



ASIAN DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION CENTRE (BEIJING OFFICE)

— ADNDRC is a charitable institution limited by guarantee registered in Hong Kong

Decision Submission

[English](#)
[Print](#)

| | |
|-----------------------|-------------------|
| Decision ID | DE-0700108 |
| Case ID | CN-0700123 |
| Disputed Domain Name | www.vichyclub.com |
| Case Administrator | jinxi |
| Submitted By | Guangliang Tang |
| Participated Panelist | |

| | |
|------------------|------------|
| Date of Decision | 30-03-2007 |
|------------------|------------|

The Parties Information

| | |
|-------------------|-----------------|
| Claimant | L' OREAL |
| Respondent | YANG JIAN ZHONG |

Procedural History

1、案件程序

本案的投诉人是法国的欧莱雅公司（L' OREAL）。

被投诉人是YANG JIAN ZHONG。

本案的争议域名是“vichyclub.com”。争议域名的注册商是WEB COMMERCE COMMUNICATIONS LIMITED DBA WEBNIC.CC。

亚洲域名争议解决中心北京秘书处（“中心北京秘书处”）于2006年12月30日收到投诉人欧莱雅公司（L' OREAL）提交的投诉书。

2007年1月26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，确认已收到投诉人的投诉书。

2007年1月26日，中心北京秘书处以电子邮件向本案争议域名注册服务机构WEB COMMERCE COMMUNICATIONS LIMITED DBA WEBNIC.CC传送注册信息确认函，请求提供争议域名“vichyclub.com”的注册信息。2007年1月30日，注册商回复确认，争议域名由WEB COMMERCE COMMUNICATIONS LIMITED DBA WEBNIC.CC提供注册服务，被投诉人为争议域名注册人，争议域名已经处于锁定状态。

2007年1月31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，确认投诉书已于当日审查合格并送达被投诉人。2007年2月5日，中心北京秘书处根据被投诉人的要求，向投诉人发出了使用中文作为程序语言的建议。2007年2月7日，投诉人回复表示同意。2007年2月12日，中心北京秘书处向投诉人发出程序开始通知，确认本案程序自2007年2月12日正式开始。同日，中心北京秘书处以邮政快递及电子邮件向被投诉人发送/传送程序开始通知，同时转送业经审查合格的投诉书副本及所有附件材料，要求被投诉人按照规定的期限提交答辩。同时，中心北京秘书处以电子邮件向ICANN和注册服务机构传送程序开始通知。

2007年3月2日，中心北京秘书处收到被投诉人提交的答辩书。2007年3月5日，中心北京秘书处向被投诉人传送答辩书确认通知，并将答辩书转递给投诉人。翌日，中心北京秘书处向双方当事人发送通知，要求双方对五位候选专家进行排序，以便最终确定双方意欲选择的一人专家组。

收到双方当事人的排序后，中心北京秘书处于2007年3月9日通过电子邮件向唐广良先生传送列为候选专家通知，并请专家确认：是否接受指定，作为本案专家审理案件；如果接受指定，能否在当事人间保持独立公正。唐广良于当日以电子邮件回复中心北京秘书处，同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。2007年3月12日，中心北京秘书处向专家及双方当事人发送专家指定通知，确定指定唐广良先生为本案专家，成立一人专

家组审理本案。同日，域名争议解决中心将案件移交专家组。

根据程序规则的规定，专家组应于成立之日起14日内即2007年3月26日（含3月26日）前就本案争议作出裁决。

Factual Background

For Claimant

2、基本事实 投诉人：

本案的投诉人是法国的欧莱雅公司（L' OREAL），其地址是14 RUE ROYALE, 75008, PARIS, FRANCE。在本案中，投诉人授权之代表为程学琼。

For Respondent

被投诉人：
本案被投诉人为中国自然人YANG JIAN ZHONG。其地址是Xiao Si Nong 1 zhang 702#, Jia Shan, Zhe Jiang, China, 314100。被投诉人于2005的2月6日注册了争议域名“vichyclub.com”。

Parties' Contentions

Claimant

3、当事人主张 投诉人的主张包括：

（一）被投诉人注册的域名“vichyclub.com”中主体部分“vichyclub”的中心词“vichy”与投诉人的商标“VICHY”在读音、字母排序上完全一致，仅是大小写形式不同而已，且“vichyclub”的中文可以译为“薇姿俱乐部”，或“薇姿友吧”等，而被投诉人恰恰以此命名其争议域名指向的网站，很容易使有关消费者误认为其与投诉人的“VICHY”产品有着密切联系，具有混淆的可能性。

