

亚洲域名争议解决中心

北京秘书处

行政专家组裁决

案件编号: CN-0900297

投诉人: SOCIETE JAS HENNESSY & CO. (法国轩尼诗公司)

被投诉人: gu yuhui (顾玉辉)

争议域名: xuannishewine.com

注册商: 广东时代互联科技有限公司

1、案件程序

本案投诉人是法国轩尼诗公司 (SOCIETE JAS HENNESSY & CO.), 注册地址是 RUE DE LA RICHONNE, 16100 COGNAC, FRANCE。在本案中, 投诉人委托的代理人是上海恒峰律师事务所。

本案被投诉人是 gu yuhui (顾玉辉), 其在域名注册信息中预留的地址是: hangzhou qingchun lu (杭州庆春路9号长堤明苑23楼H座)。被投诉人未提交答辩, 亦未委托代理人参与本案程序。

本案争议域名是 xuannishewine.com; 该争议域名的注册商是广东时代互联科技有限公司。

2009年7月1日, 投诉人根据互联网络名称及数码分配公司 (ICANN) 施行的《统一域名争议解决政策》(以下简称《政策》)、《统一域名争议解决政策之规则》(以下简称《规则》) 及亚洲域名争议解决中心 (ADNDRC) 施行的《统一域名争议解决政策之补充规则》(以下简称《补充规则》), 向亚洲域名争议解决中心北京秘书处 (以下简称“中心北京秘书处”) 提交了投诉书, 并选择由一人专家组审理本案。

2009年7月3日, 中心北京秘书处向投诉人发送通知, 确认收到投诉书。同日, 中心北京秘书处向域名注册商广东时代互联科技有限公司发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。

2009年9月10日, 注册商广东时代互联科技有限公司回复, 确认争议域名系在该公司注册, 注册人为本案被投诉人。目前该域名仍处于禁止转移状态。

2009年9月16日, 中心北京秘书处向被投诉人送达了投诉书传递封面, 并

转去投诉人的投诉书。

2009年9月22日，中心北京秘书处在审查认定投诉书符合规定形式，并收到投诉人缴纳的费用的情况下向投诉人、被投诉人及域名注册商发送程序开始通知，同时告知被投诉人按照《规则》及《补充规则》之规定，于20个历日内提交答辩书。

至2009年10月12日，被投诉人未提交答辩。

2009年10月21日，中心北京秘书处向投诉人及被投诉人发送缺席审理通知。同日，中心北京秘书处向候选专家唐广良发送选定通知，征求其关于是否同意作为独任专家解决本案争议的意见。候选专家唐广良当日回复中心北京秘书处，表示同意接受指定，并保证独立、公正地审理案件。

2009年10月30日，中心北京秘书处向投诉人、被投诉人及候选专家发送专家指定通知，确定指定唐广良为本案专家，成立独任专家组，并将案件移交专家组。

根据《规则》第6条(f)和第15条(b)之规定，专家组应于2009年11月13日之前(含11月13日)作出裁决，并将裁决提交中心北京秘书处。

2、基本事实

投诉人：

投诉人法国轩尼诗公司(SOCIETE JAS HENNESSY & CO.)，又称雅斯.埃内西有限公司，成立于1756年，是世界著名的酒类厂商，其生产的“轩尼诗/Hennessy”干邑在全世界均享有极高的声誉，被誉为世界销量第一的干邑。

在数百年的经营历史中，法国轩尼诗公司为白兰地酒产业做出了诸多贡献。1830年，轩尼诗公司率先使用玻璃瓶酒樽灌装、售卖白兰地酒。1865年，轩尼诗公司首创了三星干邑的概念，并最早采用在瓶身标注星型图案的方式来划分干邑等级。1870年，世界上最高级别的干邑“XO”于轩尼诗酒厂诞生，同时，轩尼诗酒厂于1900年正式向法国政府申请登记“XO”这一新的干邑级别，成为“XO”的创始者。轩尼诗公司在业内的非凡成就，使其获得了极高的评价及声誉，并成为了白兰地酒的代名词，一直流传至今。同时网络权威资料库如维基百科、百度百科等更是将轩尼诗公司及其“轩尼诗/Hennessy”等品牌信息录入其资料库中以专栏形式进行介绍。

