂、竄改或其他方法改變其著作之內容、形式或名目（如書名、文章名或題目、標題），致損害其名譽之權利（著作人於授權他人改作或逕將改作權讓與他人時，利用人常有改變著作同一性之必要，惟此一改作，多未對原著作人之名譽造成損害，故規定需致損害其名譽為要件，以免影響著作之利用），同法第 17 條亦有規定，此有智慧財產法院98年度民著訴字第23號民事裁判要旨一可資參照。而被告既不否認其如附表一所示，將原告公司「婚禮場地布置」照片自行加註文字說明，並於照片逕行加註「知百年」標示後，於臉書、IG、Google商家照片、結婚吧網站及官網公開，顯見被告已違反上開「公開發表權」、「姓名表示權」、「同一性保持權」之規定，則原告公司請求被告就如附表一所示每1「婚禮場地布置套組」著作之侵權行為，各賠償其著作人格權所受之損害1,500元，合計43萬6,500元，堪認亦合於上開規定，金額亦尚稱合理，同應准許。此部分著作財產權、人

01 格權之損害，合計116萬4,000元。

02 (二)關於原告公司如附表二著作侵權損害賠償請求有無理由：

03 1.原告公司主張被告將如附表二所示，原告公司於嘉信臉書專
04 頁貼文中，揭示之「艾美婚禮」等字完全刪除，並改為「知
05 百年」標示之事實，已提出相關蒐證照片即修改紀錄為證
06 (見智財(一)卷第399至429頁)。被告雖辯稱嘉信臉書專頁係
07 其為推廣嘉信遊艇婚禮之目的，請同事潘慧珊以其個人名義
08 代為申設，非原告公司所創設，然依證人潘慧珊到庭證稱略
09 以：嘉信臉書專頁係我受僱於原告公司時，用自己帳號所申
10 請，為原告公司所創設，臉書專頁上資料之著作權應該屬於
11 原告公司等語(見本院卷第56至61頁)，而兩造不爭執被告
12 與原告公司間曾約定任職期間取得之著作權歸屬於原告公司
13 (見兩造不爭執事項(四))，證人創設嘉信臉書專頁時被告既
14 係任職於原告公司，嘉信臉書專頁所刊載者又為與原告公司
15 婚禮布置品牌「艾美婚禮」相關之資料，則證人上開所證甚
16 合情理，當堪採信。再者，被告既不否認嘉信臉書專頁創設
17 時其仍任職於原告公司，且如附表二侵權行為欄所示照片之
18 原告公司婚禮場地布置，亦係被告任職於原告公司時所製
19 作，則無論嘉信臉書專頁所示資料之製作多少比例出自被告
20 或證人潘慧珊，相關之著作權均應認屬於原告公司，甚為明
21 確。

22 2.被告既不否認其將原告公司於嘉信臉書專頁貼文中，原先揭
23 示之原告公司代表符號「艾美婚禮」等字完全刪除，逕自改
24 揭示其婚禮品牌標示符號之「知百年」，如上說明，已違反
25 「姓名表示權」之人格權規定，應可認定。且依上開蒐證照
26 片所示，如附表二所示有甚佳之「婚禮布置作品」及文案著
27 作，則原告公司依著作權法第88條、民法第184條第1項前
28 段、第2項及第195條規定，就被告如附表二侵權行為欄所示
29 之違反著作人格權之所為，各請求被告賠償如附表二請求金
30 額欄所示之受損金額，除合於規定外，就損害金額之請求亦
31 堪認合於情理，當應准許，原告公司此部分可請求賠償之損

01 害金額合計11萬元。

02 (三)關於原告宋玉霞如附表三著作侵權損害賠償請求有無理
03 由：

04 1.「未得商標權人同意，有下列情形之一，為侵害商標權：
05 一、於同一商品或服務，使用相同於註冊商標之商標者。
06 二、於類似之商品或服務，使用相同於註冊商標之商標，有
07 致相關消費者混淆誤認之虞者。三、於同一或類似之商品或
08 服務，使用近似於註冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤
09 認之虞者。為供自己或他人用於與註冊商標同一或類似之商
10 品或服務，未得商標權人同意，為行銷目的而製造、販賣、
11 持有、陳列、輸出或輸入附有相同或近似於註冊商標之標
12 籤、吊牌、包裝容器或與服務有關之物品者，亦為侵害商標
13 權」、「商標權人對於因故意或過失侵害其商標權者，得請
14 求損害賠償」、「商標權人請求損害賠償時，得就下列各款
15 擇一計算其損害：一、依民法第二百十六條規定。但不能提
16 供證據方法以證明其損害時，商標權人得就其使用註冊商標
17 通常所可獲得之利益，減除受侵害後使用同一商標所得之利
18 益，以其差額為所受損害。二、依侵害商標權行為所得之利
19 益；於侵害商標權者不能就其成本或必要費用舉證時，以銷
20 售該項商品全部收入為所得利益」，商標法第68條、第69條
21 第3項、第71條第1項第1、2款分別定有明文。

