

亚洲域名争议解决中心
北京秘书处
专家组裁决
案件编号: CN-1200641

投 诉 人: 沃尔玛百货有限公司(Wal-Mart Stores, Inc)

被投诉人: Gao Guoliang

争议域名: china-walmart.com

注 册 商: 厦门三五互联科技股份有限公司

1、案件程序

2012年11月30日, 投诉人根据互联网名称与数字地址分配机构(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, 选择由一人专家组进行审理。

2012年12月4日, 中心北京秘书处向投诉人传送通知, 确认收到投诉书。同日, 中心北京秘书处向ICANN和域名注册商厦门三五互联科技股份有限公司发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。注册商厦门三五互联科技股份有限公司于同日回复确认: (1) 争议域名由其提供注册服务; (2) 被投诉人为争议域名注册人; (3) 《政策》适用所涉域名投诉; (4) 争议域名注册协议使用的语言为中文。

2012年12月5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书, 确认投诉书已经审查合格并送达被投诉人, 本案程序于2012年12月5日正式开始。同日, 中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送投诉通知, 告知被投诉人被投诉的事实, 并说明中心北京秘书处已按《规则》和《补充规则》的规定, 以电子邮件的形式向被投诉人传送了投诉书及附件。中心北京秘书处并于同日以电子邮件向ICANN及争议域名的注册商厦门三五互联科技股份有限公司传送程序开始通知。

被投诉人在答辩期限内未提交答辩。2013年1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。

2013年1月18日，中心北京秘书处向马来客先生发出列为候选专家通知，请其确认是否接受指定，作为本案专家审理案件，并在当事人间保持独立公正。同日，候选专家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。

2013年1月21日，中心北京秘书处向双方当事人及上述专家传送专家指定通知，指定马来客先生为本案独任专家，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》第6(f)条和第15(b)条，专家组应当在成立之日（即2013年1月21日）起14日内即2013年2月4日前（含4日）就本案争议作出裁决。

专家组认为，根据《规则》第11(a)条的规定，除非当事人另有约定或者域名注册协议另有规定，案件程序为域名注册协议使用的语言。本案当事人未约定使用其它语言，注册协议使用的语言为中文且未有其它约定，因此专家组决定本案的程序语言为中文。

2、基本事实

投诉人：

本案投诉人为沃尔玛百货有限公司(Wal-Mart Stores, Inc)，住所地为美国阿肯色州本顿维尔第八街310012西南702号(702 S.W. 8th Street, Bentonville, AR 72716-0520, U.S.A)，投诉人委托上海恒峰律师事务所作为其代理人，代为参加本案争议解决程序。

被投诉人：

本案被投诉人为 Gao Guoliang，其注册域名时登记的地址是 Hangzhou, Zhejiang, CN。

被投诉人于2011年1月12日通过注册机构厦门三五互联科技股份有限公司注册了本案争议域名“china-walmart.com”。

3、当事人主张

投诉人：

1、关于投诉人

投诉人成立于 1962 年，由山姆沃尔顿（SAM WALTON）创立。短短几十年时间，投诉人已经从北美走向全球，依靠编织的全球销售网络，成为世界上最大的商业零售企业，长期占据着世界零售业霸主的地位，并长期位列世界 500 强企业前 10 位。每年的销售总额高达 3,000 亿美元。目前，投诉人在全球 15 个国家（遍布美国、阿根廷、巴西、加拿大、中国、日本、德国、韩国、墨西哥、波多黎各、哥斯达黎加、尼加拉瓜、危地马拉、洪都拉斯、萨尔瓦多和英国等市场）开设了超过 8,400 家商场，下设 55 个品牌，员工总数 210 多万人，每周光临沃尔玛的顾客 2 亿人次。2010 财政年度（2009 年 2 月 1 日至 2010 年 1 月 31 日）销售额达 4,050 亿美元，2010 财年慈善捐赠资金及物资累计超过 5.12 亿美元，比 09 财年增长超过 20%。2010 年，沃尔玛公司再次荣登《财富》世界 500 强榜首，并在《财富》杂志“2010 年最受赞赏企业”调查的零售企业中排名第一。