经过数代轩尼诗经营者的不懈努力，“轩尼诗/Hennessy”商标在全世界获得了极高的消费者认可度及品牌知名度。自 2003 起至今，“轩尼诗/Hennessy”品牌每年均入选由美国《商业周刊》（Business Week）发布的全球品牌 100 强排行榜。在《福布斯》（Forbes）发布的世界顶级奢侈品牌榜上，“轩尼诗/Hennessy”亦是坐上常客。同时，在《商界》等中文杂志主办的多份榜单上，也可以常常见到“轩尼诗/Hennessy”品牌的身影。

作为世界知名品牌的“轩尼诗/Hennessy”干邑同样深受中国消费者的喜爱。从 19 世纪 60 年代开始，“轩尼诗/Hennessy”品牌即已进入中国市场。近年来，轩尼诗公司在中国投入了大量的费用用于推广轩尼诗品牌，并以纸质媒体、电视广告、酒会及展览会等多种形式对于“轩尼诗/Hennessy”进行了全方位的推广，使轩尼诗高端、时尚的形象深入人心，并赢得了消费者的一致认同，2000 年，“HENNESSY VSOP”占据了我国洋酒电视广告投放量的前三位。另据统计，2005 年原告在中国的销售额将近 12 亿元人民币。2009 年，轩尼诗获得了改革开放 30 年“商界精英最喜爱的品牌之铂金奖”得主。中国已成为轩尼诗的全球最大的市场。

轩尼诗公司的“轩尼诗/Hennessy”系列商标在中国的声名日盛的同时，却也遭到了若干不法分子的侵权。轩尼诗公司十分重视对于知识产权的保护工作，每年均投入大量的财力用于打击侵犯其知识产权的行为，并通过一系列行政、司法手段维护自身的合法权益。同时，投诉人参加了国际洋酒协会（IFSP），并通过该协会与中国的相关机构进行定期的市场调查及打假维权行动，取得了一系列成就。仅 2005 年一年，投诉人通过该协会实施的维权行动就有 200 多次。在轩尼诗产品的维权过程中，也得到了来自全国各地行政、司法机关的大力支持与配合。

2007 年，汕头市中级人民法院在处理雅斯 埃内西有限公司（即法国轩尼诗公司）诉汕头市嘉柔化妆品有限公司商标侵权纠纷案件中，认定其“HENNESSY”商标为驰名商标。这充分体现了轩尼诗系列产品及“HENNESSY”商标及品牌已在中国大陆享有盛誉并具有广泛知名度。


被投诉人：

被投诉人是 gu yuhui (顾玉辉)，其在域名注册信息中预留的地址是：hangzhou qingchun lu (杭州庆春路9号长堤明苑23楼H座)。被投诉人未提交答辩，亦未委托代理人参与本案程序。

3、当事人主张

投诉人的主张包括：

(一) 投诉人的合法权益

投诉人称，在中国，法国轩尼诗公司 (SOCIETE JAS HENNESSY & CO.) 最早在1995年就在第33大类上获准取得第725686号“軒尼詩”中文商标的专有权，随后又在1996年在第33大类上获准取得第890628号“Hennessy”英文商标及第890643号“”手持战斧图形商标的专有权，并在2005年获准取得3909238号“轩尼诗”中文商标。

在中国，轩尼诗公司还通过注册申请或国际注册的领土延伸保护获得了包括“Hennessy”、“軒尼詩”在内的包括第32、33类及第9、14、15、16、21、41、42类的注册；同时，在中国还注册了“Hennessy”的中文“轩尼诗”商标、“李察·轩尼诗肖像”商标及“手持战斧图形”的商标，类别包括第9、14、26、18、25、32、33、34、41、43类等。

