



# 中国知识产权裁判文书网

China IPR Judgments & Decisions

IPR Division of Supreme People's Court, PRC & ChinaCourt.org

最高人民法院知识产权庭与中国法院网联合主办

现在位置: 本网首页 (返回) >> 著作权和邻接权 浏览文书

## 陕西省太白酒厂、陕西省太白酒业有限责任公司与陕西圆缘园餐饮有限公司商标侵权纠纷一案

提交日期: 2006-12-07 14:42:44

陕西高院知识产权庭维护

### 西安市中级人民法院

#### 民事判决书

(2006)西民四初字第139号

原告陕西省太白酒厂(以下简称太白酒厂)、陕西省太白酒业有限责任公司(以下简称酒业公司)与被告陕西圆缘园餐饮有限公司(以下简称圆缘园公司)商标侵权纠纷一案,本院于2006年6月20日受理后,依法组成合议庭,并于2006年8月1日公开开庭进行了审理。原告太白酒厂委托代理人叶静、霍飞,酒业公司委托代理人武斌,被告圆缘园公司法定代表人赵逢春到庭参加了诉讼。本案现已审理终结。

原告太白酒厂、酒业公司诉称,太白酒厂是1956年在太泉、溢成海、福长号、德胜茂、义永丰、裕德海等6家私竹作坊的基础上组建成公私合营的眉县太泉酒厂,1964年改名为地方国营宝鸡专区太白酒厂,1968年更名为地方国营眉县太白酒厂,1991年更名为陕西省太白酒厂,主产“太白”系列酒。经过50多年的发展,太白酒厂已是驰名全国的酿酒行业百强企业。1981年太白酒厂经国家商标局核准注册了、等56件“太白”系列商标。“太白”系列商标1992年至2006年被评为陕西省著名商标、中国知名品牌、全国白酒质量优秀产品。企业连续荣获全国食品行业及全国轻工业质量效益型先进企业、全国“守合同,重信用”企业、全国酿酒行业百强企业、全国商业百名信用企业、全国食品行业“诚信企业、放心食品”、中国商业名牌产品重点培植企业、中国酒业明星企业、陕西省优秀企业、陕西省文明单位、陕西白酒质量信得过企业等六十多项荣誉。太白酒厂的商业品牌和商业标志已被国家和广大消费者知晓和信赖。因此中文、商标已符合驰名商标的构成要件,客观上已达到驰名状态。2006年6月酒业公司发现圆缘园公司利用“世界杯”大肆宣传销售“太白”醪糟。“太白”醪糟包装醒目标示完全摹仿原告的中文、商标。醪糟和酒虽然按照国家商标局发布的《类似商品和服务区分表》不属同类商品,但在销售渠道、功能用途等多方面有较大程度的交叉、消费群体近似,易导致消费者发生混淆、误认,从而对原告的市场销售造成冲击,被告的行为严重侵犯了原告的商标专用权,构成不正当竞争。故诉至法院,请求判令:1、确认原告的中文商标(注册证号537373)、商标(注册证号117363)为驰名商标;2、被告立即停止侵权销售、销毁侵权标志、消除影响,恢复名誉;3、被告赔偿损失10000元;4、诉讼费由被告支付。

被告圆缘园公司辩称,太白商标不是太白酒厂独家占有的商标;酒与醪糟不属同类产品,二者在功能、用途、生产方式、销售渠道、消费对象等方面存在明显的不同,也非类似产品,被告不存在商标侵权的行为;原告“太白”商标并非驰名商标,不能获得扩大保护;原告的请求缺乏依据,不能成立,并请求驳回原告的诉讼请求。

根据太白酒厂、酒业公司与圆缘园公司的诉辩主张,本案争议的主要焦点问题是:酒与醪糟是否类似的商品;中文商标、商标是否为驰名商标;被告的销售行为是否构成商标侵权;损失的赔偿依据。

原告太白酒厂为支持其诉讼主张,向本院提交了以下证据:

1、原告企业法人营业执照、1981年注册的商标注册证(注册号:第117363号)、1995年商标注册证(注册号:第537373号)及原告近年来陆续注册的与“太白”相关的27件商标注册证书。以期证明太白酒厂的诉讼主体资格及自

