



Asian Domain Name Dispute Resolution Centre
- a charitable institution limited by guarantee registered in Hong Kong

(香港秘书处)

行政专家组裁决

案件编号.	HK-1400613
投诉人:	NOVALASH, INC.
被投诉人 :	张平 (zhang ping)
争议域名 :	<novolash.com>

1. 当事人及争议域名

本案投诉人为 NOVALASH, INC., 其英文地址為 1200 Southmore Blvd, Houston TX 77004, US, 投诉人为美国注册的有限公司。投诉人在本程序中的授权代理人是北京捷鼎知识产权代理有限责任公司, 其联络地址是中国北京市朝阳区光华东里 8 号院 2 号楼 1601。

被投诉人: 张平 (zhang ping), 联络地址为中国成都东大街 21 号香槟广场 1 楼 171 号或 hongxinglu, shanghai, sh, CN 610000, 其法律地位为个人。被投诉人在本程序中沒有授权代理人。

本案之争议域名为<novolash.com>, 由被投诉人通过域名注册服务机构 Shanghai Yovole Networks, Inc. 注册, 地址是 12th Floor, #323 Guo Ding Road, Shanghai 200433, China, 建立日期是 2013 年 6 月 1 日, 注册介满日期为 2015 年 6 月 1 日。

2. 案件程序

2014 年 5 月 20 日, 投诉人依据互网络名称和数码分配公司 (ICANN) 于 1999 年 10 月 24 日采纳的《统一域名争议解决政策》(《政策》), 和由 ICANN 董事会于 2009 年 10 月 30 日批准的《统一域名争议解决政策之规则》(《规则》), 以及自 2012 年 7 月 26 日起生效的《ADNDRC 关于统一域名争议解决政策之补充规则》(《补充规则》) 的规定, 向亚洲域名争议解决中心 (ADNDRC) 提出投诉申请书, 並选择由一人专家组进行裁决。

2014 年 5 月 21 日, ADNDRC HK 向域名注册机构 Shanghai Yovole Networks, Inc. 发函, 请求对方协助确认上述之争议域名是否经其注册, 並提供争议域名注册人的有关资料。域名注册机构随即于同日向 ADNDRC HK 作出有关确认。根据资料显示, 该争议域名的持有人注册单位名称是 zhang ping, 並且有关之争议域名注册协议是使用中文。

同日, 亚洲域名争议解决中心香港秘书处 (ADNDRC HK) 以电子邮件向投诉人授权代理人确认收到投诉人的投诉书及有关案件之费用, 并表示在收到注册服务机构确认域名注册信息后, 将对投诉人所提出的投诉进行格式审核, 如投诉书符合格式要求, 将在 3 天内送达投诉书至被投诉人, 以及正式开始本案程序。

2014年5月21日, ADNDRC HK 透过电子邮件向被投诉人发出函件及投诉书所有附件副本, 根据《规则》及《补充规则》的规定, 要求被投诉人于二十天内, 即2014年6月10日或之前提交答辩。

2014年5月27日, 被投诉人先后透过两个电子邮件向 ADNDRC HK 请求准予延长答辩期, 但并无指出延期多少。

2014年5月28日, 被投诉人以电子邮件向 ADNDRC HK 提交其对本案之正式答辩书及相关附件。根据答辩书资料显示, 被投诉人选择将本争议交由一人专家组裁决。

翌日, 即2014年5月29日, ADNDRC HK 透过电子邮件向投诉人及其授权代理人确认在规定答辩时间内, 收到被投诉人针对有关争议域名 <novolash.com> 投诉而提出的答辩。ADNDRC HK 向投诉人转发被投诉人之答辩及附件, 並指出将会很快指定专家审理本案。

2014年6月3日, 候选专家按 ADNDRC HK 要求, 表明同意接受指定, 並保证案件审理的独立性和公正性。同日, ADNDRC HK 以电子邮件通知双方当事人, 该中心确认已指定钟建康先生 (Mr. Kenneth Chung) 作为独立专家组审理本案。ADNDRC HK 将尽快把案件移交专家组, 並且根据相关规定要求专家组於2014年6月17日或之前, 就本域名争议案件作出裁决。

2014年6月9日, ADNDRC HK 以电子邮件去函投诉人及其授权代理人, 请投诉人提供 MS Word 格式的程序文件。

2014年6月11日, 投诉人向 ADNDRC HK 提交 MS Word 格式的投诉书。另外, 投诉人表示因发现新的证据, 故此提交补充投诉书以针对被投诉人提交的答辩书, 并请求专家组采纳该等补充资料。

2014年6月12日，ADNDRC HK 回复投诉人及其授权代理人，确认已收悉其邮件，并表示将在专家组就是否采纳其提供的补充投诉文件作出决定后通知本案双方当事人。

