



中国国际经济贸易仲裁委员会
域名争议解决中心

裁 决 书

[案件编号: CND2009000174]

投诉人: 芝华士兄弟(美洲)有限公司

(Chivas Brothers (Americas) Limited)

地 址: 英国苏格兰佩斯里市仁弗路 111/113 号

代理人: 上海市段和段律师事务所 高俊、居晓林

被投诉人: 叶荐钢

地 址: 中国浙江省杭州市萧山区萧绍路 996 号

争议域名: 芝华士.中国 (.cn) (含繁体)

注册机构: 厦门易名网络科技有限公司

二〇〇九年十二月二十一日

北 京

裁 决 书

(2009)中国贸仲域裁字第 0199 号

中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心(下称域名争议解决中心)根据中国互联网络信息中心(CNNIC)2006年3月17日发布实施的《中国互联网络信息中心域名争议解决办法》(下称解决办法)、2007年10月8日生效实施的《中国互联网络信息中心域名争议解决程序规则》(下称程序规则)以及中国国际经济贸易仲裁委员会《关于〈中国互联网络信息中心域名争议解决办法〉补充规则》(下称补充规则)的规定以及投诉人芝华士兄弟(美洲)有限公司(Chivas Brothers (Americas) Limited)于2009年9月4日针对域名“芝华士.中国(.cn)(含繁体)”,以叶荐钢为被投诉人向域名争议解决中心提交的投诉书,受理了有关“芝华士.中国(.cn)(含繁体)”域名的域名争议案。案件编号 CND2009000174。

现本案已审理终结。本案专家组根据解决办法、程序规则和补充规则的规定作出本裁决。现将本案案件程序、基本事实、当事人主张、专家组意见和裁决分述如下:

一、案件程序

域名争议解决中心于2009年9月4日收到投诉人向域名争议解决中心提交的投诉书。域名争议解决中心于2009年9月7日以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知。

2009年9月7日,域名争议解决中心向注册商厦门易名网络科技有限公司及中国互联网络信息中心(以下简称 CNNIC)发出注册信息确认函,请求提供争议域名的有关注册信息。2009年9月7日,域名争议解决中心收到注册商的注册信息确认函,确认争议域名的注册服务机构为易名中国(厦门易名网络科技有限公司),注册日期为2007年10月26日,注册人为叶荐钢。

2009年10月16日,域名争议解决中心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。

2009年10月26日，域名争议解决中心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2009年10月16日经审查合格并送达被投诉人，本案程序于2009年10月26日正式开始。同日，域名争议解决中心以邮政快递及电子邮件的双重形式向被投诉人发送/传送了“程序开始通知”，同时转送业经审查合格的投诉书及所有附件材料，要求被投诉人按照规定的期限提交答辩。同日，域名争议解决中心以电子邮件向易名中国（厦门易名网络科技有限公司）和CNNIC传送程序开始通知。

2009年11月13日，域名争议解决中心收到被投诉人延长答辩期限的申请。同日，域名争议解决中心以电子邮件向双方当事人传送延长答辩期限的通知，将被投诉人提交答辩的期限延长至2009年12月1日。

2009年11月18日，域名争议解决中心收到投诉人提交的补充材料。2009年11月19日，域名争议解决中心将上述材料转给被投诉人。

2009年12月1日，域名争议解决中心收到被投诉人的答辩书。同日，域名争议解决中心以电子邮件和邮政快递向被投诉人传送/发送答辩转递通知，转去被投诉人的答辩书。

本案投诉人和被投诉人均选择三人专家组审理本案，根据程序规则的规定，案件应当由三人专家组进行审理。域名争议解决中心从投诉人提名的三位候选专家中指定薛虹女士为投诉人选定的专家，从被投诉人提名的三位候选专家中指定边永民女士为被投诉人选定的专家，从专家名册中指定陶鑫良先生为首席专家。域名争议解决中心于2009年12月2日以电子邮件向陶鑫良先生、薛虹女士、边永民女士传送列为候选专家通知，并请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。2009年12月2日至2009年12月3日，陶鑫良先生、薛虹女士、边永民女士分别回复域名争议解决中心，同意接受指定，并保证在案件审理中保持独

立性和公正性。

2009年12月3日，域名争议解决中心收到投诉人的“投诉人对被投诉人答辩的回复”。

2009年12月4日，域名争议解决中心以电子邮件向双方当事人和上述拟定专家传送专家指定通知，指定陶鑫良先生、薛虹女士、边永民女士为本案专家，成立三人专家组，审理本案，其中陶鑫良先生担任首席专家。案件于同日移交专家组。

根据程序规则的规定，本案专家组应于其成立的2009年12月4日起14日内（遇节假日顺延），即2009年12月21日前（含12月21日）作出裁决。

专家组决定接受2009年11月18日投诉人提交的补充材料和2009年12月3日投诉人提交的“投诉人对被投诉人答辩的的回复”。随后域名争议解决中心将“投诉人对被投诉人答辩的的回复”递转给了被投诉人，并通知被投诉人，如其有任何补充意见或证据，请于2009年12月14日之前提交。

被投诉人未再提交任何材料。

二、基本事实

（一）关于投诉人

本案投诉人为芝华士兄弟（美洲）有限公司（Chivas Brothers (Americas) Limited），其地址为英国苏格兰佩斯里市仁弗路111/113号。

投诉人在本案中的委托代理人为上海市段和段律师事务所的高俊、居晓林，其地址为上海市遵义南路88号17楼，邮政编码200336。

（二）关于被投诉人

本案被投诉人为叶荐钢，其地址为中国浙江省杭州市萧山区萧绍路996号。

被投诉人于 2007 年 10 月 26 日在注册服务机构易名中国（厦门易名网络科技有限公司）注册了本案争议域名“芝华士.中国（.cn）（含繁体）”。

三、当事人主张

（一）投诉人诉称：

1、 基本事实

1.1 投诉人及其所隶属的法国保乐力加集团公司（Pernod Ricard S.A.）是世界著名的烈酒（包括威士忌）/葡萄酒生产商和销售商

本案投诉人芝华士兄弟（美洲）有限公司（Chivas Brothers (Americas) Limited）是世界著名的苏格兰威士忌生产商芝华士兄弟有限公司（Chivas Brothers Limited，简称“芝华士兄弟公司”）的关联公司。

