

# 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: CN1000372

---

投 诉 人: 芝华士兄弟(美洲)有限公司

(Chivas Brothers (Americas) Limited)

被投诉人: 马成永 (machengyong)

争议域名: chivas-mhd.com

注 册 商: 三五互联科技有限公司 (35 TECHNOLOGY CO., LTD.)

---

## 1、案件程序

亚洲域名争议解决中心北京秘书处(“中心北京秘书处”)于2010年7月20日收到投诉人根据互联网络名称及数码分配公司(ICANN)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,要求指定三位专家组成专家组审理本案。

根据投诉人的申请,中心北京秘书处同意投诉人以书面形式提交投诉书及其所附证据材料。

2010年7月21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,确认收到投诉书,并请求ICANN和注册商三五互联科技有限公司(35 TECHNOLOGY CO., LTD.)确认注册信息。三五互联科技有限公司(35 TECHNOLOGY CO., LTD.)于当日回复中心北京秘书处,确认本案争议域名由其提供注册服务,被投诉人系争议域名的注册人。

2010年9月10日,中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送投诉书传递封面,转去投诉人的投诉书。

2010年9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，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/邮政快递向投诉人传送/发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9月19日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件向 ICANN 和争议域名的注册商三五互联科技有限公司（35 TECHNOLOGY CO., LTD.）传送程序开始通知。

被投诉人在答辩期限内未提交答辩。2010年10月14日，中心北京秘书处向投诉人及被投诉人传送缺席审理通知。2010年10月19日，中心北京秘书处以电子邮件向拟指定专家迟少杰、郭寿康、廉运泽先生传送列为候选专家通知。迟少杰、郭寿康、廉运泽先生于当日回复中心北京秘书处，同意接受指定，并保证在当事人之间保持独立公正。

2010年10月20日，中心北京秘书处向双方当事人及上述拟指定专家传送专家指定通知，确定指定迟少杰先生为首席专家，指定郭寿康和廉运泽先生为专家，组成三人专家组，审理本案。

根据《规则》的规定，专家组应于成立之日起14日内即2010年11月3日之前（含11月3日）就本案争议作出裁决。

## **2、基本事实**

### **投诉人：**

本案投诉人芝华士兄弟（美洲）有限公司[Chivas Brothers (Americas) Limited]，地址是英国苏格兰佩斯里市仁弗路111/113号。在本案中，投诉人委托上海市段和段律师事务所的高俊和居晓林为其代理人。

### **被投诉人：**

本案被投诉人是马成永（machengyong），地址是 linyishixichengxingui14lou1601shi。被投诉人于2008年10月5日通过域名注册服务机构三五互联科技有限公司（35 TECHNOLOGY CO., LTD.）注册了本案争议域名“Chivas-mhd.com”。

## **3、当事人主张**

### **投诉人主张：**

投诉人以较大篇幅详细阐述公司发展历史及演变过程，以及使用“CHIVAS”字样的威士忌酒在全球（包括中国）的知名度及影响力。其中包括：

（1）投诉人是“芝华士兄弟公司”的关联公司。该公司由“芝华士”（Chivas）兄弟于 1801 年在英国苏格兰创立，以生产、销售“芝华士”品牌烈酒闻名世界。2001 年“芝华士兄弟公司”被法国保乐力加集团购并。投诉人及“芝华士兄弟公司”皆隶属公司。

（2）“芝华士兄弟公司”于 1976 年 5 月 20 日在中国注册“CHIVAS REGAL”商标，并于 2003 年 7 月将该商标转让给投诉人。此外，投诉人在中国还拥有一系列与“CHIVAS”和“芝华士”相关联的注册商标。其中“CHIVAS”、“CHIVAS REGAL”和“芝华士”3 个商标被中国商标主管机构认定为“驰名商标”。

（3）投诉人还注册许多以“CHIVAS”为主要标识的域名。争议域名与投诉人已注册域名极为相似。

（4）“CHIVAS”被认为是全球最具声望的调和型苏格兰威士忌品牌，产品畅销包括中国在内的 200 多个国家和地区。该品牌产品于 1990 年代进入中国市场，具有极高知名度和影响力。2008 年，“CHIVAS”品牌在中国的广告费即高达 2443 万欧元；该年份在华销量为 63 万箱（9 升装），名列威士忌品牌第一。“CHIVAS”品牌的威士忌酒在中国市场的极高知名度，是不言而喻的事实。