2014年6月16日，专家组透过 ADNDRC HK 向本案双方当事人发出《行政专家组指令第一号》，指示决定接纳投诉人提交补充资料的请求，并同时准许被投诉人在 2014年6月30日或以前，就投诉人之补充文件提交补充答辩。专家组将在 2014年7月14日或以前就本案作出裁决。

2014年7月2日，ADNDRC HK 向投诉人及其代理确认在指定时间内没有收到被投诉人就投诉人之补充文件提交补充答辩，并重申专家组将在 2014年7月14日或以前就本案作出裁决。

3. 事实背景

投诉人

投诉人 NOVALASH, INC. 成立于 2004 年，总部位于美国得克萨斯州休斯敦市。掌握了全球领先的睫毛嫁接技术，研发、生产各类睫毛嫁接产品，并提供睫毛嫁接服务和睫毛嫁接技术培训。投诉人并在美国及国际持有“NOVALASH”注册商标（见投诉书附件 3-5）。

投诉人之创始人 Sophy Merszei 女士为在韩国以外建立睫毛嫁接经销、培训网络的第一人。在贝勒医学院的医生、科学家们的协助下，投诉人具备了生产最具安全性的睫毛嫁接产品的能力，并迅速成为全球最大的睫毛嫁接产品经销商，产品销往全球 40 多个国家。投诉人及其产品、服务曾获得多个奖项（见投诉书附件 6）。

据投诉人所述，投诉人享有极高知名度和良好声誉，曾被《American

Spa》、《Salon Today》、《Stylist》等多家媒体报道（見投诉书附件 7）。经投诉人培训、认证的美睫师在全球无数个沙龙、美容院内使用投诉人的睫毛嫁接技术和产品为消费者提供睫毛嫁接服务，包括中国香港（見投诉书附件 8）。

被投诉人

被投诉人法律地位为个人。被诉人于 2013 年向当地工商管理机构注册了《成都诺维莱丝美容有限公司》并向商标管理机构提交了 novolash 注册申请，并且在 2013 年 4 月 15 号取得了国家商标总局的受理书。（见答辩书附件 2）。

据被投诉人所述，被诉人 2013 年起，以自创睫毛嫁接新技术为核心，在中国大陆“成都香槟广场”和“重庆同创国际”开设了多家店面，在中国大陆有相当影响力，并且在国内知名网站：大众点评网 (<http://www.dianping.com>)，糯米网 (<http://www.nuomi.com>)，美团网 (<http://www.meituan.com>) 等知名网站进行 novolash 品牌推广。享有良好的评价（见答辩书附件 3）。

4. 当事人主张

A. 投诉人的主张如下：

投诉人成立于 2004 年，掌握了全球领先的睫毛嫁接技术，研发、生产各类睫毛嫁接产品，并提供睫毛嫁接服务和睫毛嫁接技术培训。投诉人并在美国（注册号 3103541、4263507）及国际（注册号 943522）持有“NOVALASH”注册商标（見投诉书附件 3-5）。

投诉人之创始人 Sophy Merszei 女士为在韩国以外建立睫毛嫁接经销、培训网络的第一人，具备了生产最具安全性的睫毛嫁接产品的

能力，并迅速成为全球最大的睫毛嫁接产品经销商，产品销往全球 40 多个国家。

投诉人及其产品、服务曾获得多个奖项（见投诉书附件 6）。据投诉人所述，投诉人享有极高知名度和良好声誉，曾被《American Spa》、《Salon Today》、《Stylist》等多家媒体报道（见投诉书附件 7）。经投诉人培训、认证的美睫师在全球无数个沙龙、美容院使用投诉人的睫毛嫁接技术和产品为消费者提供睫毛嫁接服务，包括中国香港（见投诉书附件 8）。

- i. 争议域名与投诉人享有民事权益的名称或者标志相同，具有足以导致混淆的近似性

投诉人指出，投诉人拥有美国第 3103541 号“NOVALASH”注册商标，注册日期为 2006 年 6 月 13 日；国际第 943522 号“NOVALASH”商标，注册日期为 2007 年 6 月 25 日；美国第 4263507 号“NOVALASH”注册商标，注册日期为 2012 年 12 月 25 日。以上商标的注册日期均早于争议域名的注册日期（2013 年 5 月 30 日），且迄今有效。

先前的专家组裁决已经指出，域名后缀（包括“.com”、“.net”等）本身并不具备区别特征。因此，本案争议域名的主要识别部分为“novolash”，与投诉人享有权利的注册商标和商号“NOVALASH”仅就第四个字母存在“o”和“a”的差别，其余 7 个英文字母则完全相同且排列顺序一致。

投诉人认为被投诉人将故意错拼的投诉人的商标注册为域名的行为应视为“typo squatting”。争议域名的主要部分“novolash”系将“novalash”的第四个字母“a”替换成字母“o”而得。字母“a”与“o”在视觉上的差别十分微小，且发音十分相似。普通互联网用户如果不施以特别注意，很难将两者区分开来。此一细微改动不仅不能使争议域名与投

