

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-1000385

投 诉 人: **SOCIETE JAS HENNESSY & CO.**

被投诉人: **faguoxuannishiguojijiuyegufenyouxiangongsi**

争议域名: **xuannishijiu.com**

注 册 商: **北京新网数码信息技术有限公司**

1、案件程序

2010年10月9日,投诉人根据互联网名称与数字地址分配公司(ICANN)实施的《统一域名争议解决政策》(《政策》)、《统一域名争议解决政策之规则》(《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》(《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”)提交投诉书,要求成立一人专家组,审理本案争议。

2010年10月19日,中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知,确认已收到投诉书。同日,中心北京秘书处以电子邮件向本案争议域名注册商北京新网数码信息技术有限公司和ICANN传送注册信息确认函,请求提供争议域名的注册信息。

2010年10月22日,注册商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。

2010年11月5日,中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送投诉传递通知,并转去投诉书。

2010年11月19日,中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送程序开始通知,同时转送已经审查合格的投诉书及其附件,要求被投诉人按照规定的期限提交答辩。同日,中心北京秘书处以电子邮件

向投诉人传送投诉书确认及送达通知，确认投诉书已于同月经审查合格并送达被投诉人，本案程序于 2010 年 11 月 19 日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件向争议域名的注册商和 ICANN 传送程序开始通知。

被投诉人未在规定的期限内向中心北京秘书处提交答辩书及相关证据材料。2010 年 12 月 16 日，中心北京秘书处向投诉人和被投诉人传送缺席审理通知。

由于投诉人选择一人专家组审理本案，被投诉人未就此发表意见，根据有关规定，本案应指定一名专家，成立一人专家组审理本案。2010 年 12 月 21 日，中心北京秘书处以电子邮件向薛虹女士传送列为候选专家通知，并请候选专家确认是否接受指定，作为本案专家审理案件，以及如果接受指定，能否在当事人间保持独立公正。2010 年 12 月 22 日，薛虹女士回复邮件表示同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2010 年 12 月 24 日，中心北京秘书处以电子邮件通知双方当事人，确认指定薛虹女士为本案独任专家，成立一人专家组，审理本案。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。

根据《规则》的规定，专家组应于成立之日起 14 日内即 2011 年 1 月 7 日之前（含 7 日）就本案争议作出裁决。

2、基本事实

投诉人：

本案投诉人为 SOCIETE JAS HENNESSY & CO.,地址为 RUE DE LA RICHONNE,16100 COGNAC, FRANCE,本案中投诉人授权的代理人为上海恒峰律师事务所。

投诉人成立于 1756 年，是世界著名的酒类厂商。在中国，投诉人最早在 1995 年获准取得第 725686 号“軒尼詩”中文商标的专有权，

在 2005 年获准取得 3909238 号“轩尼诗”中文商标。

被投诉人:

本案被投诉人为 faguoxuannishiguojijiuyegufenyouxiangongsi, 地址不详。被投诉人于 2009 年 4 月 12 日通过注册商北京新网数码信息技术有限公司注册了争议域名“xuannishijiu.com”。

3、当事人主张

投诉人:

(1) 系争域名与“轩尼诗”/“軒尼詩”字号/商标的拼音高度相似, 具有足以导致混淆的近似性

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。

为了更好地保护轩尼诗品牌所有的知识产权, 轩尼诗公司先后通过注册申请、国际注册的领土延伸保护及商标防御型注册获得了“Hennessy”、“軒尼詩”以及“轩尼诗”、“李察·轩尼诗肖像”及“手持战斧图形”商标在内的包括第 32、33 及 9、14、15、16、18、21、25、26、41、42、43 等类的注册。

“轩尼诗”中文商标并非通用词汇, 该名称来源于轩尼诗品牌创始人“Richard Hennessy”的官方中文翻译“李察·轩尼诗”, 本身就有其特定含义。而法国轩尼诗公司 (SOCIETE JAS HENNESSY & CO.) 自在中国大陆市场开展业务起一直是以“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大陆地区公开宣布的与“Hennessy”驰名商标形成对应的正式中文商标名称。由于 Hennessy 品牌早已在世界酒类领域享有极高声誉, 公众