投诉人十分重视中国市场，于 1996 年进入中国，在深圳开设了第一家沃尔玛购物广场和山姆会员商店。目前沃尔玛在中国经营多种业态，包括购物广场、山姆会员商店、社区店等，截至 2010 年 8 月 5 日，已经在全国 20 个省的 101 个城市开设了 189 家商场，在全国创造了超过 50,000 个就业机会。

2、投诉人及其商标“WALMART/沃尔玛”在中国已达到驰名状态。

自进入中国市场，投诉人在中国投入了大量的费用用于推广“WALMART/沃尔玛”品牌，除了针对会员发放产品宣传册、促销信息等，还在报刊、杂志上大量刊登广告，登载产品信息，以满足不同层次消费者的需求。由于投诉人高品质的产品，优秀的服务，令投诉人及其品牌在中国消费者心中得到了肯定，而同时，投诉人在中国的企业社会责任和可持续发展方面的各项努力也赢得了社会的广泛认可，并荣获诸多奖项和荣誉。并且，沃尔玛中国致力于成为地道的中国企业公民，自进入中国以来，沃尔玛在全国范围内累计向各种慈善公益事业捐献超过 6,000 万元人民币

的资金和物品，沃尔玛全国员工在社会公益事业方面投入累积超过 18 万个小时。自投诉人 1996 年进入中国市场以来，包括互联网在内的国内各种媒体始终都对投诉人在中国市场的发展动态给予极大的关注。无论是互联网、报刊、杂志等，都对投诉人首次进入中国市场、以及之后参与的活动、获得的成就与荣誉进行了广泛的报道。这与消费者对投诉人的热情丝毫没有减退息息相关。也使得投诉人及其产品在全国范围内成为妇孺皆知的品牌。可以说，投诉人及其品牌已经在中国普通消费者心中根深蒂固了。在 2005 年至 2010 年中国连锁行业年鉴报告中显示，自 2003 年至今，无论是在全球还是中国范围内，沃尔玛在连锁行业内的排名一直名列前茅。为消费者所熟知。

投诉人的“沃尔玛/WALMART”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。投诉人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、司法手段打击意图“傍名牌”者，不遗余力地维护自己的权利，维护自身的合法权益。在长久的知识产权维权过程中，投诉人对“沃尔玛”注册商标所享有的合法权益已经受到了各大行政、司法机关的高度肯定，任何意图抄袭投诉人商标的行为都将被禁止。2004 年，在一商标侵权诉讼案中，投诉人的“沃尔玛”商标被深圳市人民法院认定为驰名商标。2011 年 6 月，投诉人使用在第 35 类推销业（替他人）服务上的“沃尔玛”商标被商标评审委员会认定为驰名商标。由于“沃尔玛”是“WALMART”的中文音译，且投诉人自进入中国市场以来，一直将“沃尔玛”和“WALMART”同时使用，因此应当认定“WALMART”也达到了驰名状态。

以上事实证明：投诉人通过广告媒体报道、参与社会公益活动等方式长期持续宣传企业形象，在中国已经逐步形成了以“WALMART/沃尔玛”字号和商标为核心的企业品牌和信誉，在中国几乎家喻户晓，人们也早已经把“WALMART/沃尔玛”认定为是良好的服务及商品品牌形象的代名词，投诉人及其商标早就在公众中享有极高的知名度。只要一提到“WAL-MART”、“沃尔玛”，人们都会马上联想到投诉人，可以说投诉人与“WAL-MART”、“沃尔玛”已经构成了高度紧密的联系。