除“CHIVAS（芝华士）”系列品牌外，投诉人及芝华士兄弟公司还拥有近四十个其他苏格兰威士忌品牌，其中包括“皇家礼炮（Royal Salute）”、“百龄坛（Ballantine’s）”、“格兰威特（The Glenlivet）”等多个享誉世界的著名品牌。

2001 年，芝华士兄弟公司被法国保乐力加集团（Pernod Ricard S.A.）收购，成为保乐力加集团的成员之一，投诉人也因此成为保乐力加集团的附属公司。保乐力加集团成立于 1975 年，由法国 Pernod 公司和 Ricard 公司合并而来。通过快速的发展和并购，保乐力加集团已经发展成为世界第二大、美国以外地区第一大烈酒和葡萄酒生产商，并在全世界超过 70 个国家共雇用了 17,600 名员工。目前全球销售量最大的前 100 个烈酒品牌中，保乐力加集团拥有 20 个之多。

1.2 “CHIVAS（芝华士）”是一个具有悠久历史的苏格兰威士忌品牌，也是投诉人多年来广泛使用的商标。

芝华士兄弟公司于 1801 年创立于英国苏格兰的阿伯丁市，其创

始人包括詹姆斯·芝华士 (James Chivas) 和约翰·芝华士 (John Chivas) 兄弟。历经两百多年的风雨，芝华士兄弟公司从最初一家小小的商店已经发展成为目前世界排名第二的苏格兰威士忌生产商，并独创了苏格兰威士忌的三重调和工艺。

“CHIVAS (芝华士)” 来源于 Chivas (芝华士) 兄弟的姓。詹姆斯及约翰·芝华士两兄弟大约于 1801 年在苏格兰东北海岸繁忙的阿伯丁贸易港口开始他们的杂货生意，他们是阿伯丁一家名为 “Chivas Brothers (芝华士兄弟)” 的店铺的创始人，该店铺就是后来的芝华士兄弟公司的前身。后来，“Chivas” 一词成为了投诉人及芝华士兄弟公司的公司名称中的商号，其中文翻译就是 “芝华士”。该公司也经常被称为 “高地的哈罗德百货公司”。后来在 1843 年，詹姆斯·芝华士因其出色的服务而被英国王室永久委任为 “皇家供应商”。这次委任是芝华士兄弟公司在 19、20 世纪多次被授予 “皇家供应商” 的第一次，同时也令芝华士兄弟名声大振，生意蒸蒸日上，并与英国皇室建立了良好而巩固的关系。“CHIVAS REGAL” 注册商标中的 “REGAL” 就是 “皇室”、“皇家” 的含义。“CHIVAS (芝华士)” 这一品牌名称大概在 1909 年被启用，当年推出了第一瓶 “CHIVAS (芝华士)” 苏格兰威士忌。芝华士兄弟公司因卓越的产品质量而声名远扬，他们专注于葡萄酒和烈酒业务，在酒窖里酿造和调制出了高质量的威士忌。

1923 年，芝华士兄弟公司再次被授予皇家特许状，并被指定为英王乔治五世的苏格兰威士忌供货商。20 世纪 50 年代，为确保麦芽威士忌的供应，芝华士兄弟公司收购了 Strathisla 酿酒厂。作为对投诉人及其关联公司 “CHIVAS (芝华士)” 苏格兰威士忌引人注目的销售成功的认可，到目前为止 “女王出口成就大奖 (the Queen’s Award for Export Achievement)” 已经连续四次被授予投诉人及其关联公司。

此外，芝华士兄弟公司还于 1973 年被英国苏格兰莱昂勋爵 (Lord Lyon) 授予了一项盾徽。根据英国法律，莱昂勋爵具有执行盾牌徽章

法律的刑事管辖权，同时负责审理那些想要获得盾徽的个人或企业的申请。按照英国苏格兰的惯例，盾徽是合法财产。盾徽一旦被授予并保存在苏格兰盾徽纹章公共登记处，它们就受到苏格兰法律的保护。盾徽的授予证明芝华士品牌及其质量得到了高度认可，这一盾徽已经广泛使用在包括芝华士 12 年的特殊银盒等许多与芝华士产品有关的物品上。

芝华士兄弟公司自成立以后不断发展壮大，陆续推出了“Chivas Regal 12 (芝华士 12 年)”、“Chivas Regal 18 (芝华士 18 年)”、“Chivas Regal 25 (芝华士 25 年)”等多个“CHIVAS (芝华士)”系列品牌。此外，还推出了限量版的“CHIVAS REGAL (芝华士)”苏格兰威士忌，包括由 Alexander McQueen 酿制的芝华士 18 年以及由 Christian Lacroix 酿制的芝华士 12 年。

如今，“CHIVAS (芝华士)”系列苏格兰威士忌已在包括英国、中国、美国、法国、日本、墨西哥、意大利、希腊、俄罗斯、西班牙、委内瑞拉、中国香港、中国台湾等在内的 200 多个国家和地区销售，并还在全世界 50 个一流机场中的 42 个机场有售，已成为世界上最受欢迎和最著名的威士忌品牌之一。

总之，自 1909 年以来，“CHIVAS (芝华士)”一直持续使用于该品牌的苏格兰威士忌酒，并已经在世界范围内树立了良好的声誉和形象，对投诉人而言具有非常重要的价值。

1.3 “CHIVAS (芝华士)”在包括中国在内的世界范围内具有很高的声誉，是世界著名的苏格兰威士忌酒品牌和商标。

“CHIVAS (芝华士)”被认为是世界范围内最具声望的调和型苏格兰威士忌品牌，畅销于包括英国、中国、美国、法国、日本、墨西哥、意大利、希腊、俄罗斯、西班牙、委内瑞拉、中国香港、中国台湾等在内的超过 200 个国家和地区。它是欧洲和亚太地区最为畅销的苏格兰威士忌，也是世界上业绩最好的烈酒品牌之一，其在过去四十年里的年均增长率达到 40%。在 2008 年财政年度里，其在全世界范围内的销售量超过 440 万箱 (9 升装)。