(二) 争议域名与“轩尼诗”字号/商标的拼音高度相似，具有足以导致混淆的近似性

具体理由又包括——

第一，“轩尼诗”中文字号享有极高知名度

为了便于更好地开发中国市场，法国轩尼诗公司 (SOCIETE JAS HENNESSY & CO.) 向来是以“法国轩尼诗公司”的中文字号在中国大陆从事商业活动的，无论是在展会、新闻报道，还是在官方名称使用、广告宣传过程中，投诉人向来是以“轩尼诗”作为其唯一中文字号的，“轩尼诗”已成为了投诉人在中国公开宣布的与“Hennessy”形成唯一对应的正式中文商业名称。作为世界顶级的酒类品牌以及世界知名奢侈品之一，同时作为在中国市场上享有盛名的洋酒品牌，“轩尼诗”中文字号已在相关公众中具备极高的知名度。相关公众在见到与“轩尼诗”有关的文字时，会自然将其与“Hennessy”品牌及法国轩尼诗公司建立起唯一对应的联系。

第二，“轩尼诗”中文商标享有极高知名度

法国轩尼诗公司（SOCIETE JAS HENNESSY & CO.）在中国市场开展业务时向来是以“轩尼诗”中文注册商标来对应其产品及品牌的，“轩尼诗”中文注册商标也成为了投诉人在中国公开宣布的与“Hennessy”驰名商标形成唯一对应的正式中文商标名称。无论是在展会、新闻报道，还是在官方名称使用、广告宣传过程中，投诉人向来是以“轩尼诗”作为其唯一中文商标的。

“轩尼诗”中文商标的注册时间远远早于争议域名的注册时间，并且从上述对于“轩尼诗”品牌的介绍可以看出，“轩尼诗”中文商标早已在相关公众中具备了极高的知名度，实际上已经处于驰名状态。相关公众在见到与“轩尼诗”有关的文字时，会立即将其与法国轩尼诗公司及其相关“Hennessy”品牌、服务建立起唯一对应的联系。

第三，争议域名与“轩尼诗”字号/商标的拼音高度相似，具有足以导致混淆的近似性

争议域名的显著部分为“xuannishiwine”，由“xuannishi”和“wine”组成。其中“wine”在英语中是“葡萄酒”的意思，属于通用名词，不具有显著性，因此该域名的显著区分部分实为“xuannishi”。投诉人的注册商标/商号“轩尼诗”的拼音为“xuan ni shi”，与争议域名的显著部分拼写完全相同。众所周知，拼音与汉字本就具备对应的关系。并且，由于轩尼诗公司在中国大陆地区一直是使用“轩尼诗”中文商号/注册商标从事经营活动的，而另一方面，经过多年来的长期使用，“轩尼诗”字号在中国享有盛名，“轩尼诗”注册商标同样享有盛誉，为大众所熟知，因此极易使相关公众在看到“xuannishi”拼音时将其与“轩尼诗”中文形成对应，致使“xuannishi”与“轩尼诗”在实际使用中根本无法区分。

同时，通过登录争议域名所指向的网站可以发现，在该网站的主页上，左上角的“飘带”中突出标有“法国轩尼诗红酒”字样，而该网站上更有关于“法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司”的介绍。这些信息中均突出使用了“轩尼诗”中文字样，与争议域名的关键词“xuannishi”拼音形成对应。因此，投诉人更有理由相信，争议域名的关键词“xuannishi”实为“轩尼诗”的拼音形式，极易使相关公众将此处的“xuannishi”与“轩尼诗”形成唯一的对应性联系，从而在实际使用过程中将其与“轩尼诗”商号/商标构成混淆性相似。