（5）投诉人从未与被投诉人有任何形式的关系；后者注册争议域名完全出于恶意。

被投诉人注册争议域名，但从未使用该域名，显然是为阻止投诉人注册相同域名。争议域名主要识别部分与投诉人注册商标具有极高的混淆度，表明被投诉人注册争议域名的明显恶意。投诉人在全球范围内（包括中国）注册诸多以“CHIVAS”字样为主要元素商标的时间，大大早于争议域名的注册时间；且“CHIVAS”是投诉人及其关联公司使用的商号。投诉人对“CHIVAS”享有合法权益；而被投诉人对争议域名不享有任何形式的合法权益。

鉴于上述事实，投诉人认为已满足《政策》有关请求转移争议域名的三个基本条件，并据此请求专家组裁决争议域名转移给投诉人。

#### **被投诉人主张：**

被投诉人经符合程序的送达，未对投诉人主张的事实提出任何形式的抗辩。

#### **4、专家组意见**

根据被投诉人与注册商之间的注册协议，被投诉人在申请注册域名时，同意受《政策》的约束。因此，《政策》项下规定，应作为判定本实体争议的标准。《政策》第4条规定了“强制性域名争议解决程序”，以及“判定实体争议的标准”。根据《政策》第4条第a款规定，投诉人投诉获得专家组支持的前提是，必须证明以下三个条件均已满足：

(i)被投诉人注册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)被投诉人对争议域名并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具有恶意。

首先需要强调的是，专家组审理认定域名争议的基础，是双方就争议焦点充分阐述各自意见并提交相应证据，以使专家组从不同角度审视、判断、认定相关争议事实；并居于双方截然对立之中间立场，就双方相互对立之主张或抗辩，充分阐述意见。本案被投诉人没有针对投诉人提出的事实及法律主张发表任何意见，从而使专家组失去更加清楚认定事实的基础。为此，专家组只能基于审理域名争议的经验及职业判断能力，对投诉人提出的事实及法律主张做出判断。如此条件下，即使专家组认定的事实与客观事实有差异，也应由被投诉人对此承担不利后果。因为，针对投诉人主张提出抗辩，不仅是被投诉人享有的程序权利，也是其应当履行的程序义务。

投诉人就投诉是否具备《政策》规定的三个条件，发表详细意见，并提交相应证据支持其主张。专家组仔细分析投诉人主张及证据，认为在无相反证据情况下，没有理由不依据投诉人提交的证据，认定其主张的相关事实；并就此阐述如下观点：

## 关于完全相同或混淆性相似

依据《政策》第4条第a款第(i)项规定，投诉人首先需要证明的是，被投诉人注册的争议域名，与投诉人享有权利的商品商标或服务商标相同，或者具有足以造成他人混淆的近似性。根据对该条规定的理解，投诉人只要证明前述“相同”或“混淆性相似”二者之一，即满足《政策》规定的该项条件。根据对投诉人主张的理解，专家组需要判断的是，争议域名与投诉人注册商标是否混淆性相似。为此，专家组需要认定两个相关事实。其一，投诉人主张的“享有权利的商标”是什么？其二，争议域名与前述商标是否近似，并易于导致消费者混淆？

投诉人主张享有权利的册商标是，在全球（包括中国）注册的单独或包含“CHIVAS”字样的多个注册商标；并主张其中“CHIVAS”“CHIVAS REGAL”和“芝华士”被中国商标局认定为“驰名商标”。基于投诉人提交的相应证据，在被投诉人未对投诉人前述主张提出任何抗辩情况下，专家组认定投诉人主张的事实；并以投诉人至少在中国大陆享有权利的“CHIVAS”商标，作为判断争议域名是否与其近似的标准。

本案争议域名为“chivas-mhd.com”。其主要识别部分为“chivas-mhd”，与投诉人享有权利的商标“CHIVAS”不完全相同。为此专家组需要判断的是，二者是否具有“足以导致混淆的近似性”？专家组进行分析思考，认为答案应当是肯定的。因为：