22 2.原告宋玉霞主張被告於官方網站、Google商家照片、結婚吧
23 網站及官網站使用與「艾美婚禮」商標完全相同之文字與圖
24 樣，且將原告公司之場地布置照片逕行加註「知百年」標
25 示，被告辯稱「艾美婚禮」商標與被告使用之「知-百年 Fo
26 rever WED」字樣，並無造成混淆之可能。然原告就其主張
27 之上開事實，已提出蒐證照片為證，依原告宋玉霞提出之照
28 片顯示，網站開頭有「知-百年 Forever WED」字樣，婚禮
29 照片中則有「艾美婚禮」之商標（見智財(一)卷第431至443
30 頁），「知-百年 Forever WED」字樣與「艾美婚禮」之商
31 標間，客觀外型表現上雖然不致使人混淆，但上開網站介紹

01 及照片之呈現方式，確實容易使人誤認「知-百年 Forever
02 WED」字樣所代表之商家，是「艾美婚禮」商標照片上婚禮
03 場景之營造者，而原告宋玉霞本為「艾美婚禮」商標權利
04 人，並為原告公司之負責人（見兩造不爭執事項(三)、(一)），
05 且原告公司與被告經營相同之「婚禮布置」業服務，依上開
06 規定，堪認被告所為，係屬對原告宋玉霞之商標權故意侵
07 害，原告宋玉霞當可請求被告予以賠償。

08 3.原告宋玉霞主張其負責經營之原告公司於109年、110年經營
09 「艾美婚禮」布置之年收入分別為408萬6,727元、371萬8,0
10 54元之事實，已提出年統計表2份為證（見智財(一)卷第445至
11 451頁），雖僅為單純之私人統計表，而無其他資料可為佐
12 證，且為被告所否認，但細觀統計表之內容，場次眾多，均
13 記載詳細之客戶姓名，婚禮布置套組、單價、折扣，且兩年
14 間總收入之差距比例並不是很大，難認有不實之情形，而10
15 9年被告又在原告公司負責婚禮布置業務將近1年（見兩造不
16 爭執事項(二)），對於原告公司經營情形當有一定程度之瞭
17 解，但被告並無法對上開統計表所載之統計情形提出具體質
18 疑，是認尚可信上開統計之情形。則原告宋玉霞主張其因
19 「艾美婚禮」商標之受不法侵害，110年之經營獲利減少36
20 萬8,673元（4,086,727－3,718,054＝368,673），請求被告
21 賠償商標被侵害之財產損害36萬8,673元，當應認於法有
22 據。

23 4.原告宋玉霞負責之原告公司既有經營婚禮布置，並申請而取
24 得「艾美婚禮」之商標，且此商標會被同業冀望得以共同享
25 用，在婚禮布置界有一定之口碑，甚為明確，則此商標遭被
26 告侵害，當可信原告宋玉霞受有精神上相當程度之痛楚，審
27 酌本案全情，本院認原告宋玉霞可請求被告賠償非財產上損
28 害之金額應酌定為10萬元，原告宋玉霞於此範圍內所訴，於
29 法有據，應予准許，所訴超過此範圍部分，於法無據，不應
30 准許。

31 五、綜上所述，原告公司、原告宋玉霞所訴於127萬4,000元（1,

164,000 + 110,000 = 1,274,000) 、46萬8,673元 (368,673 + 100,000 = 468,673) , 及均自起訴狀繕本送達翌日之111年11月19日 (見智財(一)卷467頁送達證書) 起至清償日止, 按週年利率5%計算之法定遲延利息, 於法有據, 應予准許, 超過上開範圍之所訴, 於法無據, 應予駁回。又兩造分別陳明願供擔保聲請宣告假執行及免為假執行, 就原告公司、原告宋玉霞勝訴部分, 經核均無不合, 爰分別酌定相當之擔保金額准許之; 至原告宋玉霞敗訴部分, 假執行之聲請已失所依附, 應併予駁回。再者, 本件事證已臻明確, 兩造其餘攻擊防禦方法及所舉證據, 經審酌認與判決結果不生影響, 爰不逐一論列, 併此敘明。