1981年起太白酒厂就享有“太白”文字及图形注册商标共27件，依法享有商标专用权。

2、太白酒厂的荣誉证书。以期证明原告太白酒极负盛名，受到国家和政府及相关职能部门的高度认可，同时也证明了太白酒在全国各阶层中知名度很高，在全国有很高的声誉。

3、陕西眉县县志及档案馆资料。以期证明“太白”商标自1957年7月开始使用，具有悠久的历史，已被广大消费者所知晓和信赖；“太白”商标在产品上已得到广泛、醒目使用。

4、太白酒厂2003年至2005年资产负债表、利润及利润分配表、增值税专用发票、其他票据、相关合同。以期证明太白酒厂的销售额、利润、销售区域；太白酒厂为中国名牌企业；太白酒列为中国名酒，销售量居同类产品前列，销售面积覆盖国内十四个省市及地区；“太白”已具有极高的知名度，为广大经营者和消费者所熟知。

5、太白酒厂的广告代理合同及票据。以期证明原告近年来广告宣传区域和力度；原告在产品上长期大量地使用“太白”商标，为扩大消费者对“太白”商标的知晓程度，原告每年采用强大的广告攻势，借助中央电视台、各省市电视台、其他地方台、公交车体、多类报纸杂志、户外广告牌、展览会等各种媒体在全国范围内大力推广宣传“太白”商标。

6、冒充“太白”商标的假冒产品材料。以期证明“太白”酒市场占有率和品牌效力的逐年提高，侵权、傍名牌、搭便车、假冒“太白”酒现象时有发生，特别是在不同类别商品上模仿、复制、使用与“太白”相同或近似的商标现象也大量出现，致使消费者产生混淆和误认，这些商标侵权行为的数量越来越大，涉及范围越来越广，使“太白”商标的品牌形象受到严重损害，给消费者的利益带来极大的危害，干扰和破坏了正当的市场竞争秩序；大量侵权现象的发生，从反面也证明了“太白”商标知名度很高，是模仿和造假的主要对象。

7、各种含有“太白”的礼品、纪念品等。以期证明原告为更好的宣传“太白”商标，在人们日常生活中经常能接触到的日用品、娱乐工具上显示宣传“太白”商标。

8、陕西省工商行政管理局陕工商字（2006）6号文件及西安市工商行政管理局西工商字（2006）4号文件。以期证明“太白”商标知名度很高，在不同类似产品上已遭受到侵犯；陕西省工商局、西安市工商局已认定“太白”商标是驰名商标。

9、国家质量监督检验检疫总局公告及质量认证书。以期证明国家质检总局已对太白酒实施原产地域保护并授予原产地域产品专用标志荣誉。

10、陕西省西安市碑林区公证处公证书。以期证明被告擅自在其经营场所大门、场地内大量突出使用“太白”商标进行广告宣传，侵犯了原告商标专用权。

被告经对原告太白酒厂提供的证据质证后，对太白酒厂提交的证据1、2、3、4、5、6、7、8、9均无异议；对证据10真实性、合法性认可，但对其关联性不认可。

原告酒业公司对太白酒厂提供的证据均无异议。

原告酒业公司为证明其诉讼主张，向本院提交了商标使用许可合同。以期证明酒业公司在全国范围内对“太白”33类商标具有排他使用权。

被告经对原告酒业公司提供的证据质证后，对酒业公司提交的证据无异议。

原告太白酒厂对酒业公司提供的证据无异议。

被告为支持其主张，向本院提交了以下证据：

1、被告营业执照。以期证明其经营合法。

2、“太白”在国家商标局注册的信息。以期证明被告醪糟产品和原告受保护的产品非类似产品，原告不具有“太白”商标的专有使用权。

原告太白酒厂、酒业公司经对被告提供的证据质证后，对证据1、2真实性，合法性认可，但对其关联性不予认可。

经合议庭对太白酒厂、酒业公司、圆缘园公司提供的证据评议后，认证如下：

对太白酒厂提供的证据1、2、3、4、5、6、7、8、9圆缘园公司均无异议，本院予以认定；证据10圆缘园公司对真实性、合法性无异议，本院予以认定，对其关联性，因与法律规定相符，本院予以认定。

对原告酒业公司提供的证据，太白酒厂、圆缘园公司均无异议，本院予以认定。

对圆缘园公司提供的证据1、2真实性、合法性，太白酒厂、酒业公司均无异议，本院予以认定；对其证明醪糟和原告受保护的产品非类似产品，因与事实相符，本院予以认定，对其证明原告不具有“太白”商标的专有使用权，因与法律规定不符，本院不予认定。