另外，“wine”的中文含义是“葡萄酒”，而争议域名的网站上又标有“轩尼诗葡萄酒”字样，与争议域名主体“xuannishiwine”的中文含义“轩尼诗葡萄酒”形成对应。再考虑到“葡萄酒”的产品类别属于“轩尼诗”商标核准使用的第33大类（酒类），而众所周知的是，酒类产品一向都是轩尼诗产品的主营业务范围，因此相关大众在看到争议域名时，会立即将争议域名与“轩尼诗葡萄酒”形成对应，从而将争议域名与投诉人法国轩尼诗公司的品牌、产品及服务联系在一

起，最终导致大众的混淆。

需要指出的是，投诉人在多个大类核准注册的繁体中文商标“軒尼詩”的拼音同样是“xuannishi”，与争议域名的主体部分同样形成混淆性近似。

基于以上分析，投诉人认为，争议域名注册人所注册的“xuannishiwine”域名，其主体部分分明就是“轩尼诗”中文商号/商标的拼音，而注册人将该系争文字进行注册的目的即是为了与其网站上的“轩尼诗”、“轩尼诗葡萄酒”构成唯一的对应性，从而造成其与投诉人的“轩尼诗”/“軒尼詩”商标之间的混淆。因此，争议域名的显著部分与投诉人享有合法权益的商号/注册商标“轩尼诗”具有混淆性的近似。

（三）争议域名持有人对域名及其主要部分不享有合法权益。

经过投诉人在中国商标网上的查询，被投诉人“gu yuhui”从未注册过任何商标。而从其名称“gu yuhui”上来看，也无法看出其对争议域名“xuannishiwine”享有何种合法权益。


（三）争议域名持有人对域名的注册和使用具有恶意


第一，争议域名网页上所显示的“法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司”之侵权事实

“法國軒尼詩葡萄酒（香港）集團股份有限公司”是中国大陆自然人顾玉辉（GU YU HUI）于2007年1月16日在香港进行注册的公司。该公司在企业名称中使用了“法國軒尼詩”字号，其中“軒尼詩”更是与投诉人享有合法权益的商标“軒尼詩”完全相同。在该公司在大陆地区从事的商业活动中，一直使用的是中文简体形式的“法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司”，其中的字号“轩尼诗”亦是与投诉人的“轩尼诗”注册商标完全相同。针对该公司的侵权行为，法国轩尼诗公司于2008年向香港高等法院提起民事诉讼，以维护自己的合法权益。香港高等法院经过审理，认定“法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司”的字号侵犯了法国轩尼诗公司的注册商标权，并判决要求“法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司”停止使用任何带有“轩尼诗”/“軒尼詩”字样的商标、字号、标识等。


根据以上事实可知，“法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司”针对法国轩尼诗公司的商标侵权行为已得到了司法认定，并被司法机关判决停止侵权行为。因此，所谓的“法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司”其实并不合法存在。被投诉人的行为属于虚假宣传的行为，目的即是为了利用字号中的“轩尼诗”文字造成与投诉人之间的混淆。

第二，争议域名网页上所显示的“”斧头标识及“法国轩尼诗红酒”字样之侵权事实

法国轩尼诗公司早在 1996 年就于 33 大类上获准取得了第 890643 号“”（手向左）手持战斧图形商标的专有权。该标识以弯曲的手臂拿着金色战斧作为图案商标。根据上述对于轩尼诗品牌的介绍可得知，通过世界范围内数百年的使用以及中国市场数十年的实际使用，轩尼诗产品的“手持金色战斧”商标早已经深入人心。相关大众在看到如上的手持战斧图形时，一般均会将其与轩尼诗系列产品联系在一起。

在争议域名的网页上，突出标有“”（手向右）斧头标识。该标识与投诉人的第 890643 号图形商标相比，无论是手臂的形态、战斧的外形，均完全相同。唯一的区别只是两图形的方向呈水平对称，而如此细微的差别根本不足以将两标识进行区分。争议域名的网站上多处突出使用与投诉人的注册商标高度近似的斧头标识，极易令相关公众误认为该标识系轩尼诗的“手持金色战斧”商标。另外，在争议域名的网站首页左上方所闪现出一根飘带内标有“法国轩尼诗红酒”的字样。再加上前述的“手持金色战斧”标识，足以令相关公众在登陆该页面后即认为该网站及其展示的产品与轩尼诗公司存在某种联系，并进行下一步的点击。