诉人的注册商标区分开来，反而加强了混淆性。参见 *Wachovia Corporation v. Peter Carrington*, WIPO 案件编号 D2002-0775, “*this conduct, commonly referred to as ‘typo squatting’, creates a virtually identical and/or confusingly similar mark to the Complainant’s trademark under paragraph 4(a)(i) of the Policy*”；亚洲域名争议解决中心案件编号 HK-1300475, “专家组认为争议域名主体部份 ‘SHOPYOP’ 的形像及读音与 ‘SHOPBOP’ 几乎一样，区别就在于以字母 ‘Y’ 取代了字母 ‘B’，并不能令争议域名与有关商标主体所给予人的整体形像区分开来，亦不足以避免引起公众的混淆”；亚洲域名争议解决中心案件编号 CN-1300655, “故争议域名中具有识别作用的主体部分为 ‘dulavis’。专家组将投诉人的注册商标 “DURAVIT” 与本案争议域名的主体部分进行了比较，认为二者均由 7 个英文字母组合而成，其中有 5 个字母完全相同，且排列顺序一致，发音相似。因此，专家组认为被投诉人持有的争议域名与投诉人享有在先权利的商标构成混淆性近似，投诉人的投诉满足《政策》第 4(a) 条规定的第一个条件”。

在 *Oxygen Media, LLC v. Primary Source* (WIPO 案件编号 D2000-0362)、*AltaVista Company v. Saeid Yomtobian* (WIPO 案件编号 D2000-0937) 等案件中，专家组亦持相同意见，认为当争议域名包含明显错拼的商标时，争议域名应视为与该商标混淆性相似。

使用搜索引擎 Google 检索 “novolash” 时，Google 自动将 “novolash” 与 “novalash” 关联起来。这说明两者存在混淆性相似（见投诉书附件 9）。

因此，投诉人主张争议域名与投诉人享有权利的商标混淆性相似。

就被投诉人在答辩书中之回应，投诉人作出反驳指被投诉人宣称“novolash”由“NOVO”和“LASH”组合而成，即“NovoLash”，该创意来源于拉丁文“novo”（“创新”）。投诉人认为，被投诉人这一辩解恰恰说明其抄袭了投诉人的品牌创意。

投诉人的商标为“NOVALASH”，但在指示品牌时，一般仍使用“NovaLash”，即“Nova”和“Lash”（见**补充附件 1**）。该创意来自拉丁文形容词“novus”。古拉丁语保留了词性的概念。拉丁文形容词“novus”的阳性形式为“novo”（见**补充附件 2**），阴性形式为“nova”（见**补充附件 3**）。“novo”与“nova”实质上是一个单词，仅在词性上有所区别。

鉴此，投诉人认为“NOVOLASH”与投诉人“NOVALASH”商标不仅视觉差别十分微小，发音十分相似，且寓意完全相同。争议域名因此与投诉人的“NOVALASH”商标混淆性相似。

ii. 被投诉的域名持有人对域名或者其主要部分不享有合法权益

投诉人指出，中国商标网的查询结果显示，成都诺维莱丝美容有限公司于 2013 年 4 月 3 日申请注册第 44 类“NOVOLASH”商标，但此一商标申请尚未获得核准（见**投诉书附件 10**）。因此，被投诉人对“NOVOLASH”不享有商标权。

就投诉人所知，被投诉人不持有任何“novolash”、“NOVALASH”或其他近似的注册商标。因此，被投诉人对争议域名不享有商标权。就投诉人所知，没有证据表明被投诉人因争议域名而广为人知。

投诉人指出，被投诉人借由与投诉人商标和商号混淆性相似的争议域名引诱互联网用户访问其网站，而该网站宣传与投诉人相竞争的业务。被投诉人使用争议域名的行为不构成《政策》4(c)(i)所规定的善意提供商品或服务的情形，且被投诉人对争议域名的使用不构成非商业使用或合理使用。

投诉人认为，被投诉人因此对争议域名不享有《政策》第4(c)项所规定的权利或合法权益，对争议域名不享有权利或合法权益。

就被投诉人在答辩书中之回应，投诉人作出反驳指如被投诉人所述，被投诉人在2013年4月递交了商标申请，而中国商标局受理了该申请。但是，商标申请不等同于商标核准注册，“NOVOLASH”商标申请尚未获得核准。

在中国，被投诉人的商标如获准注册，将获颁中国商标局局长签发的《商标注册证》，上面将载明商标、注册人、注册有效期限等，而非一纸受理通知书。《受理通知书》仅仅表明商标局受理了某一商标申请，但不代表该申请一定会获得核准。被投诉人提交的《受理通知书》最下方已经清晰载明“本通知书仅表明商标局已收到申请人的商标申请，并不表明所申请商标已获准注册”（见**答辩书附件2**）。因此，被投诉人就“NOVOLASH”不享有商标权。

