



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: CND2009000148]

投诉人: 法国轩尼诗公司 (SOCIETE JAS HENNESSY & CO.)

地 址: 法国柯纳克瑞其大街 1 号 (16100)

(1, RUE DE LA RICHONNE, 16100 COGNAC, FRANCE)

代理人: 上海恒峰律师事务所 曾宁、徐凯

被投诉人: 法国轩尼诗 (香港) 有限公司中国服务中心

地 址: 中国广东省广州市越秀区水荫路 52 号机电大厦 5 号
楼 702 -703 室

争议域名: hennessypt.com.cn

注册机构: 广东金万邦科技股份有限公司

二〇〇九年十月十九日

北 京

裁 决 书

(2009)中国贸仲域裁字第 0171 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日公布实施的《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)的规定以及投诉人法国轩尼诗公司(SOCIETE JAS HENNESSY & CO.)于2009年6月19日针对域名“hennesypt.com.cn”以法国轩尼诗(香港)有限公司中国服务中心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“hennesypt.com.cn”域名争议案。案件编号 CND20090000148。

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

2009年6月19日,域名争议解决中心收到投诉人法国轩尼诗公司(SOCIETE JAS HENNESSY & CO.)对被投诉人法国轩尼诗(香港)有限公司中国服务中心关于“hennesypt.com.cn”域名争议投诉。同日,域名争议解决中心作出投诉书接收确认并向争议域名注册机构发出注册信息确认请求函。

2009年8月17日,域名注册机构广东金万邦科技股份有限公司向域名争议解决中心确认:争议域名“hennesypt.com.cn”的注册人为被投诉人。

2009年8月26日,域名争议解决中心以电子邮电方式向被投诉人传递投诉书及告知域名争议解决的相关程序要求。

2009年8月31日,域名争议解决中心以电子邮件的方式向投诉人传送投诉书确认及送达通知,确认投诉书经域名争议解决中心审查合格并送达给被投诉人,本案程序于2009年8月31日正式开始。同日,域名争议解决中心以电子邮件方式分别向被投诉人、CNNIC和争议域名注册机构广东金万邦科技股份有限公司传送程序开始通知。

截止2009年9月22日,域名争议解决中心未收到被投诉人任何答辩信息,遂于当日通知双方当事人案件缺席审理。

由于投诉人选择一人专家组审理本案,而被投诉人未就此事发表意见。根据程序规则和补充规则的规定,域名争议解决中心于2009年9月24日拟将专家李艺虹列为独任专家组候选人并向其发出候选专家通知,专家李艺虹在规定的时间内确认接受指定,并表示能够保持独立公正审理本案。

2009年9月25日,域名争议解决中心通知投诉人、被投诉人,指定专家李艺虹成立一人专家组审理本案,并于同日向专家组移交案件。

根据程序规则的规定,专家组应在其成立之日起14日内即2009年10月10日前(含10日)作出裁决。后经专家组请求,域名争议解决中心决定将本案裁决期限延长至2009年10月19日。

二、基本事实

(一) 关于投诉人

投诉人法国轩尼诗公司(SOCIETE JAS HENNESSY & CO.),是在法国注册的企业法人,住所地在法国柯纳克瑞其大街1号(16100), (1,RUE DE LA RICHONNE,16100 COGNAC,

FRANCE)。投诉人的委托代理人是上海恒峰律师事务所，住所地在上海市武定路 969 号华祺大厦 14 楼。

(二) 关于被投诉人

被投诉人是法国轩尼诗(香港)有限公司中国服务中心,根据争议域名注册机构确认的信息显示,住所地在广州市越秀区水荫路 52 号机电大厦 5 号楼 702 -703 室,联系人骆佳林。电子邮箱是 feng_v0602@sina.com。

三、当事人主张

(一) 投诉人诉称:

1、法国轩尼诗公司(SOCIETE JAS HENNESSY & CO.)应享有的民事权益。

投诉人法国轩尼诗公司(SOCIETE JAS HENNESSY & CO.),又称雅斯.埃内西有限公司,成立于 1756 年,是世界著名的酒类厂商,其生产的“轩尼诗/Hennessy”干邑在全世界均享有极高的声誉,被誉为世界销量第一的干邑。