第三，争议域名网页上宣传的产品与轩尼诗系列产品属于同类产品

在争议域名的网页上展示了一些葡萄酒系列产品的信息。这些葡萄酒系列产品名为“Habsburg”（哈布斯堡），在该产品上均突出标有“”斧头标识，并宣称自己为“法国轩尼诗红酒”。而投诉人法国轩尼诗公司自成立以来数百年时间内一向都是世界酒类行业的先驱，并且，“轩尼诗”商标也是核定使用在第 33 大类（酒类）上的。争议域名使用人在网站上使用与投诉人商标近乎相同的斧头商标，并销售与投诉人同类的葡萄酒类产品，其目的显然是为了与投诉人产品、商标及服务的混淆，以谋取不正当利益。

第四，有关争议域名的注册、使用人针对“法国轩尼诗公司”的违法行为

根据 Whois-search.com 数据库资料显示，争议域名的注册人为“gu yuhui”，联系地址为：hangzhou qingchun lu。根据争议域名网站上的联系方式显示，网站联系人为“顾经理”，地址为“杭州市庆春路 11 号长堤明苑 23 楼 H 座”。另外根据香港公司注册处的登记记录，“法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司”的注册人为“顾玉辉（GU YU HUI）”。并且，争议域名的注册时间“2007

年2月14日”与“法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司”的注册时间“2007年1月16日”又是如此相近。因此，投诉人认为，上述三组信息中的顾玉辉（GU YU HUI）实为同一人。

如上文所述，法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司系大陆自然人顾玉辉在香港进行注册的。而顾玉辉在香港注册了该公司之后，又授权国内的杭州勃根地葡萄酒有限公司（以下简称“勃根地公司”）在大陆地区进行“Habsburg（哈布斯堡）”系列葡萄酒的生产、销售，并授权勃根地公司在“Habsburg（哈布斯堡）”系列产品上使用“”斧头标识及“法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司”的企业名称。


这种假借香港公司授权国内公司代理生产、销售的行径，实际违反了我国《公司法》的有关规定，属于恶意注册的行为，其成立公司的初衷即为了使用侵权手段为自己谋取非法利益。这样的行为也是近年来众多不法厂商所一向使用的“傍名牌”、“搭便车”的侵权手段，其目的即为了以合法手段掩盖非法目的，是为中国法律所不允许的。因此，杭州市工商行政管理局依法对“杭州勃根地葡萄酒有限公司”及其法定代表人“顾玉辉”进行了查处，并对其侵权性质予以了认定。


然而，在顾玉辉（gu yuhui）及其“勃根地公司”的侵权行为受到了行政处罚后，其非但没有停止其侵权行为，反而变本加厉地进行侵权产品的销售及侵权信息的发布。根据上述分析，投诉人认为，争议域名实际上即为“法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司”的注册人“顾玉辉（gu yuhui）”所注册。而顾玉辉注册争议域名的目的显然是想通过互联网途径继续其推广侵权产品的违法行为。鉴于顾玉辉及其“杭州勃根地葡萄酒有限公司”曾因同样的侵权事实受到工商查处，却不思悔改，反而变本加厉地继续其侵权行为，并将恶劣影响急剧扩大。这种无视国家法纪的行为，是为权利人所不能容忍的，同样应当受到法律的严惩。

第五，注册人明知“轩尼诗”的知名程度而进行恶意注册

争议域名的注册时间是2007年2月14日，此时投诉人的“轩尼诗/Hennessy”注册商标已实际处于驰名状态，“轩尼诗”商标已享有盛誉并为广大公众所熟知。争议域名注册人所经营的业务范围与轩尼诗公司处于同一行业，所以其不应当也不可能不知晓“轩尼诗公司”及其“轩尼诗”商标所享有的权利。投诉人认为，被投诉人是在明知“轩尼诗”品牌合法权益的前提下注册争议域名的，其目的即为了混淆其与轩尼诗品牌之间的区别，属于恶意注册的行为。