根据太白酒厂、酒业公司、圆缘园公司提供的证据和各自发表的质证意见，本院经审理查明以下事实：

1981年5月1日陕西眉县太白酒厂经国家工商行政管理局商标局（以下简称商标局）核准，获得 注册商标专用权，核定使用商品为第36类（现为《类似商品和服务区分表》核定使用商品国际分类第33类）的“含酒精的饮料（啤酒除



外) ”等商品。商标注册证注册号第117363号。1990年2月15日经商标局核准变更注册人为陕西省太白酒厂。2002年1月24日商标局核准第117363号商标续展注册, 续展注册有效期自2003年3月1日至2013年2月28日。1990年12月20日国营陕西省眉县太白酒厂又经商标局核准, 获得“ ”商标, 核定使用商品33类, 商标注册号为第537373号。1995年8月7日经商标局核准变更注册人为陕西省太白酒厂, 2000年12月21日商标局核准第537373号续展注册, 有效期自2000年12月20日至2010年12月19日。2006年5月16日太白酒厂和酒业公司签定了商标排他使用许可合同, 约定太白酒厂将其注册的太白文字及图形商标许可酒业公司自2006年5月21日起至2010年5月20日在全国范围内使用。太白酒厂是酒业公司的股东。

另查明, 太白酒厂是1956年在太泉、溢成海、福长号、德胜茂、义永丰、裕德海等6家私营作坊的基础上, 组建成分私合营的眉县太泉酒厂, 1964年改名为地方国营宝鸡专区太白酒厂, 1968年9月更名为地方国营眉县太白酒厂, 1991年更名为陕西省太白酒厂, 主产“太白”系列酒。2003年至2005年太白酒厂的销售收入分别为145299719.89元、168289734.43元、198122367.05元; 主营税金分别为12971199.98元、22688743.34元、17888409.31元; 销售面积覆盖了陕西、甘肃、北京、湖北、山东、福建、浙江、广东、四川等省市。

1988年7月7日眉县太白酒厂的“太白”商标经陕西省首届商标评奖展览评委会评定荣获三等奖。1988年12月27日“太白”牌55度太白酒在首届中国食品博览会名、特、优、新产品的评选中获得博览会金奖。1989年7月太白酒厂展出的60度特制太白酒荣获首届北京国际博览会银奖。1989年10月国家技术监督局对太白酒厂生产的太白酒颁发了银质奖章。1992年9月15日“太白”牌白酒被陕西省工商行政管理局评为陕西省首届著名商标。1995年12月“太白”牌白酒被陕西省人民政府认定为陕西名牌产品。1999年12月3日“太白”牌白酒被中国食品工业协会认定为国家质量达标食品。2001年11月中国质量检验协会向太白酒厂颁发了国家权威检测合格产品。2003年3月中国食品工业协会授予太白酒厂生产的太白牌系列白酒为全国食品行业“诚心企业、放心食品”称号。2004年3月太白酒厂荣获国家工商行政管理总局颁发的全国守合同重信用企业; 同时经国家统计局工业交通统计司、中国食品工业协会对2003年白酒工业企业进行综合实力评价, 太白酒厂名列“中国白酒工业百强企业。”2004年4月1日陕西省人民政府授予太白牌系列白酒为陕西省名牌产品。2004年12月中国食品工业协会白酒专业委员会授予太白牌系列白酒“中国白酒质量优秀产品”称号。期间太白酒厂还获得了中国方圆标志认证委员会质量认证中心颁发的质量体系认证证书。

2000年以来太白酒厂先后在《陕西旅游》、《消费者导报》、《西安晚报》、陕西人民广播电台、宝鸡电视台、《经理日报》、《中国旅游报》、《中国食品质量报》、登机牌等媒体进行了广告宣传。2005年12月23日太白酒厂委托北京绎龙中视广告有限公司在中央电视台安排广告播出事宜, 同时在《环球旅游》杂志上赠送6期内页整版“太白酒全国招商”广告。2006年酒业公司委托陕西正远广告有限公司代理发布秋季全国糖酒会户外广告。太白酒厂为上述广告支出了相当数额的费用。另外太白酒厂为扩大宣传, 制作了各种纪念品, 在杯子、打火机、钥匙扣、扑克牌等日常用品中, 醒目标志太白字样, 并将这种标有太白字样的促销品、赠品大量投入社会。