（1）争议域名主要识别部分由“chivas”、“-”和“mhd”三部分组成。就前述第一个元素“chivas”而言，其与投诉人享有权利的商标“CHIVAS”相同（英文大、小写不是导致二者差异的因素）。就前述第二个元素“-”而言，其作为符号的主要功能众所周知，即将两个不同元素分开。无论被投诉人出于何种考虑在争议域名中使用“-”符号，给人的感觉是，被投诉人“有意”将“chivas”与“mhd”分开。而如此结果是，网络使用者直观即可区分“chivas”与“mhd”两个不同元素。就争议域名主要识别部分第三个元素“mhd”而言，恐怕只有被投诉人自己了解其确切意味。因为，“mhd”三个字母可以对应不同的“英文”或“汉语拼音”。因此该元素对一般网络使用者无意义。

（2）一般情况下，当网络使用者见到争议域名主要识别部分后，其直观感觉应当是，一个代表投诉人的“CHIVAS”标识，和一个令人费解的“mhd”

标识。域名是注册者在网络环境中的名称，其基本功能是让网络使用者识别不同域名注册人。既然网络使用者见到争议域名后无法了解“mhd”的确切涵义，那么他只能将注意力集中到可以理解的元素“chivas”之上；从而使“chivas”元素，成为争议域名中最吸引网络使用者眼球、并进而成为最具识别性的元素。如此，尽管熟悉“chivas”标识并旨在通过该标识在网络上寻找相应当事人的网络使用者不知道“mhd”是什么，但他知道“chivas”代表投诉人；并由此联想争议域名注册者与投诉人可能具有某种关联性。如此可能性，应当成为认定争议域名“chivas-mhd.com”与投诉人“享有权利的商标”“混淆性相似”的关键依据。

(3) 需要强调的是，根据对《政策》第4条第a款第(i)项的理解，就“混淆性相似”而言，专家组只需认定其“可能性”即可；而非要求投诉人证明“已经发生混淆”的事实。对于如此“可能性”的判断，当然是专家组基于客观事实（如对争议域名与投诉人商标比较）产生的主观认识。专家组产生主观认识的基本逻辑思维是，被投诉人作为中国自然人独自创立“CHIVAS”（通常为西洋人姓氏）的概率，几乎为零。如此状态下，被投诉人注册争议域名显然不是出自“偶然”，而是具有明显的主观动机；即企图利用投诉人知名度获取不当利益。既然是“企图利用投诉人知名度”，那么如果争议域名具有“不足以导致混淆”的效果，则被投诉人“企图利用投诉人知名度”的主观动机无法产生预期效果。反之，只要具有“企图利用投诉人知名度”的主观动机，争议域名就不可能明显区别于投诉人“享有权利的商标”。

基于上述分析，专家组认定，争议域名主要识别部分“chivas-mhd”，与投诉人享有权利的商标“CHIVAS”，具有足以导致混淆的近似性；并进而认定，投诉满足《政策》第4条第a款第(i)项规定条件。

### 关于被投诉人权利或合法利益

按照《政策》第4条第a款第(ii)项规定，专家组需要认定的第二个争议事实是，被投诉人是否对争议域名享有权利或合法利益。从《政策》相关规定措辞角度看，似乎应由投诉人承担举证责任，但投诉人一般主张“被投诉人对争议域名不享有任何合法权益”，并很难为其认为实际不存在的事实举证。《政策》第4条第c款规定了被投诉人证明自己拥有对争议域名享有权利或合法利益的情况。该规定赋予被投诉人在域名争议解决程序中主张

实体权利的机会。为此，专家组更加关注被投诉人是否充分利用如此机会提出抗辩。审理实践中，就投诉人证明第二个条件已经成就而言，其通常主张并证明自己对于争议域名或其主要识别部分享有权利或合法利益。这使专家组判断认定第二个争议事实，具有更加充足的依据。