根据上述事实，投诉人得出结论：大陆自然人顾玉辉（gu yuhui），于2007年1月16日于香港注册“法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司”，而后

利用香港公司授权国内厂商生产、销售的形式，授权“杭州勃根地葡萄酒有限公司”生产、销售带有“法国轩尼诗”字样以及“”手持金色战斧标识的葡萄酒系列产品，其种种行为均侵犯了法国轩尼诗公司所享有的注册商标权等知识产权。在被香港高等法院判决停止侵权行为，以及被杭州市工商行政管理局以商标侵权及不正当竞争进行查处后，“顾玉辉”仍然继续其侵权行为，并将其侵权行为蔓延到互联网络世界。

顾玉辉于2007年2月14日以“轩尼诗”注册商标的拼音“xuannishi”加“wine”（“葡萄酒”的英文含义）的形式在注册了争议域名 xuannishiwine.com，并在争议域名的网页上继续突出使用“法国轩尼诗”字样及“”手持金色战斧标识进行公司及产品宣传，并销售与法国轩尼诗公司的“轩尼诗”产品同类的葡萄酒类产品，其行为极易使相关公众引起混淆，令相关公众误认为争议域名系法国轩尼诗公司所注册，争议域名所指向的网站系法国轩尼诗公司的官方网站，或争议域名所指向的网站上的产品系“轩尼诗”品牌系列产品，从而将自己的网站、产品、商标、服务等与投诉人的相混淆，以达到混淆市场之目的，引诱网络用户访问其网站，最终利用投诉人在行业内的极高盛誉及知名度来为自己来谋取不正当利益。

第六，被投诉人注册争议域名并使用的情形实际破坏了投诉人的正常业务

为了拓展“轩尼诗”品牌在中国地区的业务范围，也为了更好地为消费者提供服务，投诉人除了在全省、市酒类市场开展“轩尼诗”产品的宣传、销售业务之外，更是在互联网上开展了酒类产品的推广业务，努力与消费者保持互动。而被投诉人却以“轩尼诗”的拼音“xuannishi”的形式作为主体部分注册了争议域名并进行使用，并在争议域名所指向的网页上展示与“轩尼诗”品牌相同类的酒类产品，并使用与轩尼诗公司的注册商标相近似的文字、图形、标识等，令相关大众在登陆争议域名的网站后，会误认为该网站与投诉人存在某种联系或网站上的产品系投诉人旗下的产品，继而诱使公众进行下一步地点击操作或引起消费者的误认误购。此时，投诉人官方网站的点击率也必将受到影响，从而破坏了投诉人利用其享有合法权益的域名正常开展网上业务的权利。与此同时，过多的类似侵权产品的出现势必降低了投诉人及其品牌在消费者心目中的地位，令消费者对投诉人之品牌的信赖度逐渐降低，最终破坏了投诉人通过长期苦心经营所建立起来的良好声誉。因此，投诉人认为，被投诉人注册争议域名并非法使用，造成了与投诉人之间的相混淆，破坏了投诉人的正常业务及良好声誉，具有恶意。

基于以上主张，投诉人寻求的救济方式是将争议域名转移给投诉人。

被投诉人:

被投诉人没有在规定期限内提交答辩书。

4、专家意见

根据被投诉人与注册商之间的注册协议，被投诉人同意受《政策》的约束。《政策》适用于本项争议解决程序。

《政策》第4条规定了强制性域名争议解决程序。根据第4条a的规定，投诉人必须证明以下三个条件均已满足，其投诉主张方能获得专家组的支持：


(i) 被投诉人域名与投诉人享有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性相似；且

(ii) 被投诉人对该域名并不享有权利或合法利益；且

(iii) 被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意。


根据以上规定，专家组就本投诉发表如下意见：

关于完全相同或混淆性相似

投诉人声称并举证证明，其最早于1995年就在第33大类上获准取得第725686号“軒尼詩”中文商标的专有权，随后又在1996年在第33大类上获准取得第890628号“Hennessy”英文商标及第890643号“”手持战斧图形商标的专有权，并在2005年获准取得3909238号“軒尼诗”中文商标。