为在消费者心目中树立良好的品牌形象，投诉人、芝华士兄弟公司、保乐力加集团及其旗下的子公司每年均不遗余力地在全世界范围内（包括中国）对“CHIVAS（芝华士）”品牌和商标进行宣传和推广，为此投入的人力、物力和财力非常庞大。据统计，在2008年，异议人、芝华士兄弟公司及其关联公司在世界范围内为“CHIVAS（芝华士）”系列商标所投入的广告宣传费用达到1.1亿欧元。

此外，有关“CHIVAS（芝华士）”系列商标的广告宣传活动在世界各地广泛开展，使该品牌受到广泛关注。其中就包括一项名为“芝华士人生（The Chivas Life）”的世界范围内广告赞助活动。该活动通过由“CHIVAS（芝华士）”系列品牌赞助在世界著名景点举办的各种体育赛事活动，从而将该系列品牌与这些体育赛事和体育活动相联系起来。例如，在2006年至2007年期间，就举办过如下赛事赞助活动：

（1）2006年8月17日至19日，在智利 La Parva 举行的芝华士雪上高尔夫竞赛；

（2）2006年9月6日至10日，在泰国清莱举行的国王杯大象马球锦标赛；

（3）2006年11月27日至12月3日，在尼泊尔 Tiger Tops 举行的世界大象马球竞赛；

（4）2006年12月4日，在泰国普吉泰王杯赛舟会上举办的芝华士赛跑会；

（5）2007年1月11日至13日，在瑞士圣莫里茨举办的芝华士雪上高尔夫竞赛；

（6）2007年3月26日至28日，在西班牙巴伦西亚举办的芝华士美洲杯体验活动；

为了对上述“芝华士人生（The Chivas Life）”活动进行宣传，有许多关于“芝华士人生”活动的宣传海报在全球发行，包括在香港赤腊角国际机场和澳门国际机场；此外还有许多有关该项活动的报纸

报道，包括但不限于泰国、土耳其、乌拉圭、澳大利亚、中国发行的报纸以及在英国航空公司机舱杂志上刊登的有关内容。

除此之外，有关“CHIVAS（芝华士）”系列商标的其他赞助活动还包括许多体育赛事，其中包括：

（1）芝华士是两项奥运金牌得主 Ben Ainslie OBE 的赞助人；

（2）芝华士对国际马术比赛的金牌获得者以及参加于法国圣莫里茨举行的芝华士雪地高尔夫锦标赛的英国女王伊丽莎白的外孙女扎拉·菲利普斯公主进行了品牌赞助；

（3）芝华士是参加巴伦西亚 2007 年美洲杯比赛的中国队的赞助人；

（4）芝华士赞助了亚洲首届生活方式赛舟会——第 20 届普吉泰王杯赛舟会；

（5）芝华士赞助了于 2009 年 2 月举办的英国影视艺术学院奖活动；

（6）芝华士赞助 2009、2010 以及 2011 年的嘎纳国际电影节，并且在 2009 年 5 月，芝华士推出了由享誉国际的法国设计师克里斯汀·拉克鲁瓦亲手设计的限量版芝华士 12 年瓶装。

这些广告宣传活动进一步在全球范围内巩固了“CHIVAS（芝华士）”系列品牌的高端形象。

“CHIVAS（芝华士）”苏格兰威士忌于 20 世纪 90 年代初进入中国，并迅速成为中国洋酒市场的领导品牌之一，具有极高的知名度和美誉度。从 2000 年开始，投诉人及其关联方每年均投入巨资来宣传、推广“CHIVAS（芝华士）”品牌。除此以外，投诉人的关联方（特别是“CHIVAS（芝华士）”苏格兰威士忌在中国的总经销商保乐力加（中国）贸易有限公司）也分别在各个市场上（特别是中国市场）斥资宣传、推广这一品牌。投诉人及其关联方对“CHIVAS（芝华士）”品牌的广告宣传方式也多种多样，包括电视、广播、报纸、杂志、户

外、互联网以及不时举办或赞助的各种活动(如体育赛事、音乐会等)。2008年,投诉人及其关联方(包括保乐力加(中国)贸易有限公司)在中国为“CHIVAS REGAL(芝华士)”品牌所投入的广告宣传费用达到2443万欧元。

另外,投诉人还在中国建立了一个由总经销商及其各地分公司、一级批发商、二级批发商、零售商(包括宾馆、餐厅、酒吧、KTV、超市、卖场、便利店等)组成的、包括各种销售业态的完善的市场营销网络。

得益于优秀的产品质量、良好的品牌形象、完善的销售网络以及忠诚的消费群体,“CHIVAS(芝华士)”苏格兰威士忌每年都取得非常好的销售业绩。据统计,“CHIVAS(芝华士)”苏格兰威士忌在中国的销售量都达到63万箱(9升装)。此外,根据国际葡萄酒与烈酒数据分析公司(International Wine and Spirit Record,简称“IWSR”)的评估,“CHIVAS(芝华士)”在中国市场上销售的各个威士忌品牌中排名第一。IWSR是国际权威的葡萄酒和烈酒市场数据和资讯提供商,其数据被广泛采用,如中国的《参考消息》也曾引用过IWSR的统计数据。

无论是在中国还是在整个世界范围内,“CHIVAS(芝华士)”品牌都获得了消费者的高度肯定和信赖,并取得了各种各样的荣誉,特别是在“国际烈酒挑战赛(International Spirits Challenge)”和“国际葡萄酒及烈酒竞赛(International Wine & Spirits Competition)”中获得过数十项荣誉称号,这在所有的世界级威士忌品牌中独一无二。这充分显示“CHIVAS(芝华士)”品牌在国际市场的领先地位和驰名全球的声誉。

此外,由于“CHIVAS(芝华士)”品牌的巨大影响力,它的发展历程和曲折的成功故事也日益引起全球的广泛关注。例如,著名的酒业新闻记者和专栏作家F·保罗·帕库特(F. Paul Pacult)就于2004年撰写了一本名为《双剑合璧—芝华士和格兰威特如何成为国际品牌》(英文名:A Double Scotch: How Chivas Regal and The Glenlivet

Became Global Icons) 的书，介绍了“CHIVAS (芝华士)”如何以其无与伦比的高质量成为公认的世界顶级威士忌品牌的传奇故事。该书于 2005 年 4 月在美国出版发行，其中文版本也由上海远东出版社于 2007 年 8 月在中国发行。由此可见，“CHIVAS (芝华士)”已经成为世界知名的苏格兰威士忌品牌和商标。