（二）被投诉人对已注册的“vichyclub.com”不享有任何权利和合法的利益关系。

1、被投诉人不享有“VICHY/薇姿”商标专用权。

2、投诉人在其2006年6月19日作出的声明中强调，“VICHY/薇姿”产品在中国的唯一经销商为欧莱雅(中国)有限公司。投诉人从未授权或许可被投诉人使用“VICHY/薇姿”商标,也未将“VICHY/薇姿”商标转让给被投诉人；据投诉人目前所知，被投诉人也未能从其他渠道获得授权或被许可使用“VICHY/薇姿”商标。

3、通过调查证实，争议域名的注册人既不是投诉人公司的雇员，也没有被授权去注册争议域名。投诉人和被投诉人之间也没有诸如委托、合作等任何联系。被投诉人不可能合法地享有“VICHY/薇姿”商标的使用权。

综上，可以证明被投诉人对其注册的域名“vichyclub.com”不享有任何权利或合法利益。

（三）被投诉人对争议域名的注册具有恶意。

“VICHY”系法国城市VICHY的名称，本身不具有任何含义，不属于叙述词或通用词。“VICHY”一词及其中文音译作为商标的显著性较强，不易与其他词汇相混淆。投诉人将“VICHY/薇姿”作为商标，在全世界范围内注册和使用。经过多年的经营和大量的广告宣传，“VICHY/薇姿”商标及产品已被全世界广大消费者熟知和喜爱。在世界上任何一个国家都可以找到“VICHY”产品。因此，被投诉人对投诉人的驰名商标“VICHY”理应知晓，却仍然抢先以投诉人的商标注册了争议域名，具有明显的恶意。

被投诉人系自然人，并且与“VICHY/薇姿”品牌没有任何关系。他既不是投诉人公司的雇员，也没有被授权去注册争议域名。投诉人和被投诉人之间也没有诸如委托、合作等任何联系。被投诉人不可能合法地享有“VICHY”商标的使用权。因此，该争议域名的注册绝不是偶然的为行为，而是为使消费者对投诉人与被投诉人的商品、服务和网站产生混淆，从而误导消费者访问其网站和订购其商品，获得非法利益。所以，投诉人有理由推定，被投诉人注册争议域名完全是出于商业恶意。

通过浏览争议域名指向的网页，投诉人发现该域名直接指向一个名为“薇姿友吧”的网页，网站首页顶部使用了“VICHY/薇姿”商标的图样，除此之外，还在页面的中央使用多张薇姿模特照片，其篇幅约占整个电脑显示屏的三分之一。网站出售各大品牌的化妆品，包括“VICHY/薇姿”，“AVENE/雅漾”，“LA roche-posay理肤泉”，“Kiehl’s契尔氏”等等，“VICHY/薇姿”在其中占有很大比例。并且“VICHY/薇姿”，“AVENE/雅漾”，“LA roche-posay理肤泉”，“Kiehl’s契尔氏”都是投诉人的知名产品。更甚者，网站还特别宣称其经营者的“实际地址”是<http://stores.ebay.com.cn/vichyclub>，通过访问其提供的链接，我们发现，它直接指向一个与其同名的“薇姿友吧”易趣店铺，此店铺同样使用了多张薇姿模特照片，并且，“VICHY/薇姿”产品也是其出售的主要化妆品之一。并且两网站为买方向其付款而提供的支付银行卡完全相同。由此看来，两网站由同一人控制经营，共同进行违法出售“VICHY/薇姿”及其他品牌的化妆品的活动，牟取非法利益。被投诉人的上述行为，极有可能使消费者将其误认为是经投诉人合法授权的“VICHY”及其他品牌化妆品的销售网站。被投诉人在对争议域名或其大部分不享有任何合法权益的情况下，申请注册争议域名的行为本身就存在恶意，之后又利用该域名故意造成消费者对其与投诉人及其产品和商标的混淆误认，搭乘投诉人驰名商标的“便车”，牟取不正当利益，同时阻止投诉人注册该域名，其商业恶意则更加显露无遗。