另外，投诉人还通过注册申请或国际注册的领土延伸保护在中国大陆获得了包括“Hennessy”、“軒尼詩”在内的包括第32、33类及第9、14、15、16、21、41、42类的注册；同时，投诉人在中国还注册了“Hennessy”的中文“軒尼诗”商标、“李察·軒尼诗肖像”商标及“手持战斧图形”的商标，类别包括第9、14、26、18、25、32、33、34、41、43类等。

此外，投诉人在中国一直以中文“軒尼诗”字号从事经营活动，且具有极高的知名度。

基于上述事实及证据，专家组首先认定，投诉人对中文标识“軒尼诗”、英文标识“Hennessy”以及图形标识“”享有商标权。

在此基础上，投诉人认为，争议域名的显著部分为“xuannishiwine”，由“xuannishi”和“wine”组成。其中“wine”在英语中是“葡萄酒”的意思，属于通用名词，不具有显著性，因此该域名的显著区分部分实为“xuannishi”。投诉人的注册商标/商号“轩尼诗”的拼音为“xuan ni shi”，与争议域名的显著部分拼写完全相同。众所周知，拼音与汉字本就具备对应的关系。并且，由于轩尼诗公司在中国大陆地区一直是使用“轩尼诗”中文商号/注册商标从事经营活动的，而另一方面，经过多年来的长期使用，“轩尼诗”字号在中国享有盛名，“轩尼诗”注册商标同样享有盛誉，为大众所熟知，因此极易使相关公众在看到“xuannishi”拼音时将其与“轩尼诗”中文形成对应，致使“xuannishi”与“轩尼诗”在实际使用中根本无法区分。

另外，投诉人根据被投诉人在争议域名所标识的网站上内容进一步认为，被投诉人通过该网站从事的经营活动也表明，争议域名会导致消费者在该域名与投诉商标及商号之间关系方面的混淆和误认。

被投诉人未答辩。

专家组注意到，被投诉人注册的域名为“xuannishiwine.com”，注册时间为2007年2月14日。根据投诉人提交的证据，投诉人的繁体中文“軒尼詩”商标最早于1995年即已注册。自此以后，投诉人又在多个类别上注册了包括简体中文“轩尼诗”在内的商标。

争议域名“xuannishiwine.com”的核心部分由“xuannishi”和“wine”两部分构成，其中“wine”是一个有明确词义的英文单词，翻译成中文即“葡萄酒”之意，因而除“类别标识”外，该部分并不具有显著的可识别性。“xuannishi”不是一个英文单词，而是中文汉语拼音。对于熟悉汉语的人而言，不论是繁体中文的“軒尼詩”，还是简体中文的“轩尼诗”，拼音都是“xuan ni shi”。就此而言，专家组同意投诉人的说法，即争议域名的主体可识别部分为“xuannishi”，与投诉人享有权利的商标在发音上完全相同，但在外形上并不相同。然而综合考虑互联网用户在域名使用与认知方面的习惯与意识，专家组认为，争议域名在熟悉中文且有一定英文基础的互联网用户看来，就是“xuannishi 葡萄酒”之意；发音的结果与“轩尼诗葡萄酒”毫无区别。因此，专家组认定，争议域名与投诉人的商标之间存在着足以导致混淆的相似性。