3、投诉人所享有合法权益的“WALMART/沃尔玛”注册商标

在中国，投诉人早在 1996 年就于第 35 大类上获准取得第 837822 号“WALMART”英文商标的专有权。该英文商标“WALMART”并非固有词汇，而是以投诉人的创始人“SAM WALTON”家族姓氏为基础所创造的。进入中国后，投诉人根据其企业名称“WALMART STORES, INC”中“WALMART”的读音创造了中文词汇组合“沃尔玛”，于 1996 年被中国商标局核准注册在第 35 大类上（注册号为 855807）。随后，为更好地保护自己的品牌，投诉人在多个类别上注册了“WALMART”和“沃尔玛”商标，包括在 24 大类“被子；纺织品毛巾”等商品类别上的注册。2010 年，投诉人独创的 Walmart 火花图形商标“Walmart ”（注册号：7412578）获国家商标局核准注册，在商场、宣传册中大量使用。无论是“WALMART”、“沃尔玛”或是火花图形都具有独创性。通过在世界及中国范围内的长期广泛大量的商业活动及宣传，投诉人已经在中国相关公众中建立了极高的知名度与美誉度。投诉人驰名商标“WAL-MART”、“沃尔玛”已经成为投诉人的代名词，无论是在全世界还是在中国都已经享有相当知名度。根据网络搜索结果显示，任何提及“WAL-MART”、“沃尔玛”之处，都指的是投诉人。

4、争议域名与“WALMART”驰名商标高度相似，具有足以导致混淆的近似性

争议域名的显著部分为“china-walmart”，由“china”和“walmart”两部分构成。其中“china”系“中国”的英文表达形式，属于普通词汇而不具有识别性，因此域名的显著部分其实是后半部分的“walmart”。该部分与投诉人的驰名商标“walmart”相比，仅相差了一个字母“i”，而英文字母“i”和“l”在字形上十分相似，这使得域名主体部分与投诉人的商标构成高度近似。并且，由于“walmart”在中国享有盛誉并被评为驰名商标，为大众所熟知，因此极易使相关公众在看到“walmart”时将其与“walmart”引起混淆，争议域名的中文翻译形式也即“中国沃尔玛”。基于以上分析，投诉人认为，争议域名与投诉人的“walmart”驰名商标构成足以导致混淆的近似性。容易导致公众的混淆，误认为该域名与投诉人有关。

因此，投诉人的请求满足《政策》第 4(a)(i)条规定的条件。

5、争议域名持有人对域名及其主要部分不享有合法权益

投诉人经查询发现，被投诉人从未在中国大陆申请注册过“walmart”商标，而“上海沃尔玛大家纺有限公司”也并非经工商行政管理部门合法登记注册的公司。因此，被投诉对域名及其主要部分实际并不享有任何合法权益。投诉人的请求满足《政策》第 4(a)(ii)条规定的条件。

6、争议域名持有人对域名的注册和使用具有恶意

通过“Whois-search.com”信息库查询的结果显示，被投诉人和联系人均为 Gao Guoliang，联系邮箱为“info@china-walmart.com”。