在看见“Hennessy”时，都会将该标识与轩尼诗公司及其“Hennessy”品牌联系在一起，因此作为“Hennessy”的对应中文标识“轩尼诗”一经发布便具有极高的知名度。并且，在轩尼诗品牌进入中国的数十年时间内，无论是在官方的展会、新闻报道中，还是在行业排行榜中的称谓或广告宣传过程中，投诉人所使用的也一直都是“轩尼诗”这一唯一的中文商标。通过投诉人长期使用及大力宣传，“轩尼诗”也早已与“法国轩尼诗公司”一起，在公众心中留下了深刻的烙印。

“轩尼诗”中文商标的注册时间远远早于系争域名的注册时间，而其在中国的实际使用时间更为长久。并且，作为世界顶级的酒类品牌以及在中国酒类市场上享有盛名的洋酒品牌，“轩尼诗”品牌于域名注册时早已家喻户晓，“轩尼诗”中文商标早已在相关公众中具有极高的知名度。

由于轩尼诗品牌进入中国时首先打开了香港市场，所以“軒尼詩”商标的实际使用及注册要早于“轩尼诗”简体商标。由于“轩尼诗”与“軒尼詩”实际上是相同文字的繁简体变换形式，加上两商标的多年使用，“軒尼詩”与“轩尼诗”实际拥有同等知名度，公众在看到“軒尼詩”时同样会将其与“法国轩尼诗公司”及“轩尼诗”品牌形成特定的对应性。而“軒尼詩”的拼音同样是“xuan ni shi”，与系争域名主体部分近乎完全相同。

众所周知，品牌的知名度越高，其所对应商标的显著性就越强，而该商标也就更具有区别于其他标识的特征。“轩尼诗”/“軒尼詩”商标所享有的极高知名度已足以令相关公众在见到与“轩尼诗”/“軒尼詩”有关的文字、标识时，会立即将其与法国轩尼诗公司及其相关品牌、产品、服务等建立唯一对应的联系。

如上所述，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，而投诉人在参加所有公开活动时也向来是以“轩尼诗”作为其唯一中文字号的，“轩尼诗”已成为了投诉人与“Hennessy”形成唯一对应的正式中文商业名称。作为在中国

市场上享有盛名的洋酒品牌，“轩尼诗”字号已在公众中具有极高知名度。相关公众在见到与“轩尼诗”字号有关文字时，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。

系争域名的显著部分为“xuannishiju”，由“xuannishi”和“ju”组成。其中“ju”是中文“酒”的拼音形式，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”，与投诉人的注册商标/商号“轩尼诗”的拼音“xuan ni shi”完全相同。众所周知，拼音与汉字本就具备对应的关系，并且，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，再考虑到“轩尼诗/軒尼詩”注册商标经过长期使用已在中国享有声誉，“轩尼诗”字号同样享有盛名，为大众所熟知，因此相关公众在看到“xuannishi”极易将其与“轩尼诗/軒尼詩”中文形成对应，致使“xuannishi”与“轩尼诗/軒尼詩”在实际使用中根本无法区分。

同时，通过登录系争域名所指向的网站可以发现，在该网站页面中多次出现“軒尼詩红酒”、“軒尼詩干邑”字样，而该网站上更有关于“法国轩尼诗国际酒业股份有限公司”的介绍。这些信息中均突出使用了“轩尼诗”中文字样，与系争域名的关键词“xuannishi”拼音形成对应。通过对系争域名主体部分“xuannishi”文字进行的分析与系争域名所指向网页上“轩尼诗”文字的使用情况相联系，投诉人更有理由相信，系争域名的关键词“xuannishi”实为“轩尼诗”的拼音形式，而被投诉人注册域名并使用的实际情况极易令相关公众将此处的“xuannishi”与“轩尼诗”形成唯一的对应性联系，从而构成与“轩尼诗”商号/商标混淆性近似。

