

广州白云山医药集团股份有限公司公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

广州白云山医药集团股份有限公司（“本公司”）获悉，本公司控股股东广州医药集团有限公司（“广药集团”）及全资子公司广州王老吉大健康产业有限公司（“王老吉大健康公司”）于近日收到广东省广州市中级人民法院（“广州中院”）关于原告王老吉大健康公司、原告广药集团诉被告广东加多宝饮料食品有限公司（“广东加多宝”）、被告广东胜佳超市有限公司（“胜佳超市”）、被告广东胜佳超市有限公司石牌东分店（“胜佳超市石牌东分店”）虚假宣传及商业诋毁纠纷一案“（2013）穗中法知民初字第499号”的《民事判决书》，现将相关情况公告如下：

一、基本情况

广药集团是“王老吉”商标的注册人，王老吉大健康公司是“王老吉”商标的合法被许可人，生产销售“王老吉”凉茶产品。广东加多宝于2013年3月起在媒体上发布、印制、宣传含有“中国每卖10罐凉茶7罐加多宝，怕上火更多人喝加多宝，配方正宗当然更多人喝”等广告语的平面媒体、电视广告及网络视频，并在广告视频罐体上打上“王老吉”三个字。胜佳超市、胜佳超市石牌东分店销售含有“全国销量领先的红罐凉茶——加多宝”产品包装，及其商场内张贴含有“中国每卖10罐凉茶7罐加多宝，怕上火更多人喝加多宝，配方正宗当然更多人喝”广告语的宣传单。

原告广药集团及王老吉大健康公司认为，加多宝红罐凉茶在“王

老吉改名加多宝”、“全国销量领先的红罐凉茶改名加多宝”广告语之后，又推出“中国每卖 10 罐凉茶 7 罐加多宝，怕上火更多人喝加多宝，配方正宗当然更多人喝”、“全国销量领先的红罐凉茶——加多宝”、“加多宝凉茶全国销量遥遥领先”广告语。这些广告语刻意将王老吉凉茶品牌的销量统计成加多宝凉茶的销量，使消费者误认为 2012 年前 3 季度凉茶销量领先和多年领先的凉茶品牌不是王老吉凉茶而是加多宝凉茶，构成虚假广告。被告广东加多宝生产、销售加多宝罐装凉茶主要在广东等地，其是广东等地上述虚假广告的受益者、关联者和发布者之一。该被告的行为直接贬低、损害了王老吉商标、商誉，并给原告造成巨大经济损失，构成虚假宣传和商业诋毁。被告胜佳超市和被告胜佳超市石牌东分店在店内张贴上述虚假广告语，与被告广东加多宝构成共同侵权。原告广药集团及王老吉大健康公司遂诉至广州中院。

二、诉讼判决情况

根据广州中院“(2013)穗中法知民初字第 499 号”《民事判决书》，判决结果如下：

1、被告广东加多宝于本判决发生法律效力之日起立即停止在广东地区媒体和产品包装上发布“中国每卖 10 罐凉茶 7 罐加多宝，怕上火更多人喝加多宝，配方正宗当然更多人喝”、“全国销量领先的红罐凉茶——加多宝”和“加多宝凉茶全国销量遥遥领先”的虚假广告语，并立即销毁含有上述虚假广告语的宣传物品；

2、被告胜佳超市石牌东分店于本判决发生法律效力之日起立即停止销售包装上印有“全国销量领先的红罐凉茶——加多宝”的加多宝红罐凉茶，并立即停止使用印有“中国每卖 10 罐凉茶 7 罐加多宝”的广告纸牌；

3、被告广东加多宝于本判决发生法律效力之日起三十日内在广州日报、南方日报、羊城晚报头版刊登声明消除影响（内容须经广州

中院审定，刊登的字体不得小于头版正文字体)；

4、被告广东加多宝于本判决发生法律效力之日起十日内赔偿原告王老吉大健康公司、原告广药集团人民币 500 万元；

5、驳回原告王老吉大健康公司、原告广药集团的其他诉讼请求。

如果未按判决指定的期间履行给付金钱义务，应当依照《中华人民共和国民事诉讼法》第二百五十三条之规定，加倍支付迟延履行期间的债务利息。

本案件受理费由被告广东加多宝负担。

特此公告。

广州白云山医药集团股份有限公司董事会

2014 年 11 月 18 日