被投诉人以使用域名的手段，为商业利益目的，通过制造网站和网址上所出售的商品与投诉人商标之间在来源者等方面的混淆，故意引诱网络用户访问其网站。投诉人早在 2002 年就获准取得第 3095153 号“WALMART”英文商标以及第 3095103 号“沃尔玛”商标的在第 24 类商品上的专有权；2010 年又于 35 大类上获准取得了第 7412578 号“Walmart ”（Walmart 火花图形）商标的专有权。而争议域名的注册时间是 2011 年 12 月 1 日，此时投诉人的“WALMART”注册商标早已达到驰名状态。争议域名网站中大量使用“”标识，该标识“Walmart”部分即争议域名主体部分，与投诉人英文商标高度近似，火花图形部分更是完全相同。同时，争议域名注册人/使用人在争议域名网站及其销售的产品上，多处使用英文大写形式“WAIMART”，再配合使用“沃尔玛大家纺”标识，又对“Walmart”、火花图形、“沃尔玛”及“沃尔玛”的拼音“WOERMA”进行组合使用，例如，争议域名网站首页“关于沃尔玛大家纺/About Walmart Home Textiles”的字样中，就直接使用了投诉人的商标“Walmart”。又如，在其“尚派蚕丝被”的外包装上就是直接使用投诉人的“Walmart + 火花图形”和中文“沃尔玛”商标，并将投诉人的“Walmart”驰名商标与上述商标混合使用，其目的就是为了与投诉人的品牌及服务造成混淆。而相关公众施以普遍注意力时，根本不可能发觉如此细微的差别，从而在登陆该页面后即认为该网站及其展示的产品即为投诉人公司或品牌的产品，并进行下一步的点击，或出于对投诉人产品及服务的信赖而购买系争议域名网页上的产品，以此获取不正当利益。并且投诉人发现，争议域名网站及其宣传销售的“沃尔玛”包装的侵权蚕丝被，已造成了相关公众的混淆和

误认。在桂林人论坛（“BBS.GUILINLIFE.COM”）中，投诉人发现争议域名网站所提供的“沃尔玛”品牌的蚕丝被曾参展桂林旅博会，导致不少消费者因误认为该产品为投诉人所生产继而进行购买。该产品之后因质量问题，使投诉人饱受消费者诟病，对投诉人及类似商品的声誉造成了极大的损害，影响极其恶劣。此外，在百度贴吧中，也有网友对争议域名所指向的“上海沃尔玛大家纺有限公司”和投诉人之间的关系提出了质疑。由于争议域名网站上对投诉人的火花图形商标进行大量使用，令相关公众对该商标的归属也发生了混淆。由此可见，争议域名所指向网页上所销售的“沃尔玛”蚕丝被系列产品已经在相关公众中造成了一定程度的混淆，并自然而然地将涉案域名指向网页上所销售的假冒伪劣产品与投诉人之间形成了一定的联系。被投诉人注册争议域名的目的就在于制造网站和网址，故意制造与投诉人及其商标之间的联系，使公众误认为该网站与投诉人有某种关联，故意引诱网络用户访问其网站，从而获取不正当利益。该情形符合《政策》第 4(b)(iv) 条所规定的情形。

被投诉人的其他恶意情形：争议域名网页上所销售的产品侵犯了投诉人的注册商标专用权。在争议域名的网页上展示的产品中，突出标有“”和“沃尔玛”标识的蚕丝被产品侵犯了投诉人的“”和“沃尔玛”商标。这些侵权产品已流入市场，在各经销商及淘宝网上均有销售，且在销售过程中均打着投诉人“沃尔玛”的品牌进行宣传，从而使相关公众误认为该商品与投诉人有关，极大损害了投诉人的合法权益。另经查实，淘宝网上的几家店铺均为位于南京市建邺区集庆门大街 63 号的一家实体店操作经营。2012 年 11 月 14 日，投诉人对“沃尔玛”蚕丝被系列产品涉嫌侵犯投诉人注册商标专用权一事向南京市工商行政管理局建邺分局进行投诉，工商部门对涉案店铺采取行政执法，并在执法过程中对上述产品的侵权事实予以认定。

争议域名的注册和使用损害了投诉人的声誉。投诉人对争议域名网站上的联系方式“021-59188035”进行了网络调查，发现该电话号码不仅是争议域名使用人的联系方式，同时也是“上海紫罗莱家纺有限公司”（公司域名：“www.ziluolai.com”，以下简称“紫罗莱公司”）和“博阳家纺有限公司”（公司