被投诉人成立于2013年3月14日，注册资本仅为人民币3万元，办公地址即为其营业场所（店铺）。直至2014年5月6日，被投诉人方才开设第二家店（重庆店）（见**补充附件4**）。有关被投诉人的搜索结果均为被投诉人发布的产品团购优惠链接，其中并无有关被投诉人的媒体报道。可见，被投诉人的业务规模相当之小，影响力更无从谈起，被投诉人不因为争议域名而广为人知。

被投诉人借由与投诉人商标和商号混淆性相似的争议域名引诱互联网用户访问其网站，而该网站宣传与投诉人相竞争的业务。被投诉人对争议域名的使用不符合专家组在 *Oki Data Americas, Inc. 诉 ASD, Inc.* (WIPO 案件编号 D2001-0903) 一案中确立的善意提供商品或服务的条件，不构成善意提供商品或服务，且不构成非商业使用或合理使用。

投诉人认为，被投诉人因此对争议域名不享有任何权利或合法利益。

iii. 被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意

投诉人指出，“NOVALASH”并非英语语言中的固有词汇，而系投诉人独创的商标和商号，具有显著性。投诉人自 2004 年起即公开使用“NOVALASH”商标。经过多年的经营和推广，投诉人及“NOVALASH”商标在相关公众中享有极高的知名度。

鉴于投诉人为美国知名植睫品牌，同时亦为全球行业领先者，被投诉人不可能不知道“NOVALASH”商标。而且，被投诉人在争议域名网站上宣称“所有使用的产品全由韩国原装进口，并与美国几家知名植睫品牌相同，均为韩国同一公司代工制造”（见投诉书附件 11）。可知，被投诉人密切关注着美国睫毛嫁接行业，其所指的美商知名植睫品牌实际上可能即为投诉人及“NOVALASH”。

如上所述，“novolash”不属于英语语言或者其它语言的固有词汇，也并非被投诉人商号“诺维”的汉语拼音（NUOWEI），被投诉人因此没有使用“novolash”作为其域名的合理理由。作为同业竞争者，被投诉人更不可能基于巧合而注册了与显著性商标“NOVALASH”仅有一个英文字母之差的争议域名，并将之用作官方网站宣传推广美睫业务。

在明知投诉人及“NOVALASH”商标的情况下，被投诉人未经授权而针对性注册与“NOVALASH”商标混淆性相似的争议域名，显然出于制造混淆的目的及利用“NOVALASH”商标和商号的良好声誉谋取不正当利益，具有明显恶意。参见 *Maori Television Service v. Damien Sampat*, WIPO 案件编号 D2005-0524, “*A finding of bad faith may be made whether the Respondent knew or should have known of the registration and use of the trade mark prior to registering the domain*”。

投诉人享有在先权利的“NOVALASH”属于臆造词，具有极强的独创性和显著性。“NOVALASH”现有的特定含义系投诉人经过长期公开使用而产生的，排他性指向投诉人及其“NOVALASH”商标。可见，被投诉人注册与“NOVALASH”商标混淆性相似的争议域名的目的是利用投诉人“NOVALASH”商标的知名度，诱导互联网用户访问争议域名，误使互联网用户认为争议域名网站及该网站上的产品或服务与投诉人之间存在来源、赞助商、从属或认可等方面的关系，从而获取不当的商业利益。该行为具有恶意。

被投诉人与投诉人属于同一行业的经营者和竞争者，却注册与投诉人“NOVALASH”商标和商号极其近似的域名。此外，被投诉人将争议域名用于推广、宣传与投诉人相同的睫毛嫁接业务，并模仿投诉人官方网站（**见投诉书附件 12**）的风格设计争议域名网站。对比可知，争议域名网站与投诉人官方网站的色调皆为粉红色，网站首页左侧皆为女子头像，网站首页下方皆为眼部/睫毛特写。投诉人官方网站的这一设计方案的使用日期可追溯到 2011 年 7 月 28 日（**见投诉书附件 13**），远远早于争议域名的注册日期。

投诉人有理由相信被投诉人利用混淆性相似的争议域名吸引互联网用户访问争议域名网站，并引诱其购买其产品或服务。

务。被投诉人的上述行为阻碍了投诉人业务的正常开展，证明其注册和使用争议域名的目的在于破坏投诉人的正常业务，其行为具有恶意。

投诉人认为，综上所述，争议域名与投诉人的商标构成混淆性相似；被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法权益；被投诉人对争议域名的注册及使用具有明显的恶意。