2003年至2005年陕西省宝鸡市工商行政管理局对侵犯“太白”商标专用权的行为人进行了多次行政处罚。2005年4月15日国家质量监督检验检疫总局以2005年第59号公告自即日起对太白酒实施原产地域保护。

2006年1月16日陕西省西安市工商行政管理局以西工商字(2006)4号签发了“关于‘太白’图形商标申请中国驰名商标的报告”, 内容载明: 同意太白酒厂在酒(饮料)、果酒(含酒精)、蒸煮提取物(利口酒和烈酒)商品上申请、商标为中国驰名商标, 并请陕西省工商行政管理局报送国家工商行政管理总局审定。2006年1月17日陕西省工商行政管理局以陕工商字(2006)6号向国家工商行政管理总局报送了“关于认定‘太白’图形商标为驰名商标的请示”, 请求认定、商标为驰名商标。

再查明, 2006年6月酒业公司发现圆缘园公司在其店内外宣传“太白冰醪糟”, 使用了、商标。2006年6月20日酒业公司诉至法院。2006年7月6日陕西省西安市碑林区公证处对位于陕西省西安市兴庆南路89号启光大厦的“馨泽茶苑”的“太白冰醪糟”的宣传横幅和店门口和店内张贴的广告宣传画进行了拍摄。2006年7月10日太白酒厂以原告的身份申请参与诉讼。“醪糟”按《类似商品和服务区分表》为第三十类, 本类主要包括日用或贮藏用的来自植物内的食品, 以及调味佐料。“醪糟”属于该类别中3007方便食品群组中的一种。太白酒厂、酒业公司在审理期间称仅起诉商标侵权, 并放弃消除影响、恢复名誉的请求。太白酒厂未能提供请求圆缘园公司赔偿损失10000元的充分证据。圆缘园公司也未能提供销售商品的合法来源。

本院认为, 本案主要涉及以下问题:

一、关于太白酒厂、酒业公司的诉讼主体是否适格的问题。

最高人民法院《关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第三条第一款第(二)项规定: 排他使用许可, 是指商标注册人在约定的期间、地域和以约定的方式, 将该注册商标仅许可一个被许可人使用, 商标注册人依约定可以使用该注册商标但不得另行许可他人使用该注册商标。第四条第二款规定: 在发生注册商标专用权被侵害时, 排他使用许可合同的被许可人可以和商标注册人共同起诉, 也可以在商标注册人不起诉的情况下, 自行提起诉讼。本案中酒

业公司以商标侵权纠纷将圆缘园公司诉至法院后，因其与太白酒厂签定的是排他使用许可合同，并非、商标的注册人，后太白酒厂申请以共同原告的身份参加诉讼，符合法律规定，因此太白酒厂、酒业公司作为本案共同原告，诉讼主体是适格的。太白酒厂经商标局核准，获得、注册商标专用权，核定使用商品为《类似商品和服务区分表》国际分类第33类“含酒精的饮料（啤酒除外）”，其合法的权益应受法律保护。

## 二、关于酒与醪糟是否类似商品的问题。

酒与醪糟不是相同的商品是众所周知的事实，但二者是否属于类似的商品，是否会使消费者对两种产品的提供者产生必然的联系，是本案的问题之一。本院注意到醪糟和白酒在加工过程中有相似之处，但两种产品有实质的区别，主要体现在1、醪糟属一种液体方便食品，主要功能是充饥解渴，并能获得良好的口感，而白酒并没有此功能。2、醪糟面对的消费群体具有普遍性，老少皆宜，而白酒主要面对成年男性消费者。3、二者的销售渠道也有所不同，醪糟在饭店主要由厨师在厨房对原产品简单加工而成，在商场则和其它食品摆放一起出售，而白酒在酒店一般在前台陈列，在商场则有单独货柜出售。因此醪糟和白酒在制作工艺、功能、用途、消费对象、销售渠道等方面都有较大的不同，正因为如此《类似商品和服务区分表》将白酒划分在33类即含酒精的饮料，醪糟划分在30类，本类主要包括日用或贮藏用的来自植物内的食品，以及调味佐料。“醪糟”属于该类别中3007方便食品群组中的一种。由此说明，白酒和醪糟并非《商标法》上的类似商品。