域名：“www.chinashuixing.com”，以下简称“博阳公司”）的联系方式。经查询，这两个公司的域名注册人也是被投诉人。并且和争议域名所指向的公司“沃尔玛大家纺有限公司”一样，没有任何工商记录和中国工业和信息化部域名信息备案。由此可以推断，被投诉人与上述三家家纺产品公司，以及三家家纺公司之间均有业务上的关联。从网站上的公司简介内容来看，紫罗莱公司与沃尔玛大家纺公司（即争议域名网站所指向的公司）完全相同；从产品的包装外观来看，紫罗莱公司所销售的蚕丝被与争议域名网站宣传销售的产品也十分近似。由此投诉人推断，“紫罗莱”和“沃尔玛大家纺”实为同一家公司的两个品牌。不仅如此，紫罗莱公司还惯用不诚实的手段设置骗局，把人造棉被子当做蚕丝被来销售。在相关公众中造成了极其恶劣的影响。并且根据网友在 19 楼之家论坛（www.19lou.com）的讨论显示，利用骗局推销的蚕丝被包括但不限于“紫罗莱”品牌，且骗局中的联系人方式均指向“021-59188035”，与争议域名网站上的联系方式相同。上述事实足以证明，争议域名指向的网站所销售的商品已极大地损害了投诉人多年来努力建立的声誉，在社会上造成了及其恶劣的影响。若争议域名被继续使用，将会扩大对投诉人声誉的影响，从而给投诉人造成无法估量的损失。由此可见，争议域名的注册和使用已经给投诉人的声誉造成了严重的损害。

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)条及 4(b)(iv)条所规定的条件。

投诉人请求将本案争议域名转移给投诉人。

投诉人同时提交以下附件作为证据：

附件三：第 3095153 号、第 3095153 号、第 837822 号、第 7412578 号、第 855807 号商标注册证；

附件四：2001 年到 2009 年投诉人的世界 500 强排名；

附件五：投诉人在中国开设的连锁店、购物广场、社区店等列表及部分分店照片；

附件六：投诉人 1998~2010 年间派发的产品宣传广告、促销单以及在报刊、杂志上刊登的促销广告复印件及信息汇总；

附件七：投诉人在中国所获得奖项的证明、报道等及部分奖状照片；

附件八：投诉人在中国进行慈善、公益活动的相关报道；

附件九：网络、报刊、杂志等对投诉人及品牌的报道；

附件十：2001年至2010年中国连锁经营企业年鉴报告；

附件十一：投诉人在中国的商标确权、侵权案件中的商标异议民事判决书、裁决书等；

附件十二：投诉人在中国注册的“WALMART”、“沃尔玛”和“Walmart ”及其它商标列表及部分商标注册证复印件；

附件十三、商标网上对“walmart”查询信息，以及争议域名网站所指向的公司的工商登记情况；

附件十四：（2012）沪黄证经字第 10388 号公证书，内含：争议域名网站内容；

附件十五：（2012）沪黄证经字第 10388 号公证书。内含：相关公众在桂林旅博会中购买到争议域名网站上的侵权产品之后对该产品的强烈指责；

附件十六：（2012）沪黄证经字第 10388 号公证书。内含：相关公众在百度贴吧中对投诉人和争议域名所指向的公司“沃尔玛大家纺”之间关系的讨论；

附件十七：（2012）沪黄证经字第 10388 号公证书。内含：争议域名网站上的侵权产品信息和图片；

附件十八：（2012）沪黄证经字第 10388 号公证书，内含：侵权产品在经销商及淘宝网站上的侵权情况；

附件十九、南京市工商行政管理局建邺分局接收投诉人投诉，对争议域名网站经销商进行行政执法、打击侵权行为的报告；

附件二十：（2012）沪黄证经字第 10388 号公证书，内含：“Whois-search.com”网站数据库以及中国工业和信息化部 IP 备案信息中对“www.ziluolai.com”和“www.chinashuixing.com”域名的查询情况及其网站

内容;

附件二十一: (2012) 沪黄证经字第 10388 号公证书。内含: 争议域名网站上的公司介绍, 紫罗莱公司网站上的公司介绍, 以及两个品牌的产品对比图;