就被投诉人在答辩书中之回应，投诉人作出反驳如下：

投诉人在美睫行业已有十年的经验，荣获多项大奖，产品销往近 40 个国家，包括中国香港（见补充附件 5）。被投诉人宣称其选择“novolash”系受与美睫行业毫无关联的联想集团的“Lenovo”标志启发，而非在美睫行业享有极高知名度的“NOVALASH”商标，实在无法令人信服。而且，被投诉人在其店招上使用的“NOVOLASH”字体，与投诉人的“NOVALASH”字体完全相同，包括粗细不一致的字母线条，以及不一致的位置。再者，被投诉人的“EYELASH EXTENSIONS BY NOVOLASH”口号与投诉人的高度近似。最后，大众点评网上载了一张被投诉人店铺的照片，从中可看出被投诉人店铺门口的招牌宣传“成都首家专业美睫机构，美国最新睫毛嫁接”等。

被投诉人宣称争议域名网站的设计参考了维珍美睫毛沙龙网。维珍美睫毛沙龙网首页左上方为蓝色图案标识与黑色文字标识的组合，标识下方为黄色网站导航条，配色以粉色、黄色为主。而争议域名网站则与投诉人的官网一致——首页上方中间位置为粉色文字标识，标识下方为粉色网站导航条，左侧为女子头像，下方为眼部/睫毛特写，粉色为基本色调。经对比可知，争议域名网站模仿投诉人官网的痕迹极重，与其十分相似，而与维珍美睫毛沙龙网的设计元素存在极大差异。鉴此，被投诉人不可能在声称参考维珍美睫毛沙

龙网的情况下，设计出与维珍美睫毛沙龙网不相似的争议域名网站，而在不知晓投诉人的情况下，设计出与之十分相像的争议域名网站。

投诉人指出，以上种种，若以巧合解释，实在太过牵强，被投诉人更将其抄袭行为推脱给网站设计方。结合投诉书证据，被投诉人确实知道投诉人及“NOVALASH”商标。如若被投诉人果真如其宣称的系有影响力的创新公司，不可能以如此不负责任的态度任由网站设计方随意杜撰网站内容，更不可能在一年多的长时期中从未审核并纠正自己网站的不实内容。被投诉人抄袭其他美睫网站的行为，恰恰说明被投诉人高度关注同行竞争者，且有恶意盗用同业竞争者商标、网站设计、网站内容的行为模式。

综上所述，投诉人认为被投诉人作为美睫行业的从业者，不可能不知道投诉人及其“NOVALASH”商标，更不可能基于巧合而设计出与投诉人相混淆的商标（包括相同的字体与颜色）和宣传口号。被投诉人明知“NOVALASH”商标而注册争议域名的行为具有恶意。被投诉人经由争议域名网站提供竞争性产品和服务的使用行为同样具有恶意。

综合上述事实与理由，争议域名与投诉人的商标构成混淆性相似；被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法权益；被投诉人对争议域名的注册及使用明显具有恶意。。

鉴於上述原因，投诉人请求专家组基于投诉书及补充投诉书裁定将争议域名转移给投诉人。

B. 被投诉人的主张如下：

- i. 被诉人 novolash 商标创意来源于 《2003 联想集团启用的 Lenovo 全新标志, Lenovo 中的 le 取自原 Legend , 继承“传奇”之意;“novo”则代表创新》（见答辩书附件 1）。
“novo”是一个很古老的拉丁词根, 代表“新意, 创新”; lash 是个通用词 代表:睫毛, novolash 整个名称的寓意为“新意的睫毛”, 被诉人是想给客户有效地传递“为客户赋予有新意的睫毛”的理念, novolash 和 novalash 是两个完全不同的人造词组, 所表达的意思完全不同, 而且被诉方是和中文命名组合使用的, 因此完全不存在混淆和利用投诉人 novalash。
- ii. 对于投诉人所指的被诉人选择 novolash 而没有选择 nuoweilaisi 作为域名的说法, 中国没有任何规定必使用拼音而不允许英文造字! 按投诉人的观点, 哪么”联想中国”是不是就只能选用 lianxiangzhongguo 作为域名而放弃 lenovo.com.cn 呢? 显然投诉人这一观点是没任何依据的。
- iii. 被诉人 2013 年向当地工商管理机构注册了 《成都诺维莱丝美容有限公司》并向商标管理机构提交了 novolash 注册申请, 并且在 2013 年 4 月 15 号取得了国家商标总局的受理书（见答辩书附件 2）。在中国商标局系统（<http://sbj.saic.gov.cn/sbcx/>）里面没查到相近的商标。更没见投诉人的商标出现在中国商标局里面。投诉人所说被诉人抄袭创意完全是无从说起。商标审核期间具有延迟性, 被诉人以网站查询结果作判断依据, 而网站查询结果本来无法律效力, 更不能以此作为判断被诉人无权使用 novolash 作为域名的依据。
- iv. 被诉人 2013 年起, 以自创睫毛嫁接新技术为核心, 在中国大陆 “成都香槟广场” 和 “重庆同创国际” 开设了多家店