以上事实说明被投诉人注册上述域名并不是出于偶然，而是具有明显的故意，已属于《统一域名争议解决政策》第4条（b）项之（ii）和（iv）所指的恶意注册情形，即“注册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”；“为商业利益目的，通过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上述网站或其他链接地址”。

投诉人请求专家组裁决将本案争议域名“vichyclub.com”转移给投诉人。

Respondent

被投诉人的答辩包括：

（一）投诉人享有“VICHY”的商标注册权，但不享有“vichyclub”的商标注册权。

（二）被投诉人的域名“vichyclub.com”与投诉人的商标“VICHY”不同，“club”翻译成中文是“俱乐部”的意思，具有社会民间组织的特性。在中国境内法律不禁止公民因共同的爱好或共同意思表示，在不违反法律的前提下自由地组织一些民间组织以增进社会沟通、促进社会和谐，这也是中国社会走向自由的体现。被投诉人的域名“vichyclub.com”组合中的中心词是“club”，“vichy”只是此俱乐部和其他网络俱乐部间的区别。众所周知，“vichy”是法国著名的温泉小镇，二战时的维希政府就是因为设立在此而命名的。

在中国有一个习惯，就是出生或长期生活在同一个地方的人更容易沟通和交流（熟称老乡会），而且很多在国外同一个地方生活的人更容易走到一起互相交流、互相帮助，这也是中国人的优良传统，为世人所熟知的有“唐人街”、“华人街”等。被投诉人注册此域名的本意是希望能将在Vichy小镇逗留或在那里有美好回忆的中国人，和喜欢vichy温泉以及温泉护肤产品的朋友，通过“vichyclub.com”建立交流渠道，分享各自的护肤体验和生活经验。而且实际上经过2年的经营，已经有超过3390人的用户在本俱乐部中进行了交流，很多也成为了朋友，可以说被投诉人使用此域名建立的网站达到了交流互助平台的功效。

（三）被投诉人使用该域名没有恶意。

- 1、被投诉人从未向任何人发出出售本域名的要约；
- 2、迄今也不存在或业已发生恶意诋毁或损害投诉人声誉、商标等行为；
- 3、投诉人并非是中国驰名商标。中国驰名商标必须经过中国国家工商行政管理总局的批准和广大消费者在政府公示后认知，但我方并未查到投诉人的商标已经国家工商行政管理总局批准为驰名商标；
- 4、被投诉人注册本域名自始至终都是自己在使用，投诉人注册的域名都是以“vichy”为唯一的识别标识。而且从www.webnic.cc上查询的Whois数据库记录显示，“vichy.com”的注册时间是“12-sep-1998”，而被投诉人注册的“vichyclub.com”的注册时间是“06-feb-2005”，由此总结投诉人的行为是在长达近7年的时间里未注册“vichyclub.com”域名，而是在被投诉人注册并善意使用了近2年后，已经拥有3390个用户的时候再来争夺域名的所有权，完全有理由认定是构成了“反向域名侵占”。
- 5、为表善意，我方可以在网站上声明本网站与投诉人网站无关。至于投诉人所说的投诉人使用了被投诉人的一些模特和产品图片实属巧合，被投诉人已经全部删除。

Findings

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《统一域名争议解决政策》（《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条(a)款的规定，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

关于完全相同或混淆性相似

投诉人提交的证据表明，而且被投诉人亦承认，投诉人在包括中国在内的许多国家和地区享有“VICHY”商标权。现在的问题是：“vichyclub”是否与“VICHY”商标之间具有足以导致混淆的相似性。

投诉人认为，争议域名的主体部分“vichyclub”的中心词“vichy”与投诉人的商标“VICHY”在读音、字母排序上完全一致，仅是大小写形式不同而已，且“vichyclub”的中文可以译为“薇姿俱乐部”，或“薇姿友吧”等，而被投诉人恰恰以此命名其争议域名指向的网站，很容易使有关消费者误认为其与投诉人的“VICHY”产品有着密切联系，具有混淆的可能性。