另外，系争域名指向的网站上又标有“軒尼詩红酒”字样，与系争域名主体“xuannishiju”的中文含义“轩尼诗酒”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系争域名时，会立即将系争域名与“轩尼诗酒”形成对应，从而将系争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”，与系争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，系争域名注册人所注册的“xuannishiju”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。

综上所述，投诉人的请求满足《政策》第 4(a)(i)条规定的条件。

(2) 系争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，被投诉人从未注册过任何商标。而从其名称“faguoxuannishiguojijuyegufenyouxiangongsi”上来看，再结合相关网页上的公司信息，可以估计其注册人为“法国轩尼诗国际酒业股份有限公司”，预留的电话和地址属于河北省秦皇岛市，但投诉人在秦皇岛市并未查询到有关该公司的登记。


另外，从被投诉人所使用的名称来看，该名称有典型的“傍名牌”、“搭便车”之嫌。整个名称类似于一个企业名称，而在该名称中其将投诉人享有盛誉的中文“轩尼诗”作为企业名称中的字号来进行对外使用（如系争域名网页上），并结合其他与投诉人享有的高知名度的相近似的标识进行对外宣传，显然是在恶意借用投诉人创下的商标、商号声誉为自己牟取利益，被投诉人所使用的名称恶意严重，不能因此认为被投诉人可以基于该名称而对系争域名享有权利，更何况投诉人的“轩尼诗”字号、商标注册时间更早。


被投诉人就争议域名不享有权利或者合法权益，投诉人的请求满足《政策》第 4(a)(ii)条规定的条件。

(3) 系争域名持有人对域名的注册和使用具有恶意

投诉人早在 1995 年就在第 33 大类上获准取得第 725686 号“軒尼詩”繁体中文商标的专有权。并且，进入中国市场至今，“軒尼詩”与其简体中文表现形式“轩尼诗”一样，成为了与 Hennessy 品牌相对应的繁体中文表现形式。

通过登陆系争域名所指向的网站，其页面上使用“軒尼詩干邑 世界干邑之王”、“軒尼詩红酒 酒中经典”等文字进行宣传，其中突出使用了投诉人享有合法权利的“軒尼詩”繁体中文商标。被投诉人使用投诉人注册商标进行宣传的行为具有欺骗性，极易引起相关公众的混淆，足以令消费者误认为该网页系投诉人的网页，该网页上所销售的产品系投诉人的产品或与投诉人之间存在某种联系，构成了针对投诉人的商标侵权及不正当竞争。

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。通过投诉人在世界范围内数百年的使用及中国市场的长期使用，该“手持金色战斧”商标早已深入人心。相关大众在看到如上的手持战斧图形时，均会将其与轩尼诗品牌联系在一起。

在系争域名的网页上，多处突出标有  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、手臂的朝向等，均完全相同。足以令相关公众导致混淆，消费者在登陆该页面看到斧头商标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，从而导致混淆。

系争域名指向的网页上销售一种名为“轩帝尼诗/HeDnessy”的干邑系列产品，其中，“轩帝尼诗”与投诉人享有合法权益的“轩尼诗”中文商标形成高度近似，而“HeDnessy”与投诉人的驰名商标“Hennessy”同样构成高度近似。

众所周知，投诉人自成立至今数百年时间一向都是世界干邑类产品的先驱，“Hennessy”或者“轩尼诗”已经与优质的干邑产品构成了一

定的联系。系争域名使用人在网站上展出与投诉人同类的干邑类产品，产品上还使用与投诉人注册商标高度近似的“轩帝尼诗/HeDnessy”标识，以及与投诉人的注册商标近乎完全相同的斧头标识，其目的显然是为了造成与投诉人的混淆，以谋取不正当利益。

根据侵权网页信息可以获知，侵权网页的实际使用人为“昌黎金都酒业公司”，联系人为“孟经理”。投诉人随即对该公司进行了深入调查，并在调查中发现，该公司系“轩帝尼诗/HeDnessy”产品的实际生产商，而“孟经理”即为其企业负责人“孟灵杰”。