面。在中国大陆有相当影响力。并且在国内知名网站:大众点评网 (<http://www.dianping.com>) , 糯米网 (<http://www.nuomi.com>) , 美团网 (<http://www.meituan.com>) 等知名网站进行 novolash 品牌推广。享有良好的评价 (见答辩书附件 3) 。反观投诉人在中国大陆没有一家门店, 没有任何产品在市场上销售, 没有任何产品宣传, 没有任何媒体上面进行过任何形式的品牌推广。投诉人在投诉附件中截取很多投诉人的网站截图, 但其中完全找不到一个是在中国大陆进行的任何产品和品牌宣传活动的相关消息, 这恰恰证明了投诉人 novalash 品牌在中国大陆没有任何影响力。包括被诉人在内中国大陆消费者, 完全不知道投诉人品牌 novalash , 更不存在仿冒一说。在此背景下, 被诉人通过合法途径注册 novolash.com 合法域名, 作为企业自身网站, 进行正当使用, 是完全正当的合法的。

- v. 投诉人所指出的在 Google 中检索 novolash 关联到 novalash 的情况如下: google 公司早在 2010 年就正式宣布退出中国市场, 关闭中国区网站, 关闭中国区办事处。(官方声明网址 : <http://www.google.com/press/new-approach-to-china/>) (见答辩书附件 4) 。在中国大陆完全不能正常使用和访问, google 在中国大陆市场占有率垫底均在 1%左右。所以包括被诉人在内的中国网民根本不使用。(见答辩书附件 4) 。而被诉人创立品牌是在 2013 年。中国大陆网民完全使用的是 <http://www.baidu.com> 和 <http://www.sogou.com> 等搜索。而在各大搜索当中, 搜索被诉人品牌 novolash 则全是被诉人企业网站和被诉人在国内知名网站对 novolash 品牌宣传。完全不见任何关于投诉人品牌 novalash 的任何相关信息。(见答辩书附件 5)

- vi. 投诉人所说被诉人企业网站上出现“韩国原装进口”和“韩国代工”等字眼就断定被诉人知晓投诉人品牌, 这种说法完全没有逻辑可寻。被诉人网站是交给第三方机构制作, 第三

方机构人员为图一时方便，从中国大陆另一家网站（<http://www.fifty57seven.com/mj.asp>）进行简单复制（见答辩书附件 6）。被诉人已责令第三方制作机构进行修改。所以被诉人根本无任何途径可以获得 投诉人 novalash 品牌的任何相关信息。被诉人所使用技术完全是独创，相关产品也是大陆山东企业生产，完全没有进口一说（见答辩书附件 7）。

vii. 关于网站颜色，被诉人所经营的是为女性服务，女性大多喜欢粉红色，所以第三方制作方建议仿造国内另一家知名美睫网站 (<http://www.vigineyelash.com/>) 使用粉红色为基础色（见答辩书附件八）。网站布局方面被诉人网站风格和投诉人网站风格完全不同，投诉人不能按每个人都是：眼睛在上，鼻子在下的逻辑，来断定人和人之间存在仿冒吧！投诉人生拉硬套的非说是一样，根本就是无理无据。

viii. 综上所述，投诉人对被诉人的投诉完全无依据！

5. 专家组意见

正如上文案件程序中提及，投诉人于 2014 年 6 月 11 日向 ADNDRC HK 提交补充资料，以针对被投诉人提交的答辩书。根据《规则》第 12 条，除投诉书和答辩书外，专家组可自行决定要求当事人一方就所涉案件提供进一步陈述或提交相关文件。基于投诉人表示因发现新的证据，本案专家组接纳投诉人提交补充资料请求。

根据《规则》第 10 条 (b) 款，对于所有案件，专家组均应保证平等对待双方当事人，并保证各方当事人均有平等的机会陈述案情。故专家组批准接纳投诉人提交补充资料请求之同时，并准许被投诉人在 2014 年 6 月 30 日或以前，就投诉人之补充文件提交补充答辩。惟在指定时间内，专家组没有收到被投诉人就投诉人之补充文件提交补充答辩。专家组认为经已确保各方当事人平等的机会陈述案情。

根据《政策》第 4(a) 条规定，符合下列条件的投诉应当得到支持：

- (i) 争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆；以及
- (ii) 被投诉人对争议域名并不享有权利或合法权益；以及
- (iii) 被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

投诉人在行政程序中必须举证证明以上三种情形同时具备。

本案专家组，根据当事人提出的投诉书以及其所附证据材料，归纳意见如下：

- A) 关于争议域名与投诉人享有商品商标或服务商标权利的名称或者标志相同或混淆性相似

专家组认为在考虑争议域名是否与“NOVALASH”相同或混淆性相似这议题前，首先应考虑投诉人是否拥有“NOVALASH”商品商标或服务商标权利。

投诉人提供证据显示投诉人拥有美国第 3103541 号“NOVALASH”注册商标，注册日期为 2006 年 6 月 13 日；国际第 943522 号“NOVALASH”商标，注册日期为 2007 年 6 月 25 日；美国第 4263507 号“NOVALASH”注册商标，注册日期为 2012 年 12 月 25 日（见投诉书附件 3-5）。投诉人指出，以上商标的注册日期均早于争议域名的注册日期，且迄今有效。被投诉人在本案呈交其答辩书，但对投诉人拥有“NOVALASH”注册商标一说，并无提出反驳或否定。