被投诉人则认为，争议域名“vichyclub.com”与投诉人的商标“VICHY”不同，“club”翻译成中文是“俱乐部”的意思，具有社会民间组织的特性。在中国境内法律不禁止公民因共同的爱好或共同意思表示，在不违反法律的前提下自由地组织一些民间组织以增进社会沟通、促进社会和谐，这也是中国社会走向自由的体现。被投诉人的域名“vichyclub.com”组合中的中心词是“club”，“vichy”只是此俱乐部和其他网络俱乐部间的区别。众所周知，vichy是法国著名的温泉小镇，二战时的维希政府就是因为设立在此而命名的。

专家组认为，双方当事人对争议域名含义的解释是一致的，即在翻译为中文后，争议域名的核心部分具有“VICHY俱乐部”之意。按照被投诉人的解释，其使用“vichy”的功能就是与其他俱乐部相区别。这就意味着，被投诉人是以“识别标识”的方式使用“vichy”一词的。事实上，凡能够识别此标识的消费者和网络用户，也都会在此意义上理解争议域名及其标识的网站。就此而言，专家组同意双方当事人对争议域名含义的解释。

专家组同时注意到，“VICHY”确系法国一个小城的名称，而如投诉人所言，其商标“VICHY”也正是起源于该小城。1931年，美容学家GUERIN先生和“VICHY”温泉治疗中心皮肤医生HALLER博士共同创立了“VICHY”健康护肤产品，并注册为“VICHY”商标，将“VICHY”温泉水融入护肤美容的高科技产品中，在世界范围内大获成功。针对不同类型的皮肤，“VICHY”品牌开发出不同系列的产品，并且各类产品均伴有Dr. VICHY护肤专家的指导性使用建议。经过多年经营，“VICHY”产品已畅销全球63个国家和地区，拥有5700个销售点，每年营业总额超过2亿法郎。现在，“VICHY”已经成为欧洲药房护肤品销售的第一品牌，是欧莱雅集团的主要品牌之一。

投诉人称，1998年7月，“VICHY”品牌进入中国，同时将药房专销护肤品的概念带入中国。“VICHY”品牌通过全国各地知名医院的皮肤科临床试验，在全国24个城市的300多家药房设立专柜，并配备专业护肤药剂师，为各类消费者提供完整的服务。从2001年开始，投诉人在各地设立了22家旗舰店，配备了专用皮肤测试仪器，为消费者提供更全面、更专业的皮肤咨询。经过多年的努力，薇姿拥有的1300多个药房专柜遍布中国主要的大中小城市。

为了不断提高自己的知名度和认可度，投诉人除了依靠本身的实干经营策略，还通过互联网、电视、杂志、报纸、彩色印刷品等多种媒介进行“VICHY”产品及品牌的宣传和推广。“VICHY/薇姿”极具特色的“拼图”广告，“拉链”广告以及“薇姿医生”卡通形象深入人心，成为人们识别“VICHY/薇姿”品牌的标志性广告。

对于上述说法，投诉人均提供了相应的资料加以佐证。基于投诉人的前述主张及相应的证据，专家组认为，就消费者认知而言，“VICHY”作为商标的影响远远大于其作为一个法国小城名称的知名度。因此，专家组认定，争议域名的核心部分“vichyclub”与投诉人的商标“VICHY”之间具有足以导致混淆的相似性。

Rights and Legitimate Interests

关于被投诉人权利或合法利益

投诉人称，被投诉人对争议域名的可识别部分“VICHY”及对应的中文“薇姿”不享有任何权利或合法的利益，其既不享有商标权，也未曾获得作为商标权人的投诉人在使用该商标方面的许可或授权。与此同时，被投诉人也不是投诉人的雇员或受托人。

被投诉人则认为，“VICHY”是法国一个著名的温泉小镇的名称，其注册此域名的本意是希望能将在Vichy小

镇逗留或在那里有美好回忆的中国人，和喜欢vichy温泉以及温泉护肤产品的朋友，通过“vichyclub.com”建立交流渠道，分享各自的护肤体验和生活经验。

专家组注意到，被投诉人答辩的原意是想说明，VICHY是一个地名。但与此同时，被投诉人并没有主张并提供证据证明，其与该地名之间存在何种联系，使其足以有充分的理由使用该名称。为此，专家组认定，被投诉人对争议域名的可识别部分不享有任何权利或合法利益。