## 三、关于 商标（注册号第117363号）、 商标（注册号为第537373号）是否为驰名商标的问题。

如前所述，白酒和醪糟既不属于相同商品，也非类似商品，依照普通的商标侵权案件的侵权认定规则，已不能满足保护该商标的需要，也就是说，争讼之商标是否驰名商标是解决本案圆缘园公司是否侵权的前提条件。太白酒厂、酒业公司请求法院认定 商标（注册号第117363号）、 商标（注册号为第537373号）为驰名商标。而所谓驰名商标是指在我国境内为相关公众广为知晓并享有较高声誉的商标，商标驰名与否取决于商标权人对于商标的经营、维护，是一个动态的变化的事实状态。根据《中华人民共和国商标法》第十四条规定：认定驰名商标应当考虑下列因素：（一）相关公众对该商标的知晓程度；（二）该商标使用的持续时间；（三）该商标的任何宣传工作的持续时间、程度和地理范围；（四）该商标作为驰名商标受保护的记录；（五）该商标驰名的其它因素。本案中，1、太白酒厂是1956年在6家私营作坊的基础上，组建成公私合营的眉县太泉酒厂，1964年改名为地方国营宝鸡专区太白酒厂，1968年9月更名为地方国营眉县太白酒厂，1991年更名为陕西省太白酒厂，主产“太白”系列酒。为保护太白酒的知名度，太白酒厂自1981年起至今在国家商标局先后注册了“太白”等系列商标，由此事实证明，“太白”商标使用的持续时间已有多年的历史。2、太白酒厂经过长时间的发展，已成为全国酒业的名牌企业，曾被国家评为“全国重合同守信用企业”、“中国白酒工业百强企业”、“省级优秀企业”，太白酒厂生产的白酒被认定为“中国白酒质量优秀产品”、“国家质量达标食品”、“陕西省著名商标”、“陕西省名牌产品”，并在各种国家级展览会上获得多项金奖、银奖等荣誉称号，这些荣誉充分证明了太白商标极负盛名，受到国家和政府的认可，已被相关公众所知悉和信赖，在全国拥有大量的消费者和较高的知名度。3、太白酒厂为保持知名度，扩大和保持消费者对太白商标知晓和知名度，分别在中央电视台、宝鸡市电视台、《经理日报》、《中国旅游报》、《环球旅游》等媒体和户外进行了广告宣传，推广该品牌；并投入了巨额的广告费用。4、随着太白酒厂经营的扩大及知名度的逐年提高，借用消费者对太白商标的信任和良好声誉在不同类别商品上模仿、复制、使用与“太白”相同或近似的商标现象也大量出现，致使相关公众产生混淆和误认，这些商标侵权行为为干扰和破坏了市场竞争秩序。同时从反面也说明了“太白”商标的知名度，加之陕西省工商行政管理局、西安市工商行政管理局对太白酒厂“太白”商标已认定达到驰名状态，这些事实表明“太白”商标受到保护的纪录。5、太白酒每年的销售额稳步上升，其中2003年约14530万元，2004年约16829万元，2005年约19812万元。太白酒厂在经销方式上也采用了各种促销方式，在人们日常生活中经常接触的杯子、打火机、钥匙扣、扑克牌等用品中，醒目标志太白字样，太白酒厂将这种标有太白字样的促销品、赠品大量投入社会，宣传“太白”商标，从而使消费者能更方便更直接地知晓“太白”商标。同时太白酒厂凭借有利的自然资源，经国家质检总局批准对其实施原产地地域保护，并授予原产地域产品专用标志。以上事实可以证明，“太白”商标符合法律规定的驰名商标的构成要件，故本院依据最高人民法院《关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第二十二条“人民法院在审理商标纠纷案件中，根据当事人的请求和案件的具体情况，可以对涉及的注册商标是否驰名依法作出认定。认定驰名商标，应当依照商标法第十四条的规定进行”之规定，结合本案查明的事实，本院依法认定太白酒厂、 商标在酒产品上已构成驰名商标。圆缘园公司辩称太白酒厂的、 商标并非驰名商标，事实依据不足，本院依法不予采信；太白酒厂请求认定、 商标为驰名商标，有事实和法律依据，本院依法予以支持。这里需要指出的是人民法院认定驰名商标，是作为审理案件需要查明的事实看待，当事人关于认定驰名商标的请求，其性质是要求法院查明事实，不构成单独的诉讼请求。