综上，专家组考虑了席前之证据，认为投诉人拥有“NOVALASH”商品商标或服务商标权利。

下一步，专家组要考虑争议域名是否与“NOVALASH”相同或混淆性相似。域名后缀“.com”本身并不具备区别特征，本案争议域名的主要识别部分为“novolash”。

正如投诉人所述，“novolash”与投诉人享有权利的注册商标和商号“NOVALASH”仅就第四个字母存在“o”和“a”的差别，其余7个英文字母则完全相同且排列顺序一致。投诉人认为此乃被投诉人故意“typo squatting”的行为。对此，专家组接纳其说法。专家组同意字母“a”与“o”在视觉上的差别十分微小，“novolash”跟“NOVALASH”发音十分相似，普通互联网用户容易混淆。

至于投诉人指其商标“NOVALASH”创意来自拉丁文“novus”之说，图指“novolash”跟“NOVALASH”寓意完全相同。就这论点，专家组留意到在其原本的投诉书中，投诉人从没有提出或解释其商标“NOVALASH”之来源，只是直至被投诉人提交其答辩书解释“novolash”之来源后，投诉人才在其补充投诉书中首次提出其商标创意来自拉丁文“novus”之说法。故此，专家组对投诉人这一说法有所保留。但尽管如此，基于以上其他所述之理由，专家组认为本案争议域名的主要部分“novolash”跟投诉人享有权利的注册商标和商号“NOVALASH”极其相似，容易引起混淆。

综合以上，专家组裁定投诉人已经能满足《政策》第4(a)(i)条之要求。

B) 关于被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权益

被投诉人2013年向当地工商管理机构注册了《成都诺维莱丝美容有限公司》并向商标管理机构提交了novolash注册申请，并且在2013年4月15号取得了国家商标总局的受理书（见答辩书附件2）。

另一方面，投诉人反驳，指虽然成都诺维莱丝美容有限公司于 2013 年 4 月 3 日申请注册了“NOVOLASH”商标，但此一商标申请尚未获得核准（见投诉书附件 10），而商标申请不等同于商标核准注册。因此，被投诉人对“NOVOLASH”不享有商标权。就这一点，专家组同意投诉人的主张说法。

被投诉人指从 2013 年起，在中国大陆开设了多家店面。在中国大陆有相当影响力。被投诉人提交证据以证明其在国内知名网站进行“novolash”，并享有良好的评价（见答辩书附件 3）。但专家组留意到有关搜索结果只是被投诉人发布的产品团购优惠链接，并非有关被投诉人的媒体报道。而且，据投诉人提交证据显示，被投诉人直至 2014 年 5 月 6 日才开设第二家店（见补充附件 4）。这都显示被投诉人并非如其所述在中国大陆有相当影响力，亦没有证据表示被投诉人因为争议域名而广为人知。

在被投诉人不持有任何“novolash”或“NOVALASH”的注册商标，以及没有证据表明被投诉人因争议域名而广为人知之情况下，加上争议域名与投诉人商标和商号混淆性相似，专家组认为被投诉人对争议域名不享有商标权。

综上，专家组考虑了席前双方当事人之证据，认为投诉人证明了被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权益。因此，裁定投诉人已满足就 ICANN《政策》第 4(a)(ii) 条的目的。

C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意，《政策》第 4(b) 条清楚列明，若专家组发现存在下列情况之一的（特别是以下情况但不仅限于），则可将其行为构成恶意注册或者使用域名之证据：

- (i) 被投诉人注册或获得域名的目的是为了向投诉人(商标或服务标记的所有者)或其竞争对手销售、租赁或转让该域名注册,以获取与域名直接相关之现款支付成本的等价回报还要高的收益;或者
- (ii) 被投诉人注册域名,目的在阻止商标或服务标记的所有者获得与标记相对应的域名,只要被投诉人已参与了此类行为;或者
- (iii) 被投诉人注册域名;主要用于破坏竞争对手的业务;或者
- (iv) 被投诉人使用该网名是企图故意吸引互联网用户访问被投诉人的网站或其他在线网址以获得商业利益,方法是使该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。

投诉人主要依赖以下几个论点,试图证明被投诉人对争议域名的注册及使用具有明显的恶意:

- (一) 投诉人为美国知名植睫品牌,被投诉人不可能不知道“NOVALASH”商标;
- (二) “novolash”不属于英语语言或者其它语言的固有词汇,也并非被投诉人商号“诺维”的汉语拼音(NUOWEI),被投诉人因此没有使用“novolash”作为其域名的合理理由;
- (三) 被投诉人未经授权而针对性注册与“NOVALASH”商标混淆性相似的争议域名,显然出于制造混淆的目的及利用“NOVALASH”商标和商号的良好声誉谋取不正当利益;
- (四) 被投诉人注册争议域名目的是利用投诉人“NOVALASH”商标的知名度,诱导互联网用户访问争议域名,误使互联网用户认为争议域名网站及该网站上的产品或服务与

投诉人之间存在来源、赞助商、从属或认可等方面的关系，从而获取不当的商业利益；

(五) 被投诉人模仿投诉人官方网站的风格去设计争议域名网站，例如，粉红色的色调、女子头像和眼部/睫毛特写；及

(六) 被投诉人的“EYELASH EXTENSIONS BY NOVOLASH”口号与投诉人的“NOVALASH EYELASH EXTENSIONS”高度近似。

关于第二项论点，被投诉人在其答辩书内对“novolash”商标的产生由来作了解释，是基于拉丁词根“novo”（代表“新意、创新”）与通用词lash(代表“睫毛”)的结合。投诉人质疑被投诉人何以不用“诺维”商号的汉语拼音（NUOWEI），对于这种论据，专家组看不到有任何价值或依据。正如被投诉人所反驳，没有任何规定必使用拼音而不允许英文造字，专家组并不接纳投诉人的第二项论点。

致于投诉人第五项论点有关争议域名网站的色调风格设计等等，专家组留意到无论是投诉人或被投诉人，他们提供的产品和服务是睫毛嫁接，销售对象都是以女性顾客为绝大多数。专家组同意及接纳被投诉人所说女性大多喜欢粉红色，所以使用粉红色为基础色去设计争议域名网站。致于女子头像和眼部/睫毛特写等等，基于被投诉人的产品和服务是睫毛嫁接，故此网站设计凸显女子头像和眼部/睫毛特写，专家组认为是自然不过。专家组亦不能完全同意投诉人的第五项论点。

关于投诉人第六项论点，专家组认为亦无实质。“EYELASH EXTENSIONS”一词解作一些对天生睫毛作出延长或提昇，泛指睫毛嫁接的技术、产品或服务，这是个普通的英语名词。被投诉人的“EYELASH EXTENSIONS BY NOVOLASH”只表达争议域名网站所显示之“EYELASH EXTENSIONS”睫毛嫁接的产品或服务是由“novolash”品牌提供，正如投诉人以“NOVALASH EYELASH

EXTENSIONS” 表达其自家的产品或服务一样，是正常不过的英语表达，根本称不上是什么所谓口号。每个品牌的经营者都有权去表达宣传其产品或服务的品牌，专家组不能单就这样去断定被投诉人抄袭模仿投诉人。

可是，另一方面，专家组于上文已分别裁定争议域名的主要部分跟投诉人享有权利的注册商标和商号极其相似，容易引起混淆，以及被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权益。专家组亦注意到投诉人提交的证据中，显示大众点评网上一张被投诉人店铺的照片，从中可看出被投诉人店铺门口的招牌宣传“成都首家专业美睫机构，美国最新睫毛嫁接”等（見**补充附件 7**）。此外，专家组亦注意到**投诉书附件 11** 显示被投诉人在争议域名网站上宣称“所有使用的产品全由韩国原装进口，并与美国几家知名植睫品牌相同，均为韩国同一公司代工制造”。

鉴上，专家组相信被投诉人，作为一个睫毛嫁接的经营者，是密切关注着美国睫毛嫁接行业，这一点由上一段所述之证据观察已能合理推断。而且，以投诉人及其“NOVALASH”商标在美国及国际上的知名度，作为一个睫毛嫁接的经营者，被投诉人亦是不可能不知道的。专家组相信被投诉人经由争议域名，企图故意吸引互联网用户访问被投诉人的网站或其他在线网址以获得商业利益，方法是使该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。这种行为，明显是《政策》第 4(b)(iv) 条中所述之恶意。故此，专家组是接纳投诉人上述第一、三及四项之论点。

综合以上，专家组认为投诉人已有效证明本案被投诉人对争议域名之注册或使用是具有《政策》第 4(b)(iv) 条中所述之恶意。因此，专家组裁定投诉人满足了《政策》第 4(a)(iii) 条之条件。

6. 裁决

基於以上对案情之分析，专家组认为：

- (A) 本案争议域名<novolash.com>与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆；以及
- (B) 被投诉人对争议域名或其主要部分不享有权利或合法利益；以及
- (C) 被投诉人对争议域名的注册和使用是具有恶意。

故此，专家组裁定本案投诉人所提交之投诉成立，並且裁定将争议域名<novolash.com>转让给投诉人。



独任专家组：钟建康 (Kenneth Chung)

日期： 2014 年 7 月 14 日於香港