更为重要的是，由于“CHIVAS (芝华士)”品牌所具有的极高驰名度，中国商标局已于 2009 年 4 月在商标异议程序中认定该品牌的三个核心商标包括“芝华士”、“CHIVAS”以及“CHIVAS REGAL”为驰名商标。

1.4 投诉人在中国以及其他国家和地区对于“CHIVAS (芝华士)”拥有许多注册商标，并注册了许多域名。更为重要是，该品牌的三个核心商标包括“CHIVAS REGAL”、“CHIVAS”及“芝华士”已被中国商标局认定为驰名商标。

一直以来，投诉人都十分重视对其所拥有的“CHIVAS(芝华士)”品牌的合法权益的保护。为有效保护与“CHIVAS (芝华士)”品牌相关的知识产权，投诉人对与“CHIVAS (芝华士)”品牌相关的文字和图案在世界范围内进行了广泛的商标注册。如有必要或被要求，投诉人可以提供该等商标注册证和申请文件的副本。此外，投诉人还为“CHIVAS(芝华士)”品牌注册了约 250 个包含“CHIVAS”、CHIVAS REGAL”、“芝华士/芝華士”一词或由其构成的域名，其中包括数个以“芝华士”作为主要部分的域名，例如：“芝华士.net”、“芝华士.公司.cn”和“芝华士.网络.cn”等。

中国是“CHIVAS (芝华士)”品牌的重要市场。早在 1976 年 5 月 20 日，投诉人的关联公司芝华士兄弟公司就在中国注册了“CHIVAS REGAL”商标，核定商品为第 33 类的苏格兰威士忌酒，后于 1997 年 10 月进而将“CHIVAS”的中文简体和繁体译名“芝华士”和“芝華士”分别注册为中国注册商标。并且在 2003 年通过商标转让，使投诉人成为上述商标的实际持有人，这都远远早于被投诉人注册争议域名的时间。

此外，投诉人还在中国拥有一系列关联商标，包括“CHIVAS REGAL 及图”（注册号：877656，核定商品为第 33 类的含酒精饮料（啤酒饮料））、“CHIVAS REGAL 及图”（注册号：877660，核定商品为第 33 类的含酒精饮料（啤酒除外））、“CHIVAS”（注册号：3953220，核定商品为第 33 类含酒精饮料；酒（饮料）；葡萄酒；酒（利口酒）；蒸馏饮料；威士忌；威士忌利口酒；开胃酒；鸡尾酒；威士忌（麦芽威士忌）；用威士忌制的或含威士忌的饮料（啤酒除外的酒精饮料））。

在这其中，作为该品牌核心商标的三个商标“CHIVAS REGAL”、“CHIVAS”及“芝华士”已于 2009 年被中国商标局认定为第 33 类商品（含酒精饮料（啤酒除外））上的驰名商标。

此外，“CHIVAS（芝华士）”系列商标为相关公众所广泛知晓，享有极高的声誉。作为驰名商标，许多人企图“搭便车”，利用“CHIVAS（芝华士）”系列驰名商标的知名度和良好声誉来谋取不正当的利益。但是，无论是在中国还是在其他国家和地区，“CHIVAS（芝华士）”系列商标都得到了政府部门、司法机关乃至国际组织的充分保护。例如：

（1）江西省南昌市工商局就曾在 2005 年 4 月组织了一次专项行动，对假冒“芝华士”的行为进行了严厉的打击；

（2）浙江省义乌市人民法院于 2008 年 4 月对销售假冒“芝华士”相关注册商标的商品的两名犯罪嫌疑人依法作出刑事判决。

（3）四川省成都市龙泉驿区人民法院曾于 2008 年 7 月对假冒包括“芝华士”注册商标在内的洋酒商标的一犯罪团伙以假冒注册商标罪依法作出刑事判决，使侵权人得到法律应有的惩罚；

（4）浙江省苍南县人民法院曾于 2008 年 11 月对非法制造“芝华士”相关注册商标的两名犯罪嫌疑人依法作出刑事判决；

（5）浙江省苍南县人民法院曾于 2009 年 7 月对非法制造“芝华士”相关注册商标标识及其他侵权产品的犯罪嫌疑人依法作出刑事

判决。

(6) 美国专利商标局 (United States Patent and Trademark Office) 在一起商标异议中认定 “CHIVAS (芝华士)” 系列商标之一 “CHIVAS REGAL” 是驰名商标;

(7) 世界知识产权组织 (World Intellectual Property Organization) 在今年作出的一起有关域名争议的仲裁中, 认定 “CHIVAS” 是驰名商标, 并以此为基础, 撤销他人抢注含有上述驰名商标的域名。

2、法律理由

2.1 被投诉人 (争议域名持有人) 的域名与投诉人享有民事权利的商标相同或混淆性近似

投诉人及其关联方早在 1997 年就获得了 “CHIVAS” 的中文简体和繁体译名 “芝华士” 和 “芝華士” 的商标注册, 投诉人对 “芝华士/芝華士” 一词在中国依法享有在先的民事权利。经过多年持续不断的使用和推广, “CHIVAS (芝华士)” 已经成为世界知名的苏格兰威士忌品牌和商标, 特别是 “CHIVAS REGAL” 及 “CHIVAS” 已经被中国商标局、美国专利和商标局以及世界知识产权组织认定为驰名商标, 而 “芝华士” 被中国商标局认定为驰名商标。因此消费者对 “CHIVAS (芝华士)” 作为一个世界顶级苏格兰威士忌酒品牌已经非常熟悉, 且 “芝华士/芝華士” 一词已经与投诉人建立起了唯一的联系。因此, 投诉人对 “芝华士/芝華士” 无论在中国还是在世界其他地方均享有在先的合法民事权益, 该等权益应当受到中国法律保护。

争议域名的后缀为 “.cn” 或 “中国/中國”, 均是域名的类别与国家代码, 起区分作用的是域名主体部分 “芝华士” 或 “芝華士”, 这与投诉人在先使用以及在中国注册的 “芝华士” 和 “芝華士” 商标完全相同。被投诉人注册争议域名足以导致公众混淆该域名的所有人以及通过使用该域名的网站发布信息的行为人。