## 四、关于圆缘园公司使用“太白”商标是否构成侵权的问题。

商标的主要功能在于使相关公众通过商标识别不同商品的来源，避免相关公众对不同来源的商品产生混淆、误



认。、 商标作为驰名商标，应当受到在普通商标一般保护的基础上的更高水平的保护。《中华人民共和国商标法》第五十二条第（五）项规定：给他人的注册商标专用权造成其他损害的，属侵犯注册商标专用权。最高人民法院《关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第一条第一款第（二）项规定：复制、摹仿、翻译他人注册的驰名商标或其主要部分在不相同或者不类似商品上作为商标使用，误导公众，致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的；属于商标法第五十二条第（五）项规定的给他人注册商标专用权造成其他损害的行为。本案中圆缘园公司在其店内外宣传“太白冰醪糟”，使用了、 商标，因诉争商标是驰名商标，有一定的知名度和显著性，易引起相关公众的注意程度，且圆缘园公司是将该文字和图形作为商业标示使用，易使相关公众对商品的来源产生误认或者认为其来源与太白酒厂注册商标的商品有特定的联系，损害了太白酒厂、酒业公司的商誉，故太白酒厂、酒业公司起诉认为圆缘园公司的行为侵犯了太白酒厂的商标专用权，请求其停止侵权，符合法律规定，本院依法予以支持。圆缘园公司认为“太白”商标不是太白酒厂独家占有的商标，其不存在商标侵权的行为，“太白”商标并非驰名商标，不能获得扩大保护，与事实不符，本院依法不予支持。

#### 五、关于本案损害赔偿额的确认之问题。

根据《中华人民共和国商标法》第五十六条“侵犯商标专用权的赔偿数额，为侵权人在侵权期间因侵权所获得的利益，或者被侵权人在被侵权期间因被侵权所受到的损失，包括被侵权人为制止侵权行为所支付的合理开支。前款所称侵权人因侵权所得利益，或者被侵权人因被侵权所受到的损失难以确定的，由人民法院根据侵权行为的情节判决给予50万元以下的赔偿。销售不知道是侵犯注册商标专用权的商品，能证明该商品是自己合法取得的并说明提供者的，不承担赔偿责任”及最高人民法院《关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第十六条“侵权人因侵权所获得的利益或者被侵权人因被侵权所受到的损失均难以确定的，人民法院可以根据当事人的请求或者依职权适用商标法第五十六条第二款的规定确定赔偿数额。人民法院在确定赔偿数额时，应当考虑侵权行为的性质、期间、后果、商标的声誉、商标使用许可费的数额、商标使用许可的种类、时间、范围及制止侵权行为的合理开支等因素综合确定”之规定，太白酒厂、酒业公司请求圆缘园公司赔偿损失，符合法律规定，本院依法予以支持。但由于太白酒厂、酒业公司未能提供证据证明圆缘园公司在侵权期间的获利情况及提供其因侵权所受到的损失，圆缘园公司也未能提供销售商品的合法来源，太白酒厂、酒业公司请求圆缘园公司赔偿损失10000元，根据《中华人民共和国民事诉讼法》第六十四条“当事人对自己提出的主张，有责任提供证据”之规定，本院依法不予全额支持。同时考虑到本案的实际情况及圆缘园公司侵权行为的性质、情节、持续期间、范围和侵权人的主观过错程度等因素，本院酌情确定赔偿数额为3000元人民币。

综上所述，本院判决如下：

一、本判决生效后陕西圆缘园餐饮有限公司立即停止侵犯

陕西省太白酒厂、陕西省太白酒业有限责任公司商标专用权的行为；

二、本判决生效后十日内陕西圆缘园餐饮有限公司赔偿陕西省太白酒厂、陕西省太白酒业有限责任公司损失3000元；

三、驳回陕西省太白酒厂、陕西省太白酒业有限责任公司其余诉讼请求。

案件受理费1410元，由太白酒厂、酒业公司负担280元，圆缘园公司负担1130元。

如不服本判决，可在判决书送达之日起十五日内，向本院递交上诉状，并按对方当事人的人数提出副本，上诉于陕西省高级人民法院。

审 判 长 姚 建 军

审 判 员 张 桂 春

代理审判员 张 熠

二〇〇六年八月二十六日

书 记 员 乌 博

中国法院国际互联网站版权所有，未经协议授权，禁止下载使用或建立镜像

Copyright©2002-2008 by ChinaCourt.org All rights reserved.

Reproduction in whole or in part without permission is prohibited