



Decision ID
Case ID HK-900265
Disputed Domain Name showpoints.com
Case Administrator Ricky Wong
Submitted by Samuel Wong

Date of Decision

The Parties' Information

Claimant Weight Watchers International Inc.
Respondent Adam Jin

Procedural History

1. 案件程序：

本案的投诉人 Weight Watchers International Inc.是一家于美国注册的公司，地址是美国纽约州纽约市麦迪逊大道 11 号。投诉人指定路伟（上海）知识产权代理有限公司为其授权代理人。

本案被投诉人是 Adam Jin，地址是 Guangdong Road No.280 Huangpu, Shanghai。

本案的争议域名是：<showpoints.com>，注册商是北京万网志成科技有限公司，其地址是中国北京市东城区鼓楼外大街 27 号万网大厦 3 层。

2009 年 8 月 25 日，亚洲域名争议解决中心香港秘书处（“中心香港秘书处”）收到投诉人根据互联网名称及数码分配公司（ICANN）1999 年

10月24日实施的《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规则》(以下简称「规则」)及亚洲域名争议解决中心(ADNDRC)《统一域名争议解决政策补充规则》(以下简称「补充规则」)提交的投诉书,并选择由独任专家组审理本案。

2009年8月26日,中心香港秘书处以电子邮件向域名注册机构北京万网志成科技有限公司传送内附投诉书的注册信息确认,要求其确认本案争议域名由其提供注册服务,及提供其域名登记的数据。

2009年8月26日,中心香港秘书处收到域名注册机构以电子邮件发送关于域名的注册数据。确认本案争议域名由其提供注册服务,但争议域名的注册人为 Adam Jin,的注册机构为“Showpoints”而非原投诉书内的注册人和注册机构。争议域名注册协议使用的语言为中文。

2009年8月27日,中心香港秘书处根据域名注册商所提供的资料,请投诉人于2009年9月3日或之前提供已修正的投诉书。

2009年8月31日,中心香港秘书处以电子邮件向被投诉人传送程序开始通知及附件材料,要求被投诉人根据《程序规则》和《补充规则》的规定于当日起20个日历日内(即2009年9月21日或之前)提交答辩。

2009年9月23日,中心香港秘书处以电子邮件向双方发出缺席审理通

知，表示未在规定期限内收到被投诉人针对本案所提交之答辩，中心香港秘书处将会尽快指定专家审理本案。

2009年9月30日，中心香港秘书处以电子邮件向双方及独任专家王则左先生发送通知，告知有关各方由王则左先生组成独任专家组审理本案，并将案件移交专家组，并依据相关规定要求专家组于2009年10月14日之前做出裁决。

Factual Background

2. 基本案情

For Complainant

投诉人：

投诉人是一家全球领先的销售专业纤体产品和服务的上市公司。投诉人自1960年创办以来，已经在全世界26个国家和地区拥有将近50年的成功经验。投诉人通过公司自有的经营网络从事业务（国际网站：www.weightwatchers.com，投诉人针对中国市场设立的中文网站：<http://www.weightwatchers.com.cn>）。投诉人销售“Weight Watchers”主品牌和“POINTS”等旗下品牌的产品和服务，其中包括投诉人或其特许经营人举行的互动课程、互动课程上出售的产品、投诉人网站www.weightwatchers.com上出售的收费网上产品、零售渠道销售的许可产品、杂志订阅计划及其他出版物。投诉人的营业规模庞大，全世界每

周有约 150 万人次参加 5 万个互动课程。投诉人提供两种收费网上服务：Weight Watchers Online 和 Weight Watchers eTools。后者包含“POINTS”品牌产品和服务。投诉人在美国纽约证券交易所上市。

投诉人致力于一种革命性的减重概念：充分结合饮食、运动和生活习惯等全方位的体重管理方案，充分发挥导师专业支持作用的互动课程，激发会员彼此鼓励并从中获得有效帮助的大家庭，以及帮助会员做到聪明选择健康生活方式的方案。投诉人的减重方案帮助会员做到有效减重并长期维持减重效果。

全球顶尖营养学家经过多年研究，将经过实验证明的最新最可靠的科学成果充分融入到投诉人减重方案中。投诉人就其减重方案拥有 6 项美国专利。投诉人发明的独特减重方案名为“POINTS”（中文名为“棒点”）计划系统。该计划系统是通过营养科学理论及实践经验所验证的、投诉人特有的专利减重体系。通过该计划系统，会员只要坚持每日消费不超过可供消费的“POINTS”预算，就可以达到以健康生活方式科学控制体重的目的。投诉人就该计划系统拥有四个美国专利。不仅如此，投诉人还就基于该“POINTS”计划系统的体重控制用软件系统 eTools 拥有专利号为 7361143 的美国专利和专利号为 7523040 的美国专利。