2.2 被投诉人 (争议域名持有人) 对争议域名不享有合法权益

鉴于下列原因，被投诉人应被认为对于争议域名不享有任何合法权益，具体如下：

(1) 投诉人从未授权被投诉人使用“芝华士”和“芝華士”商标，被投诉人并非“芝华士”和“芝華士”商标的被许可人。

(2) 被投诉人对“芝华士/芝華士”名称不享有任何合法权益，也从未被称为“芝华士/芝華士”，而且区别被投诉人的名称并不包含（无论是全部或部分）“芝华士/芝華士”一词。

(3) 投诉人对“芝华士”和“芝華士”两个商标享有的民事权益早于被投诉人注册争议域名的时间，因此被投诉人注册争议域名的目的只是为了在公众脑海中建立起其与投诉人具有关联的印象，该等行为应当被禁止。

(4) “CHIVAS（芝华士）”已经成为世界知名的苏格兰威士忌酒品牌和商标，非常与众不同，而且也是投诉人在世界范围内许多商标注册申请的对象，因此被投诉人不可能证明其对包含投诉人驰名商标的域名享有任何善意的合法权益。

2.3 被投诉人（争议域名持有人）对争议域名的注册或使用具有恶意

被投诉人应被认为对争议域名的注册或使用具有恶意，理由如下：

(1) 首先，鉴于“芝华士”和“芝華士”是投诉人拥有的注册商标，并在全球范围内高度驰名，因此任何未经适当授权而使用或注册含有“芝华士/芝華士”之域名的行为都非常明显是处于恶意。这些域名的存在，不是妨碍了投诉人的正常使用，就是会导致混淆与误认。被投诉人在注册争议域名之前显然知道且应当知道投诉人的驰名商标“芝华士”和“芝華士”，所以其注册行为显然是出于恶意。

(2) 其次，除“CHIVAS（芝华士）”系列商标外，投诉人还注册了约 250 个包含“CHIVAS”、CHIVAS REGAL”、“芝华士/芝華士”一词或由其构成的域名，其中包括数个以“芝华士”作为主要部分的

域名，例如：“芝华士.net”、“芝华士.公司.cn”和“芝华士.网络.cn”等。被投诉人将芝华士.中国、芝華士.中国、芝华士.中國、芝華士.中國、芝华士.cn和芝華士.cn注册为其中国域名足以导致公众混淆该域名的所有人，误认为该域名是投诉人在中国的域名。

(3)再次，争议域名自注册之日起已经近两年时间，却一直没有被使用，也无证据表明被投诉人将准备使用该域名。被投诉人注册争议域名却又不使用，很明显是想阻止投诉人注册并使用，这也充分说明了被投诉人注册该域名的主观恶意。

综上所述，投诉人对“芝华士/芝華士”享有合法的包括商标权在内的民事权益，而被投诉人对“芝华士/芝華士”不享有任何合法权益；争议域名的主体部分中的“芝华士/芝華士”与投诉人在全世界包括中国享有很高知名度的“芝华士”和“芝華士”商标完全相同；被投诉人注册或使用争议域名完全是出于恶意。根据解决办法、程序规则等相关规则的规定，投诉人请求专家组裁定将争议域名转移给投诉人。

3、投诉人于2009年12月18日提交了补充材料，并附说明如下：

被投诉人在www.ename.cn开设了名为“萧山人域名店”网上店铺（店铺地址：<http://78276.ename.cn>，店主ID：78276），将争议域名放在www.ename.cn上以一口价1,000,000元进行公开出售，并在域名描述一栏中写明“全球著名品牌奢侈品威士忌酒”，显然被投诉人在明知争议域名的主要部分“芝华士”是全球著名品牌奢侈品威士忌酒品牌的情况下，公开出售和转让该域名以获取不当利益，具有明显的恶意。

(二)被投诉人辩称：

被投诉人请求裁定被投诉人继续拥有本案争议域名“芝华士.中国(.cn)(含繁体)”。

被投诉人提出以下事实和理由来支持其上述主张：

1、“芝华士”及“芝華士”皆为中文汉语组合，并非芝华士兄弟（美洲）有限公司所独有。虽然，投诉人芝华士兄弟（美洲）有限公司将其威士忌酒品牌“CHIVAS”的中文简体和繁体的名称音译为“芝华士”及“芝華士”，但是，其仅是音译成该汉字的随机组合而已，并不能排除被投诉人使用该汉字组合作为域名的权利。更不能以此认定被投诉人所有之域名会将导致公众混淆该域名的所有人，因为，该域名原本即被投诉人合法所有。

2、本案争议域名由被投诉人于2007年10月26日通过中国互联网络信息中心授权的域名注册商进行了合法的注册。注册程序合法，手续完备，被投诉人依法获得该域名的项下权益，不受他人干涉。虽然，投诉人芝华士兄弟（美洲）有限公司将其威士忌酒品牌“CHIVAS”的中文简体和繁体的名称音译为“芝华士”及“芝華士”，与被投诉人注册的域名近似或相同，但并不能对抗被投诉人注册该域名在前的合法权益。

虽然，投诉人的关联公司，芝华士兄弟有限公司，于1997年10月27日、28日在中国注册了“芝华士”及“芝華士”商标，但是该商标核定商品仅为第33类含酒精饮料（啤酒除外），并不及于其他商标类别。不能以此对抗被投诉人合法注册、取得域名的权利。

“芝华士”及“芝華士”商标，在我国多个商标分类中多有注册，并非投诉人所独有。如在第18类、第19类、第34类等均有注册。

投诉人芝华士兄弟（美洲）有限公司提出，其该品牌的三个商标“CHIVAS REGAL”、“CHIVAS”及“芝华士”在2009年被中国商标局认定为第33类商品（含酒精饮料（啤酒除外））上的驰名商标。但是，该驰名商标的认定远在被投诉人注册并合法取得域名之后，且该驰名商标并不包括被投诉人注册的繁体“芝華士”为主体的域名。因此，投诉人要求将繁体“芝華士”为主体的域名转移给投诉人所有，并无合法、合理之依据。