投诉人的投诉满足了《政策》第4条a规定的第一个条件。

关于被投诉人权利或合法权益

投诉人称，“轩尼诗”是投诉人的商标和商号。投诉人在中国注册了多个“轩尼诗”或“軒尼詩”商标。而且其中文商号也是“轩尼诗”。毫无疑问，投诉人对“轩尼诗”享有在先合法权利。经过投诉人在中国商标网上的查询，被投诉人“gu yuhui”从未注册过任何商标。而且从其名称“gu yuhui”上来看，也无法看出其对争议域名“xuannishiwine”享有何种合法权益。

被投诉未答辩。

专家组据此认为，投诉满足《政策》第4条a规定的第二个条件，即被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益。

关于恶意

根据《政策》第4条b，针对第4条a之(iii)规定的恶意注册和使用域名的证据包括但不限于如下情形：


(i) 该情形表明，被投诉人注册或获取域名的主要目的是为了向作为商品商标或服务商标所有人的投诉人或其竞争对手出售、出租或转让域名，以获取直接与域名注册相关费用之外的额外收益者；或者

(ii) 被投诉人注册行为本身即表明，其注册该域名的目的是为了阻止该商品商标和服务商标的所有人以相应的域名反映其上述商标者；或者

(iii) 被投诉人注册域名的主要目的是为了破坏竞争对手的正常业务者；或者

(iv) 以使用域名的手段，为商业利益目的，被投诉人通过制造其网站或网址上所出售的商品或提供的服务与投诉人商标之间在来源者、赞助者、附属者或保证者方面的混淆，故意引诱网络用户访问被投诉人网站或其他联机地址者。

投诉人称，被投诉人对争议域名的注册和使用均具有恶意，理由包括6项，其一是争议域名网页上所显示的“法国轩尼诗葡萄酒（香港）集团股份有限公司”字样，而该公司就是被投诉人在注册争议域名之前不久在香港注册的，目的就在于在中国大陆的经营活动中使用，以期与投诉人的商标和商号相混同。2008年，香港高等法院已经判决要求被投诉人停止使用“轩尼诗”标志；其二是争议域名

网页上所显示的“”斧头标识及“法国轩尼诗红酒”字样。虽然该标志的朝向与投诉人的图形商标相反，但图形的构成要素及图形本身则完全相同，而且声称“法国轩尼诗红酒”，同样会使社会公众产生误认；其三是争议域名网页上宣传的产品与轩尼诗系列产品属于同类产品；其四是在香港注册了上述公司及争议域名后，被投诉人在中国大陆进行了一系列的违法宣传与经营活动，严重侵犯了投

诉人的商标权，已经受到了工商管理部门的查处；其五是被投诉人是在明知“轩尼诗”的知名程度在情况下而进行恶意注册的；其六是被投诉人注册争议域名并使用的情形实际破坏了投诉人的正常业务。

被投诉人未答辩。

根据投诉人的投诉及其提供的证据，专家组认为，被投诉人在香港注册带有“轩尼诗”字号的公司，然后注册本案争议域名，此后便在中国大陆进行一系列使用“轩尼诗”及“xuannishi”标识的商业经营活动，尤其是明白无误地使用“法国轩尼诗红酒”及类似的标志，显然说明被投诉人是在明知投诉人的商标及商号的情况下，故意通过使用汉语拼音的方式注册了本案争议域名，然后将该域名许可给第三方使用，并在该域名标识的网站上从事使用投诉人商标的活动。这些活动符合《政策》第4条b规定的恶意情形。

综上，专家组认定，投诉人的投诉满足了《政策》第4条a规定的第三个条件，即被投诉人注册与使用争议域名的行为有恶意。

5、裁决

综上所述，专家组认为，本案投诉符合《政策》第4条a规定的三个条件，即“被投诉人域名与投诉人享有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性相似”、“被投诉人对该域名并不享有权利或合法利益”以及“被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意”。

因此，根据《政策》和《规则》的相关规定，专家组决定，将争议域名“xuannishiwine.com”转移给投诉人 SOCIETE JAS HENNESSY & CO.（法国轩尼诗公司）。

独任专家：



二〇〇九年十一月十三日