附件二十二: (2012) 沪黄证经字第 10388 号公证书。内含: 相关公众对争议域名所指向的公司之关联公司“紫罗莱家纺有限公司”的评价。

被投诉人:

被投诉人未提交答辩意见。

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) 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。

关于完全相同或混淆性相似

由于被投诉人未对投诉人提交的权利证明表示异议, 故专家组对投诉人所提交的权利证明的真实性予以确认。根据投诉人提交的中国国家工商行政管理总局商标局出具的《商标注册证》、“核准续展注册证明”、中国商标网“商标的详细信息”复印件, 在争议域名注册日之前, 投诉人在中国对以下商标享有注册商标专用权: 第 3095153 号“WAL-MART”文字商标, 核定使用商品第 24 类, 有效期自 2003 年 5 月 21 日始; 第 837822 号“WAL-MART”文字商标, 核定使用商品第 35 类, 有效期自 1996 年 5 月 7 日始(已续展)。第 837822 号“WAL-MART”文字商标, 核定使用商品第 35 类, 有效期自 1996 年 5 月 7 日始(已续展); 第 7412578 号“Walmart”文

字及火花图形商标，核定使用商品第 35 类，有效期自 2010 年 11 月 7 日始。上述商标显示的注册人名称为“沃尔玛连锁商店公司 WAL-MART STORES,INC”。投诉人还拥有第 855807 号（有效期自 2003 年 5 月 21 日始）、第 3095103 号（有效期自 1996 年 7 月 14 日始且已续展）“沃尔玛”文字商标。

投诉人提交了国家工商行政管理总局商标局(2006)商标异字第 00077 号“沃尔玛 WAL-MART’商标异议裁定书”，该裁定书有以下内容：“我局认为：……异议人（沃尔玛连锁商店公司）自 1996 年进入中国市场以来，已在 22 个城市开设了 40 余家商场。‘WAL-MART’是异议人长期使用的商标，该商标及对应中文商标‘沃尔玛’已在我国四十余类商品及服务上获准注册。异议人两引证商标（‘WAL-MART’和‘沃尔玛’）均非常用文字组合，具有较强独创性。通过多年宣传使用，其上述商标已在公众中具有较高知名度和影响力。”根据投诉人提交的其开设的部分商店的照片，门口均有较醒目的“Walmart”及火花图形标志、“沃尔玛”或“WAL★MART”标志。根据投诉人提交的显示日期为争议域名注册日之前的大量产品宣传广告、促销单复印件，上面有“WAL★MART”、“沃尔玛购物广场”标志。根据投诉人提交的证据，争议域名注册日前，部分媒体对投诉人及其商标进行了报道，如“财富中文网”刊登的 2001、2003、2003、2004、2005、2006、2007、2008、2009、2010 年世界 500 强排行榜中，显示有“WAL-MART STORES”的内容；《深圳特区报》于 2002 年 4 月 1 日刊登有“全美财富 500 强新版出炉 沃尔玛跃居首位一文”，其中有“以下是前十位的名单：Wal Mart Stores……”的内容；《财富（中文版）》2009 年 6 月上半月刊刊登有“员工推动可持续发展不断深入”一文，上有对“Wal Mart Stores”的介绍。

根据以上证据，专家组认为，投诉人对“WAL-MART”、“Walmart”及火花图形商标享有注册商标专用权。投诉人的上述商标在争议域名注册日前已公开使用，并为媒体所报道，商标行政管理机关亦在行政裁定中认定投诉人的“WAL-MART”商标通过多年宣传使用，已在公众中具有较高知名度和影响力，故专家组认定投诉人的“WAL-MART”商标在公众中具有较高知名度及影响力。