被投诉人认为：对注册驰名商标跨类保护应有适当的限制，驰名商标的神圣化、绝对化会误导公众，对社会造成不良影响。法律在对

驰名商标越来越完善的法律保护之后，还应当平衡驰名商标权人与社会公众——消费者和其他市场主体之间的利益关系，把禁止驰名商标权利人滥用跨类保护的相关内容写进法律。因此，域名只是被认为可能侵犯知识产权，但域名是不是一种知识产权，或者说其他知识产权是否会侵犯域名的权利，目前尚无定论。ICANN 制定的统一域名争端解决方针(UDRP)提出了“反向域名侵夺”的概念，意指没有正当理由，利用商标或其他权利恶意滥用域名争端解决程序，妨碍域名正常使用的行为。本案中，投诉人企图通过这种“反向域名侵夺”的方式获取上述域名，是没有法律依据和事实依据的。而被投诉人通过合法的程序，获得上述域名，属于在先民事权利，应当得到法律的保护。被投诉人对本案争议域名享有合法的民事权益，“芝华士”及“芝華士”商标并非投诉人所独有。被投诉人注册并取得该域名完全是出于合法之目的。根据解决办法、程序规则等相关规则的规定，被投诉人请求裁定被投诉人有权继续拥有该域名和中文域名。

3、被投诉人作为域名持有人对域名的注册及使用不具有恶意。被投诉人注册该域名系自行使用。被投诉人于 2007 年 10 月 26 日注册该域名之前，对该域名的使用、推广即有规划。但是，由于注册后，被投诉人经营战略进行了调整，因而，将该域名的使用、推广暂时搁置。但是，毫无疑问的是，被投诉人一直在维护、规划使用该合法取得的域名，并将在近期推出相关的网站。对于投诉人所提及的店主 ID: 78276 出售域名事宜，被投诉人至目前为止不清楚有出售该域名的相关事宜，更不知道 ID: 78276 系谁所注册。

虽然投诉人关联公司在 1997 年就注册了“芝华士”商标，投诉人在受让该商标，但是“.cn”域名注册具有“先注册，先受理”的原则以及“.cn”域名特有的注册原则，同时在长达 10 年多的时间里投诉人一直没有注册“芝华士”有关域名的行动，表明投诉人没有拥有芝华士相关域名的意愿，也没有认为其应该拥有芝华士相关域名的权益。

投诉人在长达 10 余年的时间内一直对“芝华士”域名没有注册，

在被投诉人为该域名作出相关维护后，却希望坐收渔利，显然是不现实的。

（三）投诉人于提交了“对答辩书的答复”，主张如下：

1、被投诉人答辩声称的“对系争域名的注册和使用不具有恶意”与事实不符

首先，被投诉人注册系争域名已两年多，但一直没有被使用，且被投诉人也没有在答辩时提交任何证据证明被投诉人准备使用该域名。被投诉人注册系争域名却不使用，很明显是想阻止投诉人以相应的域名反映其所拥有的注册商标“芝华士”和“芝華士”。因此被投诉人的行为符合解决办法第九条的规定，具有主观恶意。

其次，根据投诉人提交的（2008）沪黄证经字第4373号公证书，被投诉人将系争域名放在易名中国网站（www.ename.cn）以一口价1,000,000元进行公开出售，以谋取不正当利益，并在域名描述一栏中写明“全球著名品牌奢侈品威士忌酒”。虽然被投诉人在答辩书中意图否认，但根据公证书，出售系争域名方的联系邮箱为350635119@qq.com，联系电话为13805759376，MSN为yejianggang777@hotmail.com。其中，联系邮箱与中国互联网络信息中心（CNNIC）域名信息查询结果所显示的“管理联系人电子邮件”完全一致，也与答辩书中答辩人邮箱地址完全相同；联系电话与答辩书中答辩人电话号码亦完全相同；MSN主要部分“yejianggang”亦是由被投诉人“叶荐刚”的拼音组成。综上，很明显被投诉人在明知该系争域名的主要部分“芝华士”是全球著名品牌奢侈品威士忌酒品牌的情况下，公开出售和转让该域名以获取不当利益，具有明显的恶意。

2、被投诉人答辩声称的“因注册程序合法，手续完备，答辩人依法获得该域名项下权益，不受干涉；答辩人通过合法程序获得系争域名，属在先民事权利，应得到法律保护”毫无法律依据

众所周知，目前实践中域名注册的手续十分简单，只要与他人已注册的域名不重复，任何人都可向域名注册服务机构缴费进行域名的注册使用。由于注册程序不进行是否侵权的实质审查，因此，即便注册程序合法、手续完备，只要所注册域名后来被发现侵犯了他人包括商标权、字号权等在先合法权益，不但无法获得法律保护，反而应受到法律的追究。

3、被投诉人答辩声称的“‘芝华士’和‘芝華士’皆为中文汉语组合，并非投诉人所独有，不能排除答辩人使用该汉字组合作为域名的权利”恰恰说明其主观恶意

正是由于注册商标“芝华士”和“芝華士”是世界驰名威士忌酒品牌“CHIVAS”的中文简体和繁体的音译名称，其本身并无任何特殊含义，具有无可置疑的独创性，因此被投诉人在无法证明其与“芝华士”和“芝華士”存在任何联系的情况下，凭空将投诉人在先注册为商标的“芝华士”和“芝華士”注册为域名，足以说明其主观恶意。

4、被投诉人答辩声称的“‘芝华士’和‘芝華士’商标，在我国多个商标分类中多有注册，并非答辩人所独有”、“该驰名商标的认定远在答辩人注册并合法取得域名之后，且该驰名商标并不包括答辩人注册的繁体‘芝華士’为主体的域名。因此，被答辩人要求将繁体‘芝華士’为主体的域名转移给被答辩人所有，并无合法、合理之依据”等观点不能成立

首先，投诉人拥有的“芝华士”和“芝華士”商标早在 1997 年 10 月 28 日已在中国被核准注册，远早于被投诉人注册系争域名的时间，因此投诉人对其享有合法的在先权益。即使“芝华士”和“芝華士”商标在其他商品类别上有注册，也不表示被投诉人对“芝华士”和“芝華士”享有合法权益，充其量只能表明其他注册人也有权反对被投诉人注册系争域名的不当行为。更重要的是，目前只有投诉人拥有的“芝华士”以及“CHIVAS REGAL”和“CHIVAS”商标被认定为驰名商标，因此投诉人更有理由和紧迫性来采取行动维护自己对于该等驰名商标所享有的合法权益，反对其他人的任何侵犯该等驰名商