“POINTS”计划系统的简单介绍如下：

- (a) 根据会员个人的性别、身高、体重、年龄和当前运动量等各种因素为每个会员计算出每日可以消费的“POINTS”（“棒点”）预算；
- (b) 根据每一种食物的热量、脂肪和纤维等成分含量计算出单位数量的该种食物所代表的“POINT VALUE”（中文为“棒点值”）。记录“POINT VALUE”（“棒点值”）可以帮助会员很容易地理解和控制每日能量摄入和消耗，达到减重目标。
- (c) 会员可以通过运动来获取可供消费的“POINTS”（“棒点”），而累积可消费的“POINTS”（“棒点”）库存；
- (d) 另外，会员还可以将剩余可消费点数累积，可选择将累积的剩余点数用以成全享受难以割舍的美食，或满足朋友聚餐的需要，也可以选择消费这些剩余点数，从而获得更好的减重效果。

For Respondent

被投诉人：

被投诉人于 2008 年 8 月 21 日注册了争议域名。

Parties' Contentions

3. 当事人主张

For Complainant

投诉人：

- (1) 投诉人指其对“POINTS”商标享有民事权益。

投诉人最早于 1996 年 10 月 2 日就已在美国在国际分类第 42 类（提供食品营养咨询和意见的服务）上申请并于 1998 年 2 月 24 日成功注册“POINTS”商标。美国专利与商标局的商标数据库显示，投诉人早在 1997 年 3 月 31 日就已首次使用该商标，早在 1997 年 8 月 11 日就已首次在商业上使用该商标。

投诉人在世界各个国家和地区在相关商品和服务上申请并注册了“POINTS”商标及包含“POINTS”的组合商标。投诉人列举证据，显示“POINTS”商标在美国、欧共体、中国香港特别行政区的情况，和在中国申请注册的情况。

投诉人早在 1997 年 3 月 31 日就开始使用“POINTS”商标，从 1997 年 8 月 11 日就正式开始在商业上使用该商标。而被投诉人在 2008 年年底才开始运营减重服务。显然，投诉人对“POINTS”享有商标在先使用权。

投诉人亦列举了事实证明投诉人的“POINTS”商标已在全球范围的相关公众中享有巨大声誉和高度赞誉：许多媒体报道过投诉人独特的减重方案。许多媒体介绍有关投诉人的“POINTS”计划系统，例如，Peertrainer 的网站上专门介绍了投诉人的“POINTS”计划系统，标题为“The Weight Watchers Points System”。New York Times 也介绍了投诉人及其“POINTS”

系统。中文网站瑞丽女性网也详细报道过投诉人的“POINTS”计划系统。

投诉人卓有成效的体重控制方案在全球拥有大量的用户，包括不少知名人士。华尔街日报中文版也曾报道，现任美国国务卿希拉里·克林顿在总统竞选期间曾为减肥尝试过 Weight Watchers。另据报导，美国模特和女演员 Jenny McCarthy 在 Weight Watchers 的帮助下，在 6 个月内成功减重 60 磅，成为演艺圈中的减重明星。1997 年 1 月，英國約克公爵莎拉·付格森成为投诉人在美国的发言人和出版人，她已经就瘦身和健康问题出版了五本书。这证明在美国，投诉人的产品和服务是希望控制体重人士的第一选择。

投诉人的体重控制方案还被各国国家机关所认可。据英国媒体 BBC 的报道，投诉人与英国国家医疗服务系统（简称为“NHS”）合作，向英国公民提供减重服务。不仅如此，英国许多的议会议员（简称“MP”）参与了议会与投诉人合作成立的议会体重控制协会 Parliamentary Weight Watchers Group，该协会已有 11 年历史，不仅帮助议员们控制体重，还为慈善事业募集资金。这些事实不仅证明在英国，国家承认投诉人的减重方案有效，还证明投诉人在英国的知名度非常高。财富杂志曾经报道过：在欧洲四分五裂的减肥市场上，占据主导地位的是“体重观察”（Weight Watchers）之类的自助减肥团体.....”。

(2) 投诉人指争议域名与投诉人的商标相同或相类似而容易造成混淆

争议域名“showpoints”完整地包含了投诉人在体重控制服务领域内享有极高知名度的商标“POINTS”，应被认定为与投诉人的“POINTS”商标混淆性地相似。投诉人和其“POINTS”计划系统已在全球范围的相关公众中享有巨大声誉和高度赞誉。根据 *Britannia Building Society v. Britannia Fraud Prevention*, WIPO Case No. D2001-0505，争争议域名“showpoints”完整地包含了整个投诉人的著名商标“POINTS”，因此争议域名与投诉人的注册商标混淆地相似。