就本案而言，投诉人主张被投诉人不对争议域名或其主要识别部分享有任何合法权益；而后者没有针对前述主张提出任何抗辩。如此状况下，专家组何以否定投诉人主张，并认定被投诉人对争议域名享有任何权利或合法利益？从另一方面看，投诉人主张对争议域名享有合法权益，并提交相应证据予以证明。特别是，投诉人主张并证明“CHIVAS”是英国人的姓氏；投诉人历史可溯源于 19 世纪初叶，以及“CHIVAS”作为商号及商标如何成为世界（包括中国）最著名的威士忌酒品牌。通过对该等事实的分析，专家组很难想象，作为使用中文姓名的被投诉人，如何可能对“CHIVAS”标识享有什么形式的合法权益（至少被投诉人没有主张并证明如此事实）；并进而认定，投诉满足《政策》第 4 条第 a 款第（ii）项规定的第二个条件。

### 关于恶意

根据《政策》第 4 条第 a 款规定，投诉人需要证明的第三个争议事实是，被投诉人注册和使用域名具有恶意。

投诉人主张，被投诉人注册争议域名具有误导消费者混淆的明显恶意。被投诉人没有针对投诉人前述指控提出任何反驳意见。根据《政策》规定，投诉人应当证明被投诉人注册和使用争议域名具有恶意。但专家组注意到，投诉人主张被投诉人并未实际使用争议域名。如此，是否可以认为投诉人不能证明《政策》规定的第三个事实呢？专家组依据下述理由做出否定的答复。

（1）专家组上述已表明“混淆性相似”与“注册域名主观意图”的关系。从“善意”思维角度考虑问题，当事人注册域名首先应当考虑的是，如何使网络使用者通过域名，易于在互联网上找到自己。为此，注册争议域名应体现自己在“现实世界”中为人所知名称的显著元素。被投诉人注册的争议域名，显然不具备前述元素。如果注册域名非但不体现前述元素，反而显示极易与他人混淆的元素，那么如此事实无论如何难以体现“注册域名是出于‘善意’而非‘恶意’”。

(2) 一般而言，注册域名是为使用域名，包括注册人自行或许可他人正常使用或合理转让等行为。从“动机与效果一致性”角度分析，如果被投诉人注册争议域名不具有“恶意”，那么他应当具有与该“动机”相一致的“善意”使用争议域名的行为。就本案而言，投诉人主张被投诉人没有使用争议域名，且被投诉人未对此提出相反抗辩。如此，专家组可以认定的一个争议事实是，被投诉人注册争议域名后，未从事任何与使用域名相关的活动。

(3) 《政策》第 4 条第 (b) 款规定：“……，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标和服务标记的所有人以相应的域名反映其上述标识者；……；或者，(iv) 以使用域名的手段，为了商业利益目的，你方通过制造你方网站/网址或网站/网址上所出售的商品或者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者其他联机地址者。”如上所述，专家组既然认定被投诉人没有使用争议域名，是否就不能认定其“使用恶意”呢？如果仔细分析《政策》前述规定，便可以看出其中既涉及主动的“恶意使用”，又涉及被动的“恶意使用（不使用）”。如此规定完全符合“动机与效果一致性”原则。因为，只要一个行为发生，必然存在驱使该行为发生的“动机”。被投诉人既然注册争议域名，必定受某种“动机”驱使。专家组虽然不能主观认定被投诉人注册争议域名的具体“动机”，但可以对其进行分析判断。既然专家组认定被投诉人注册争议域名具有“恶意”，那么从一般逻辑角度考虑，则可以认定其“使用恶意”。因为，根据《政策》第 4 条第 (b) 款第 (ii) 项规定，在被投诉人不使用争议域名情况下，专家组至少可以认为其注册争议域名是“阻止商标和服务标记的所有人以相应的域名反映其上述标志”；除非被投诉人否认并以相应证据证明不存在如此可能性。

基于上述分析，专家组认定被投诉人注册和使用争议域名具有恶意，并进而认定投诉满足请求转移争议域名的第三个条件。


综上全部所述，专家组认定，投诉满足《政策》第 4 条第 a 款所规定

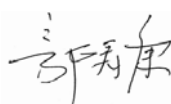



三个条件；从而没有理由不支持投诉人所提“裁决争议域名转移给投诉人”的请求。

## 5、裁决

基于上述理由，专家组裁决争议域名“chivas-mhd.com”转移给投诉人芝华士兄弟（美洲）有限公司（Chivas Brothers (Americas) Limited）。

首席专家：

专 家：

专 家：

二〇一〇年十一月二日