争议域名“china-waimart.com”中，具有识别作用的部分为

“china-walmart”，该部分由“china”、横号线“-”及“walmart”三部分组成。将其中的“walmart”与投诉人商标标志“WAL-MART”相对比，二者均由7个字母构成，7个字母中，二者只有第三个字母不同，其余字母及排序均相同；不同字母中，争议域名使用的为“i”，投诉人商标标志为“L”，这两个字母在视觉上有一定的相似性，在争议域名与投诉人商标其它构成字母及排序完全相同的情况下，普通消费者不施以特别注意，极难发现二者的这点不同之处；对文字商标而言，普通消费者认识判断时所注重的是商标的文字构成，“WAL-MART”相对争议域名虽还多有一横号线，但因横号线无实际含义，故此区别在判断相似性时可不予考虑；因此，“walmart”与“WAL-MART”构成近似。将“walmart”与投诉人“Walmart”及火花图形商标标志相对比，在投诉人的该商标中，“Walmart”文字为该商标的重要组成部分，该文字无具体含义，具有较强显著性，单独使用该文字，仍会使消费者在认识上指向投诉人的商标标志；如上面已陈述过的理由，“Walmart”与“walmart”同样构成近似。争议域名标志中，“china”为中国的英文名称，横号线无含义，而“walmart”与投诉人商标标志构成近似，在投诉人商标具有较高知名度的情况下，争议域名极易给普通公众造成由“china（中国）”和“walmart（投诉人商标）”构成的认识，争议域名如投入使用，公众极可能认为该域名指向的网站为投诉人开办的针对中国地区的网站，从而导致混淆。特别是根据投诉人提交的证据，争议域名指向网站的网页的突出位置有“Walmart”、与投诉人商标一致的火花图形标志及“沃尔玛大家纺”的内容，说明争议域名的使用人在主观上有制造混淆的故意。

综上，争议域名与投诉人享有权益的商标构成混淆性近似，本案投诉符合《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

根据投诉人提供的在“中国商标网”对“walmart”商标名称的查询结果，被投诉人并未注册与“walmart”标志有关的商标。专家组认为，投诉人已提供了被投诉人对“walmart”标志不享有权益的初步证据，在此情况下，被投诉人应就自己对争议域名使用的标志享有权利或合法利益提供证据，因被投诉人未提供证据证明自己对该标志享有何种法律所肯定的权利或利益，故应认定被投诉人对“walmart”标志不享有《政策》第4（a）（ii）条指明的权

利或合法利益。本案投诉符合《政策》第4(a)(ii)条规定的条件。

关于恶意

根据投诉人提交的争议域名指向网站的内容，可以认定争议域名已经注册及使用。根据投诉人提交的争议域名指向网站的内容，上面显示有“Waimart”、与投诉人商标一致的火花图形标志及“沃尔玛大家纺”的内容。据此可知，被投诉人对“WAL-MART”及“Walmart”和火花图形为投诉人的商标标志是知晓的。由于商标行政管理部门已认定投诉人的“WAL-MART”商标在公众中具有较高知名度和影响力，在这种情况下，被投诉人未经投诉人许可，使用能够与投诉人商标标志产生混淆的标志注册争议域名，会使公众误认为使用该域名的网站为投诉人开办的网站，或与投诉人存在着联系，从而无偿占有投诉人对其商标标志做出的努力及付出，对投诉人的利益造成损害。因此，被投诉人注册争议域名的行为符合《政策》第4(b)(iv)所称的使用“该域名是企图故意吸引互联网用户访问你方网站或其他在线网址以获得商业利益，方法是使你方网站或网址或者该网站或网址上的产品或服务的来源、赞助商、从属关系或认可与投诉人的标记具有相似性从而使人产生混淆”，因此本案投诉《政策》第4(a)(iii)条规定的条件。

5、裁决

综上所述，专家组认为，本案投诉符合《政策》第4(a)条规定的三项条件，因此，根据《政策》第4条和《规则》第15条的规定，专家组裁决将争议域名“china-waimart.com”转移给投诉人沃尔玛百货有限公司(Wal-Mart Stores, Inc)。

独任专家：马来容

二〇一三年二月四日