为此，投诉人曾就“金都酒业”生产、销售侵权产品的行为向昌黎县工商行政管理局进行投诉。昌黎县工商局认定了“轩帝尼诗/HeDnessy”产品的侵权情形，依法对侵权产品进行了查处，并拟对“金都酒业”及其负责人“孟灵杰”进行处罚。

然而，“孟灵杰”及其“金都酒业”在受到了行政查处后，并没有停止其侵权行为，“孟灵杰”仓皇而逃，意图以此躲避行政处罚。同时，其仍然在互联网上继续其侵权行为。根据上述分析，投诉人认为，被投诉人注册系争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。被投诉人的行为全然无视国家法纪，是为权利人不能容忍的，应当受到法律的严惩。

系争域名的注册时间是 2009 年 4 月 12 日，此时投诉人的“Hennessy”注册商标早已被认定为驰名商标，并实际仍处于驰名状态，而“轩尼诗”、“軒尼詩”商标也已享有盛誉并为广大公众所熟知。系争域名注册人同属酒类行业的经营者，所以其不应当也不可能不知晓“轩尼诗公司”及其“Hennessy”、“轩尼诗”、“軒尼詩”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系争域名的，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：昌黎金都酒业公司生产、销售“轩帝尼诗/HeDnessy”系列产品，并对外宣传其为“法国轩尼诗”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。在被司法机关判处停止侵权行为以及被工商部门查处后，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。

被投诉人于 2009 年 4 月 12 日以“轩尼诗”知名商标/字号的拼音“xuannishi”作为主体部分注册了系争域名 xuannishiju.com，并在系争域名的网页上继续突出使用“轩尼诗”、“軒尼詩”字样及手持金色战斧标识对侵权公司进行宣传，使用“轩帝尼诗”、“HeDnessy”等字样对侵权产品进行展示、出售，其行为足以导致混淆，令相关公众误认为系争域名系投诉人所注册，系争域名所指向网站与投诉人存在某种联系，或该网站上的产品系“轩尼诗”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，诱使网络用户访问其网站，利用投诉人在行业内的极高声誉来为自己来谋取不正当利益。可以说，被投诉人注册系争域名并使用只是将其在现实中的侵权行为发展到互联网上，其恶意心理显而易见。

综上，被投诉人对争议域名的注册和持有具有《政策》第 4(b)(iv)条所述之恶意，投诉人的请求满足《政策》第 4(a)(iii)条所规定的条件。

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，投诉人除了在各省、市酒类市场开展“轩尼诗”产品的宣传、销售业务之外，更是在互联网上对轩尼诗品牌进行宣传、销售，努力与消费者保持互动。而被投诉人却以“轩尼诗”的拼音“xuannishi”作为主体部分注册了系争域名并进行使用，并在系争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，使用与轩尼诗公司的注册商标相近似的文字、图形、标识等，极易使相关大众误认为该网站与投诉人存在某种联系，或网页上展示的产品系轩尼诗系列产品，继而诱使公众进行下一步的点击或引起消费者的误认误购。如此，投诉人官方网站的点击率必将受到影响，从而破坏了投诉人网上业务的正常进行。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，被投诉人注册系争域名并非法使用的行为实际破坏了投诉人的正常业务及良好声誉。

综上，被投诉人对争议域名的注册和持有具有《政策》第 4(b)(iii) 条所述之恶意，投诉人的请求满足《政策》第 4(a)(iii) 条所规定的条件。投诉人请求专家组裁决将争议域名“xuannishiju.com”转移给投诉人。

被投诉人：

被投诉人未提交答辩及相关证据材料。

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(a) 条的规定，投诉人必须证明以下三个条件均已满足：

(i) 争议域名与投诉人拥有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性地相似；且

(ii) 被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益；且

(iii) 被投诉人对争议域名的注册和使用均为恶意。

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

根据投诉人提供的证据，投诉人的商标“軒尼詩”、“轩尼诗”分别于 1995 年和 2005 年在中国获得了商标注册。被投诉人对此未加反驳，专家组对投诉人提交的上述证据予以采信。投诉人的“軒尼詩”、“轩尼诗”商标注册至今合法有效。因此，投诉人就文字商标“軒尼詩”、“轩尼诗”在中国拥有注册商标专用权。