标的不当行为。

其次，被投诉人在其答辩书中声称“该驰名商标的认定远在答辩人注册并合法取得域名之后”，认为该等认定不能构成反对其注册系争域名的理由。这种观点根本不成立。投诉人提交的《投诉书》附件八表明，“芝华士”以及“CHIVAS REGAL”、“CHIVAS”等三个商标是在商标异议程序中被认定为驰名商标的。虽然该等认定是在2009年作出，但商标异议程序早在2007年就已经启动，只是由于国家商标局内部程序原因，异议决定（包括驰名商标的认定）直至2009年才作出。国家商标局认定“芝华士”、“CHIVAS REGAL”和“CHIVAS”为驰名商标已经明确确认了这三个商标高度驰名的事实状态，当然构成证明被投诉人不当注册系争域名的有力证据。国家商标局认定驰名商标的决定书只有在作出之后才可能被提交作为证据材料，但反映的是作出之前的商标驰名的事实，而绝不表示只能对认定作出之后的不当域名注册行为具有约束力。被投诉人的观点实是颠倒逻辑。

第三，“芝華士”只是“芝华士”的繁写体，由于中国大陆的官方书面语言是中文简写体，因此投诉人在中国大陆主要使用“芝华士”作为英文商标“CHIVAS REGAL”和“CHIVAS”的中文对应词。在“芝华士”被认定为驰名商标后，任何不当使用“芝華士”的行为都必然造成与“芝华士”之间的混淆，因为两者之间在本质上是相同的，只是简、繁字体的区别。事实上，在国家商标局认定“芝华士”、“CHIVAS REGAL”和“CHIVAS”为驰名商标的商标异议程序中，被异议商标的中文部分就是繁体字“芝華士”，商标局在认定“芝华士”等三个商标为驰名商标的同时，认定“被异议商标与异议人（即投诉人）商标文字相同，已构成对异议人驰名商标的复制”。可见，作为商标行政管理部门的国家商标局认为繁体“芝華士”与简体“芝华士”是相同的，使用“芝華士”即构成对“芝华士”的复制。这一认定应当为本案的专家组所采纳。被投诉人在答辩书中也已经明确承认投诉人的注册商标“芝华士”和“芝華士”与系争域名近似或相同。

此外，投诉人提交的大量证据足以证明“芝華士”和“芝华士”经过投诉人的多年推广和宣传，在中国市场及消费者心中已拥有极高的知名度。因此，被投诉人注册争议域名足以导致公众的混淆。所以，投诉人请求专家组裁决转让该等域名给投诉人具有充分且正当的理由。

5、被投诉人答辩声称的“投诉人在长达 10 年多的时间里一直没有注册‘芝华士’有关域名的行动，表明投诉人没有拥有芝华士相关域名的意愿，也没有认为其应该拥有芝华士相关域名的权益”与事实不符

根据投诉人之前提交的证据材料，投诉人除了注册商标外，还有计划地为“CHIVAS/芝华士”品牌注册了约 250 个包含“CHIVAS”、“CHIVAS REGAL”、“芝华士/芝華士”一词或由其构成的域名，其中包括数个以“芝华士”作为主要部分的域名，例如：“芝华士.net”、“芝华士.公司.cn”和“芝华士.网络.cn”等。因此，上述证据不但足以证明投诉人不存在“没有拥有芝华士相关域名的意愿”，而且说明投诉人一直以来都十分重视对其所拥有的“芝华士”品牌的合法权益的保护。恰恰是被投诉人不当、恶意注册系争域名的行为阻止了投诉人注册该等域名。即使投诉人由于种种原因而未能注册相关域名，也不能证明像被投诉人这样的域名注册人就是善意的、享有合法权益。如果被投诉人出于善意，为何一直不使用系争域名，却在网站上高价兜售该等域名？显然，被投诉人是看中了“芝华士”品牌的巨大号召力和价值，抢先注册系争域名，企图谋取暴利。这一行为不应得到允许。

此外，投诉人是为保护自身合法权益，依据正当、合法切充分的理由提起域名争端解决程序，因此根本不存在被投诉人所说的“反向域名争夺”的情况。“反向域名争夺”通常是指争夺方企图争夺其并不享有合法权益的域名。本案根本不存在这种情况。投诉人已经合法注册了“芝华士”、“芝華士”等商标，而且“芝华士”等三个关联商标还被国家商标局认定为驰名商标，因此投诉人已经对该等商标享有

了合法权益，其根本没必要去“争夺”包含“芝华士”、“芝華士”的系争域名，投诉人启动本次程序反对被投诉人的不当注册行为，其目的是防止在市场上造成混淆，维护自己的合法权益。

四、专家组意见

专家组依据解决办法、程序规则及补充规则对本域名争议进行审理裁决。

根据解决办法第八条的规定，符合下列条件的投诉，应该得到专家组的支持：

（一）被投诉的域名与投诉人享有民事权益的名称或者标志相同，或者具有足以导致混淆的近似性；

（二）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；

（三）被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意。

投诉人应当证明以上各项条件同时具备。

解决办法第九条规定，被投诉的域名持有人具有下列情形之一的，其行为构成恶意注册或者使用域名：

（一）注册或者受让域名是为了向作为民事权益所有人的投诉人或其竞争对手出售、出租或者以其他方式转让该域名，以获取不正当利益；

（二）多次将他人享有合法权益的名称或者标志注册为自己的域名，以阻止他人以域名的形式在互联网上使用其享有合法权益的名称或者标志；

（三）注册或者受让域名是为了损害投诉人的声誉，破坏投诉人正常的业务活动，或者混淆与投诉人之间的区别，误导公众；

（四）其他恶意的情形。

根据本案当事人提交的投诉书/答辩书及其所附证据材料和其他

补充材料，本案专家组意见如下：

（一）关于完全相同或混淆性相似

专家组认为，根据解决办法第八条第一款的规定，投诉能够得到支持的必要前提是：一方面，被投诉的域名与投诉人主张的名称或者标志相同或者具有足以导致混淆的近似性；另一方面，投诉人对于主张的名称或者标志享有民事权益。而解决办法所规定的投诉人所享有的民事权益是指在先民事权益。本案中的在先民事权益之“在先”是指在该系争域名“芝华士.中国(.cn)(含繁体)”之注册日期 2007 年 10 月 26 日之前；所谓在先民事权益是指在 2007 年 10 月 26 日之前已经在我国存在的相应合法民事权益。