Bad Faith

关于域名注册与使用的恶意

投诉人称，被投诉人注册与使用争议域名具有明确的恶意，依据包括：（1）投诉人的“VICHY”商标具有较高的知名度；被投诉人是在明知其品牌的情况下抢注该域名的；（2）被投诉人不仅在争议域名中使用投诉人的西文商标，而且在其网站上使用了投诉人的中文商标“薇姿”；（3）被投诉人还在其网站及所链接的网上商店上使用了属于投诉人的模特照片；（4）被投诉人在其网站及网上商店中出售声称是“VICHY/薇姿”品牌的产品。基于这些理由，投诉人认为，被投诉人的行为属于利用该域名故意造成消费者对其与投诉人及其产品和商标的混淆误认，搭乘投诉人驰名商标的“便车”，牟取不正当利益，同时阻止投诉人注册该域名，构成了《统一域名争议解决政策》第4条（b）项之（ii）和（iv）所指的恶意注册情形，即“注册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”；“为商业利益目的，通过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上述网站或其他链接地址”。

被投诉人则称，第一，其从未向任何人发出出售本域名的要约；第二，迄今也不存在或业已发生恶意诋毁或损害投诉人声誉、商标等行为；第三，投诉人并非是中国驰名商标；第四，被投诉人注册本域名自始至终都是自己在使用，投诉人注册的域名都是以“vichy”为唯一的识别标识。而且从www.webnic.cc上查询的Whois数据库记录显示，“vichy.com”的注册时间是“12-sep-1998”，而被投诉人注册的“vichyclub.com”的注册时间是“06-feb-2005”，由此总结投诉人的行为是在长达近7年的时间里未注册“vichyclub.com”域名，而是在被投诉人注册并善意使用了近2年后，已经拥有3390个用户的时候再来争夺域名的所有权，完全有理由认定是构成了“反向域名侵夺”；第五，为表善意，被投诉人可以在网站上声明本网站与投诉人网站无关。至于投诉人所说的投诉人使用了被投诉人的一些模特和产品图片实属巧合，被投诉人已经全部删除。

专家组根据双方当事人的主张与证据认定，在关于恶意的问题上，被投诉人实际并未否认投诉人的主张。虽然自2005年2月6日注册以来，被投诉人一直在正常使用该域名，但在使用过程中，被投诉人的确利用了投诉人的品牌影响力，并未经许可使用了投诉人的图片，从而有可能造成了消费者的混淆和误认，因而给被投诉人带来了商业利益。此种情形构成了《政策》第4条（b）款（iv）项所指的恶意注册情形，即“为商业利益目的，通过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上述网站或其他连接地址”。

关于反向域名侵夺

被投诉人认为，投诉人的行为是在长达近7年的时间里未注册“vichyclub.com”域名，而是在被投诉人注册并善意使用了近2年后，已经拥有3390个用户的时候再来争夺域名的所有权，完全有理由认定是构成了“反向域名侵夺”。

《政策》第4条(c)款规定，如有下列情形，表明被投诉人对争议域名拥有权利或利益：(i)在接到有关争议通知之前，被投诉人在提供商品或服务的过程中已善意地使用或可证明准备善意地使用该域名或与该域名相对应的名称者；或者，(ii)被投诉人（作为个人、商业公司或其它组织）虽未获得商品商标或有关服务商标，但因所持有的域名业已广为人知者；或者，(iii)被投诉人正非商业性地合法使用或合理地使用该域名，不存在为获取商业利益而误导消费者或玷污争议商品商标或服务商标之意图。

专家组认为，被投诉人虽然已经使用争议域名长达近两年的时间，但前文认定的事实表明，这种使用并不能构成善意使用。另外，被申请人的网站虽然已有3000多个用户，但在数以百万计的网络用户群中，3000多个用户还难以被认定为“广为人知”。因此，被投诉人对争议域名的注册和使用并不能使其正当拥有对该标识的合法权利或利益。相应地，投诉人的投诉不能构成反向域名侵夺。

Status

www.vichyclub.com

Domain Name Transfer

Decision

5、裁决

鉴于专家组已经认定，争议域名的可识别部分与投诉人享有权利的商标之间具有足以导致混淆的相似性，被投诉人对该部分不享有权利或合法利益，被投诉人注册与使用争议域名的行为具有恶意，即投诉人的投诉完全符合《政策》第4条(a)款规定的三个条件，应当获得支持。

专家组裁决：将争议域名转移给投诉人。

[Back](#)

[Print](#)