六、據上論結, 本件原告之訴為一部有理由, 一部無理由, 判決如主文 (訴訟費用負擔之依據: 民事訴訟法第79條、第91條第3項) 。

中 華 民 國 113 年 4 月 3 日
勞 動 法 庭 法 官 鄭峻明

以上正本係照原本作成。

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。如委任律師提起上訴者, 應一併繳納上訴審裁判費。

中 華 民 國 113 年 4 月 3 日
書 記 官 洪光耀

附表一：

編號	侵權行為	侵權次數	請求金額 (著作財產權)	請求金額 (著作人格權)	具體事證
1	FB (11/6貼文14張、10/18貼文7張) 共21張、Google 2張、IG6張、官網14張	43	107,500	64,500	原證5-1
2	FB (10/13貼文13張、10/12貼文1張) 共14張、Google 6張、IG3張、官網6張	29	72,500	43,500	原證5-2
3	FB (10/7貼文) 9張	9	22,500	13,500	原證5-3
4	Google 1張、IG10張、官網13張	24	60,000	36,000	原證5-4

5	FB1個影片（9/25貼文）、FB1個影片（10/20貼文）、FB9張照片（9/22貼文）、FB1張照片（9/16貼文）、Google5張照片、IG7張照片、官網6張照片、結婚吧7張照片	37	92,500	55,500	原證5-5
6	FB1張照片（10/14大頭貼）、FB1張照片（10/14更新網站網址的照片）、FB1張照片（9/14封面照片）、FB5張照片（10/14貼文）、Google6張照片、官網13張照片	27	67,500	40,500	原證5-6
7	官網10張照片	10	25,000	15,000	原證5-7
8	FB1個影片（11/10貼文）、Google1張照片、官網5張照片、結婚吧1張照片	8	20,000	12,000	原證5-8
9	官網5張照片	5	12,500	7,500	原證5-9
10	Google6張照片、IG5張照片、官網6張照片、結婚吧1張照片	18	45,000	27,000	原證5-10
11	官網10張照片、Google2張照片	12	30,000	18,000	原證5-11
12	官網7張照片、Google2張照片	9	22,500	13,500	原證5-12
13	FB9張照片、Google2張照片	11	27,500	16,500	原證5-13
14	FB1張照片（11/24 5：25貼文）、FB1張照片（11/24 8：44貼文）、FB18張照片（11/27貼文）、FB1個影片（11/29貼文）、Google14張照片、IG2張照片	37	92,500	55,500	原證5-14
15	Google1張照片	1	2,500	1,500	原證5-15
16	Google1張照片	1	2,500	1,500	原證5-16

(續上頁)

01

17	結婚吧2張照片	2	5,000	3,000	原證5-17
18	結婚吧5張照片	5	12,500	7,500	原證5-18
19	結婚吧2張照片	2	5,000	3,000	原證5-19
20	FB1個影片(10/30貼文)	1	2,500	1,500	原證5-20
	合計	291	727,500	436,500	

02

附表二：

03

編號	侵權行為	請求金額	具體事證
1	109年7月1日貼文(1張照片)	10,000	原證7
2	109年7月2日貼文(1張照片)	10,000	原證8
3	109年7月17日貼文(1張照片)	10,000	原證9
4	109年8月1日貼文(15張照片)	60,000	原證10
5	109年8月2日貼文(1個影片)	20,000	原證11
	合計	110,000	

04

附表三：

05

編號	侵權行為	具體事證
1	被告未得商標人同意，為行銷目的而於通一或類似服務，於結婚吧網站使用商標「艾美婚禮」，且將原告公司之場地布置照片(109年2月27日布置，地點為高雄市台鋁商場)，逕行加註「知百年」標示，致相關消費者有混淆誤認之虞	原證12-1
2	被告未得商標人同意，為行銷目的而於通一或類似服務，被告之Google商家照片使用商標「艾美婚禮」，且將原告公司之場地布置照片(108年11月9日布置，地點為高雄市林皇宮)，逕行加註「知百年」標示，致相關消費者有混淆誤認之虞	原證12-2
3	被告未得商標人同意，為行銷目的而於通一或類似服務，於結婚吧網站使用商標「艾美婚禮」，且將原告公司之場地布置照片(107年4月11日布置，地	原證12-3

	點為高雄市台鋁商場)，加註文字說明後公開之，致相關消費者有混淆誤認之虞	
4	被告未得商標人同意，為行銷目的而於通一或類似服務，於結婚吧網站使用商標「艾美婚禮」，且將原告公司之場地布置照片（107年5月26日布置，地點為高雄市大八大飯店），加註文字說明後公開之，致相關消費者有混淆誤認之虞	原證12-4