专家组注意到，从投诉书及其证据支持来看，投诉人在本案中所主张的在我国的在先民事权益主要是“芝华士”和“芝華士”两项中国注册商标权。

从投诉人提供的证据来看，第 1122912 号“芝华士”文字商标和第 1122913 号“芝華士”文字商标，均于 1997 年 10 月 28 日在中国获准注册，投诉人于 2003 年 7 月 14 日受让取得了上述两件商标，在 2007 年上述两件注册商标已被续展，目前有效期均为 2007 年 10 月 28 日至 2017 年 10 月 27 日。由此可见，不但第 1122912 号“芝华士”文字商标和第 1122913 号“芝華士”文字商标这两件商标的获准注册时间 1997 年 10 月 28 日均早于本案争议域名 2007 年 10 月 26 日的注册时间；而且投诉人 2003 年 7 月 14 日受让这两件注册商标权的时间也早于本案争议域名 2007 年 10 月 26 日的注册时间。

因此，专家组认为，在本案争议域名的注册日 2007 年 10 月 26 日之前，投诉人在中国已经依法拥有“芝华士”注册商标权和“芝華士”注册商标权。相对于被投诉人注册的“芝华士.中国(.cn)(含繁体)”域名以及其中关于“芝华士”、“芝華士”的使用而言、投诉人主张的 1122912 号“芝华士”注册商标和第 1122913 号“芝華士”注册商标构成合法有效的在中国的在先民事权益。

专家组同时注意到，本案系争域名主体部份“芝华士”文字和“芝華士”文字与投诉人主张的“芝华士”注册商标和“芝華士”注册商标的文字完全相同，如果投入使用，足以引起公众混淆。

因此，专家组认为，投诉人的投诉符合解决办法第八条规定的第一个条件。

（二）关于被投诉人权利或合法权益

专家组注意到，根据投诉书及其证据支持来看“芝华士”文字并非一个通用的中文词组，而是由投诉人的前身、1801年创立的芝华士兄弟公司的创始人詹姆斯·芝华士（James Chivas）和约翰·芝华士（John Chivas）两兄弟的姓氏“CHIVAS”的中文音译，“芝華士”是“芝华士”的繁体书写方式。而被投诉人没有提交任何证据、在其提交的答辩书中也没有提出充分的事实和理由证明其对本案争议域名“芝华士.中国(.cn)（含繁体）”或其主要部分“芝华士”文字和“芝華士”文字享有任何合法权益。专家组根据现有的证据，无法得出被投诉人对争议域名或其主要部分享有合法权益的结论。

因此，专家组认为，投诉人的投诉符合解决办法第八条规定的第二个条件。

（三）关于恶意

专家组注意到，根据投诉书以及其证据支持来看，“芝华士”商标在本案争议域名注册前就已经在世界上以及中国大陆范围内享有高知名度和美誉度。被投诉人在注册本案争议域名“芝华士.中国(.cn)（含繁体）”时，显然应当知道投诉人之“芝华士”商标及品牌当时已经在中国大陆具有很高的知名度和美誉度。

投诉人指称被投诉人注册了本案争议域名“芝华士.中国(.cn)（含繁体）”二年多时间以来，一直没有投入使用和没有准备投入使用。而被投诉人在本案答辩中，没有说明或者举证其已经将本案争议域名投入使用或者准备投入使用。专家组因此认定被投诉人注册本案争议域名的目的并非是自己立刻或者近期投入使用。

投诉人于 2009 年 11 月 18 日向域名争议解决中心递交一份补充材料即 (2008) 沪黄证经字第 4373 号公证书载明: ID 为 78276、店主名为“萧山人域名店”的用户于 2008 年 2 月 15 日在易名中国网站(www.ename.cn)上发布广告,转让本案争议域名“芝华士.cn”,其店名的联系方式包括:联系邮箱 350635119@qq.com,联系电话:13805759376,联系 Msn:yejiangang777@hotmail.com,联系地址:http://blog.sina.com.cn/yejiangang007,该转让域名“芝华士.cn”下的“域名转让价格”显示“1,000,000 元(一口价)”,“域名认证”显示“该域名通过本站 DNS 认证,确实属于该用户”,“域名简单描述”显示“全球著名品牌奢侈品威士忌酒”,“域名详细说明”显示“全球著名品牌奢侈品威士忌酒 http://www.chivas.com.cn”。专家组注意到,上述经公证的“芝华士.cn”域名在易名中国网站上发布的转让广告中记载的联系邮箱与被投诉人在本案争议域名登记时所留的联系邮箱一致,联系电话与被投诉人在答辩书中提供的信息完全吻合,联系 Msn、联系地址的主体部分与被投诉人的姓名叶荐钢拼音吻合。被投诉人虽然在其答辩书中辩称其不知该用户 ID 系何人注册,但并没有提供任何证据予以证明,被投诉人对其不予举证和举证不力的行为应承担相应的消极后果。考虑到该些信息均为个人信息,一般情况下,只有被投诉人自己掌握并发布,因此,专家组认为,根据优势证据的高度盖然性原则,投诉人提供的该份公证书可以证明被投诉人在易名中国网站上就本案争议域名发布转让广告。专家组注意到,根据投诉人提供的上述公证书,被投诉人在转让信息中欲以 100 万的价格转让本案争议域名“芝华士.cn”,且明确指出该域名系“全球著名品牌奢侈品威士忌酒”。


专家组认为,争议域名一旦投入实际使用,容易导致相关公众的混淆,误以为上述域名持有人与投诉人具有关联关系,对投诉人的正当权益造成损害。

综上所述,可以认定被投诉人的行为已经构成恶意。投诉人的投诉符合解决方法第八条规定的第三个条件。

专家组认为：鉴于本案的具体情况全面符合解决方法第八条规定的三个条件，因此，应该支持投诉人的投诉。

五、裁 决

专家组裁决投诉人的投诉理由成立，裁定本案争议域名“芝华士.中国(.cn)(含繁体)”应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： 薛虹

专 家： 边永刚

二〇〇九年十二月二十二日于北京