投诉人认为争议域名中的“show”缺乏显著性，而争议域名中的“points”应被视为有显著性的部分。由于争议域名中有显著性的部分“points”与“POINTS”完全一致，争议域名“showpoints”和投诉人的注册商标“points”构成相似。争议域名中的“show”来源于中文汉字“瘦”字，相关消费者也可以将争议域名理解为“瘦身的点数”，基于这种理解，“show”使用在减重行业是缺乏显著性的。

被投诉人网站的中文名称为“秀点”，两个汉字分别对应争议域名中的“show”和“point”。投诉人主张，由于“show”的读音与中文汉字“瘦”字的粤语发音相同，而“瘦”字的一种意思是脂肪少或肉少，跟“胖”或“肥”相

对，因此，相关消费者很容易将争议域名理解为“瘦点”或“瘦身的点数”。被投诉人可能考虑到“瘦”字直接使用在减重服务上有些土气，而最终采用了与“瘦”字的粤语发音完全相同的“秀”字。尽管被投诉人最终采用了“秀”字，来源于“瘦”字的“show”间接地描述了该行业的特点和目的描述名称，是缺乏显著性的。

投诉人依赖 *Société des Bains de Mer et du Cercle des Etrangers à Monaco v. None*, WIPO Case No. D2007-0249, 指争议域名不仅将一个与减重行业密切相关的附加因素“show”附着于与投诉人知名的减重点数计算系统“POINTS”完全一致的名称上，而且还被用于提供与投诉人极为相似的减重服务。因此，争议域名 showpoints 与投诉人的商标“POINTS”具有观念上的相似性，即使两者的全体发音或视觉上有些微差异，这种观念上的相似性足以引起消费者的混淆。

投诉人还依赖 *Guerlain S.A. v. HI Investments*, WIPO Case No. D2000-0494, 分析英文动词的“show”的显著性问题。“show”的含义为“显示”、“展示”、“显眼”，相关消费者会将争议域名理解为“显示减重点数”。因此，动词“show”缺乏显著性，争议域名的显著部分无疑是后半部分的“points”。

投诉人亦请专家组考虑 *Taigem Global Marketing Limited v Sanchai Aree*,

WIPO Case No. D2002-0358，并陈述虽然投诉人的商标先在欧共体和美国注册成功，而被投诉人的域名通过北京的域名代理商在中国注册，但两者的地域差异并不影响被投诉人在其域名上使用相似的名称而在全球范围中对投诉人的著名商标造成的混淆。

(2) 投诉人主张，被投诉人对争议域名不具有权利或正当利益

投诉人已在中国进行过商标注册搜索，搜索结果未曾显示被投诉人对“SHOWPOINTS”标识获得商标注册。而如上文所述，投诉人已经在世界各个国家和地区在有关商品和服务上申请并注册了“POINTS”及包含“POINTS”的商标。争议域名于 2008 年 8 月 21 日才正式申请注册，其日期远远晚于投诉人对“POINTS”的使用和注册。

投诉人未曾许可、授权或批准被投诉人使用争议域名或“POINTS”商标，且投诉人和被投诉人之间不存在任何可使被投诉人拥有或使用争议域名的许可、授权、批准或同意的关系。

被投诉人既未出于非商业目的合法使用争议域名，也未公平合法地使用争议域名。相反，被投诉人采用争议域名来提供与投诉人“POINTS”（棒点）计划系统极为相似的减重服务。

(2) 投诉人主张，被投诉人恶意注册并使用争议域名

投诉人的“POINTS”注册商标是用于减重方法上的世界知名的商标。在投诉人对其 50 多年的精心研究、广泛推广和宣传下，该商标已经在减重行业家喻户晓，在美容保健这一商业领域具有很高的知名度和美誉度。

被投诉人将投诉人已经注册并使用多年的商标用于其域名上，并将其用于与投诉人相同的减重瘦身行业，进行商业活动。被投诉人对该域名的注册和使用，必将在市场上造成极大的混淆，使消费者无法辨别双方的服务，而以为争议域名所对应的网站上所宣传的减重服务来自投诉人或与投诉人有不可分割的联系。对与投诉人“POINTS”商标高度近似的“showpoints”名称进行域名注册的行为，显然有着搭投诉人的商业价值便车的主观恶意。

For Respondent

被投诉人：

被投诉人未在规定期限内提交答辩书。

Findings

4. 专家组意见

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」适用于本项行政程序。

「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) 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。

Identical/Confusingly Similar

关于争议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

专家组留意到，投诉人的商标“POINTS”于中国的注册的情况是“待审”，是以投诉人未能提交证据证明其“POINTS”商标已经中国获得正式的商标注册。根据中国相关法律法规规定，只有在中国境内注册的商标或虽然未在中国境内注册，但依据中国已加入的相关知识产权保护的公约申请了领土衍生保护的，才是中国法律上保护的注册商标。