争议域名为“xuannishiju.com”。除了代表通用顶级域名的字符“.com”，被投诉人选择注册的部分为“xuannishiju”。被投诉人并未提交答辩说明上述字母组合的含义和所指。鉴于争议域名网站使用了汉语，专家组认为将争议域名“xuannishiju”按照汉语拼音来拼读和理解比较适宜。“xuannishiju”中的前三个音节“xuan-ni-shi”与投诉人的注册商标“軒尼詩”及“轩尼诗”的汉语拼音拼写相同。由于投诉人的商标“軒尼詩”及“轩尼诗”长期使用在酒类商品上、并且具有知名度，因此“xuan-ni-shi”与最后一个音节“jiu”（“酒”的发音）组合，明显指向了投诉人的商标及其标识的商品。专家组还注意到，被投诉人的名称为“faguoxuannishiguojijiuyegufenyouxiangongsi”。汉语拼音的特点在于越是在上下文的语境中越容易读出所对应的文字和含义。被投诉人的名称明显是指“法国轩尼诗国际酒业股份有限公司”。经综合考虑被投诉人的名称和注册的争议域名，专家组认为“xuannishiju”毫无疑问指称的是“轩尼诗酒”，与投诉人的注册商标“軒尼詩”及“轩尼诗”混淆性近似。

因此，专家组认定，争议域名与投诉人的注册商标混淆性近似，投诉满足《政策》第 4(a)(i)条规定的条件。

关于被投诉人权利或合法利益


投诉人主张被投诉人对争议域名不享有任何合法权益。专家组认为，投诉人已经就其所知所能提供了初步的证据，完成了《政策》第 4(a)(ii)条所要求的举证责任，举证责任应当转移到被投诉人一方。


被投诉人没有提交答辩书和证据材料，未能完成其所承担的举证责任。专家组也无法基于现有证据认定被投诉人就争议域名享有权利或者合法利益。

因此，专家组认为，被投诉人就争议域名不享有权利或者合法利益，投诉满足《政策》第 4(a)(ii)条规定的条件。

关于恶意

投诉人的证据证明，投诉人是“軒尼詩”、“轩尼诗”中文商标、

 ”手持战斧图形商标和“Hennessy”英文商标的权利人。“軒尼詩”、“轩尼诗”等商标通过在干邑等商品上长期、持续的使用和宣传，已经在市场上为相关公众所知，具有一定的知名度。

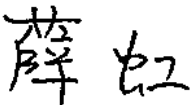
被投诉人使用争议域名建立的网站 www.xuannishijiu.com 显示，被投诉人经营干邑系列等酒类商品，使用“軒尼詩干邑 世界干邑之王”、“軒尼詩红酒 酒中经典”等文字进行宣传，使用投诉人注册和使用在酒类上的商标“軒尼詩”、 ”手持战斧图形商标、以及与投诉人注册商标近似的“轩帝尼诗”、“HeDnessy”等标识。

专家组认为，被投诉人作为与投诉人同一领域的市场竞争者，故意注册和使用与投诉人注册商标混淆性近似的争议域名，足以误导访问争议域名网站的用户，造成被投诉人及其经营的酒类产品与投诉人及其商标有所关联的假象。因此，专家组认为，被投诉人的行为构成《政策》第 4(b)(iv)条所述的恶意的证据，投诉满足《政策》第 4(a)(iii)条规定的条件。

5、裁决

综上所述，专家组认为，投诉符合《政策》第 4(a)条规定的三个条件，即“争议域名与投诉人拥有权利的商品商标或服务商标混淆性地近似”，“被投诉人就争议域名不享有权利或合法利益”，以及“被投诉人对争议域名的注册和使用均为恶意”。

根据《政策》第 4(i)条和《规则》第 15 条的规定，专家组裁决将争议域名“xuannishijiu.com”转移给投诉人 SOCIETE JAS HENNESSY & CO.。

独任专家：

二〇一一年一月七日