但专家组亦留意到，根据《保护工业产权巴黎公约》（《巴黎公约》）以及《中国民法通则》第 142 条的规定，于国外注册的驰名商标以及于国外注册成立的公司商号在中国同样应受到法律保护。于这个问题上，专家组亦考虑了中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心裁决 Gea Group Aktiengesellschaft 及其他 诉 深圳市美菱达实业有限公司 案件编号：CND2007000187，对于投诉人主张其商号应当基于《巴黎公约》

第八条之二而得到保护，该商号要在某成员国得到法律保护还必须同时满足另一个附加条件，即应当已经在该成员国内使用且已经产生一定的影响，包括广告或者其他宣传的使用及其产生的一定影响。

从投诉人提交的广告或其他宣传的证据，特别是中文网站瑞丽女性网也详细报道过投诉人的“POINTS”计划，专家组认为，投诉人已经成功证明，其“POINTS”商标于中国国内有一定的知名度，因此按以上法律原则，投诉人的商标亦基于《巴黎公约》及《中国民法通则》于中国受到保护。专家组认为，投诉人对其“POINTS”商标享有权利。

至于相同或混淆性相似的问题，专家组留意到虽然 *points* 这一单词不具有固有显著性，但是该单词经过投诉人的经营及努力，已经获得了很强的显著性。另外，考虑投诉人的主张以及援引的案例(见上述)，专家组亦同意争议域名中的“show”并不是争议域名的显著部份。是以，争议域名中的“show”可以看成是一个通用字词。根据 *Sony Kabushiki Kaisha (also trading as Sony Corporation) v. Inja, Kil*, WIPO Case No D2000-1409 及 *EAuto LCC v. Triple S. Auto Parts d/b/a King Fu Yea Enterprises, Inc.*, WIPO Case No. D2000-0047，于争议域名中加上通用字符作为投诉人的商标的前缀或后缀，不能用以识别争议域名与投诉人享有权利的商标。

另外 根据 *Wal-Mart Stores, Inc. v MacLeod d/b/a For Sale*, WIPO Case No.

D2000-0662，专家组同意当争议域名包含投诉人享有权利的商标时，即使域名内有其他字符，争议域名也属于相同或者具有足以导致混淆的近似性。

基于上述，专家组同意投诉人所指，争议域名与其享有权利的商标相同或混淆性相似。

Rights and Legitimate Interests

关于被投诉人对争议域名或其主要部份不享有合法权益

专家组认为，投诉人于被投诉人注册争议域名前已在美国和欧洲使用和注册“POINTS”商标，亦有证据证明其广泛推广和宣传“POINTS”商标。专家组相信“POINTS”商标在美容保健这一商业领域具有很高的知名度。因此，投诉人对“POINTS”商标有优先权。

另外，投诉人未曾许可、授权或批准被投诉人使用争议域名或“POINTS”商标。

当投诉人举出被投诉人对争议域名和商标不享有合法权益的表面证据时，被投诉人便有举证责任证明其对商标或域名享有合法权益，见 *PepsiCo, Inc. v. PEPSI, SRL (a/k/a P.E.P.S.I) and EMS Computer Industry (a/k/a EMS)*, WIPO Case NO. D2003-0696 及 *Neusiedler Aktiengesellschaft v. Kulkarni*, WIPO Case No. D2000 – 1769)。被投诉人未提交答辩书，亦

无法解除其举证的责任。

因此，专家组裁定被投诉人对争议域名或者其主要部分不享有合法权益。

Bad Faith

关于被投诉人对域名的注册或者使用具有恶意

根据「政策」第 4 b 条的规定，针对第 4(a)(iii) 条，尤其是如下情形但并不限于如下情形，如经专家组发现确实存在，则构成恶意注册和使用域名的证据：

- (i) 该情形表明，你方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) 你方注册行为本身即表明，你方注册该域名的目的是为了阻止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) 你方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，你方通过制造你方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你方网站或其他联机地址者。

基于投诉人提供的数据，专家组认为：被投诉人网站的中文名称为“秀点”，相关消费者很容易将争议域名理解为“瘦点”或“瘦身的点数”。但同时投诉人的“POINTS”注册商标是于减重方法上世界知名的。被投诉人将投诉人已经注册并使用多年的商标用于其争议域名上，并将其不享有合法权益的争议域名用于减重瘦身行业，进行商业活动。专家组认为被投诉人对该域名的注册和使用，目的是在市场上造成混淆，并以为争议域名所对应的网站上所宣传的减重服务来自投诉人或与投诉人有不可分割的联系。因此，专家组认为投诉人已成功证实被投诉人恶意注册和使用争议域名。

Decision

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。因此，根据《政策》第 4 a 条和《规则》第 15 条的规定，专家组决定将争议域名“showpoints.com”转移给投诉人 Weight Watchers International Inc.。



独任专家组：王则左

日期：2009 年 10 月 14 日于香港