在数百年的经营历史中,法国轩尼诗公司为白兰地酒产业做出了诸多贡献。如:1830 年,轩尼诗公司率先使用玻璃瓶酒樽灌装、售卖白兰地酒;1865 年,轩尼诗公司首创了三星干邑的概念,并最早采用在瓶身标注星型图案的方式来划分干邑等级;1870 年,世界上最高级别的干邑“XO”于轩尼诗酒厂诞生;1900 年,轩尼诗酒厂于正式向法国政府申请登记“XO”这一新的干邑级别,成为“XO”的创始者。轩尼诗公司在业内的非凡成就,使其获得了极高的评价及声誉,并成为了白兰地酒的代名词,一直流传至今。

经过数代轩尼诗经营者的不懈努力,“轩尼诗/Hennessy”商标在全世界获得了极高的消费者认可度及品牌知名度。自 2003 起至今,“轩尼诗/Hennessy”品牌每年均入选由美国《商业周刊》

(BusinessWeek) 发布的全球品牌 100 强排行榜。在《福布斯》(Forbes) 发布的世界顶级奢侈品牌榜上,“轩尼诗/Hennessy”亦是坐上常客。同时,在《商界》等中文杂志主办的多份榜单上,也可以常常见到“轩尼诗/Hennessy”品牌的身影。

从 19 世纪 60 年代开始,“轩尼诗/Hennessy”品牌即已进入中国市场。近年来,轩尼诗公司在中国投入了大量的费用用于推广轩尼诗品牌,并以纸质媒体、电视广告、酒会及展览会等多种形式对于“轩尼诗/Hennessy”进行了全方位的推广,使轩尼诗高端、时尚的形象深入人心,并赢得了消费者的一致认同,2000 年,“HENNESSY VSOP”占据了我国洋酒电视广告投放量的前三位。另据统计,2005 年原告在中国的销售额将近 12 亿元人民币。2009 年,轩尼诗获得了改革开放 30 年“商界精英最喜爱的品牌之铂金奖”得主。中国现已成为轩尼诗的全球最大的市场。

轩尼诗公司的“轩尼诗/HENNESSY”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。轩尼诗公司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、司法手段维护自身的合法权益。同时,投诉人参加了国际洋酒协会(IFSP),并通过该协会与中国的相关机构进行定期的市场调查及打假维权行动,取得了一系列成就。仅 2005 年一年,投诉人通过该协会实施的维权行动就有 200 多次。由于轩尼诗系列产品在酒类行业的极高声誉,全国各地的行政、司法机关也对轩尼诗品牌的维权行动予以了大力的配合。2006 年,汕头市中级人民法院在处理雅斯 埃内西有限公司(即法国轩尼诗公司)诉汕头市嘉柔化妆品有限公司商标侵权纠纷案件中,认定“HENNESSY”商标为驰名商标。这充分体现了轩尼诗系列产品及“HENNESSY”商标及品牌已在中国大陆享有盛誉并具有广泛知名度。

2、被投诉的域名与投诉人享有民事权益的名称高度相似,具有足以导致混淆的近似性


(1) 系争域名的关键词与投诉人法国轩尼诗公司 (SOCIETE JAS HENNESSY & CO.) 的商号, 具有足以导致混淆的近似性。

如前文所述, 法国轩尼诗公司 (SOCIETE JAS HENNESSY) 自 19 世纪 60 年代进入中国市场以来一直在中国地区以 “HENNESSY” 的名义开展业务, 是一家在中国享有盛誉的洋酒公司, 公司商号在相关公众中享有较高的知名度。Hennessy 并非常用名词, 其名称是来源于轩尼诗品牌的创始人李察 轩尼诗 (Richard Hennessy) 的姓氏。并且, Hennessy 品牌通过整个 Hennessy 家族几代人的努力, 逐渐成为世界酒品领域享有极高的声誉的品牌, Hennessy 也随之享誉世界。无论在世界的哪个角落, 公众在看见 “Hennessy” 时, 都会立即将该名称与轩尼诗公司及其 “Hennessy” 品牌联系在一起。根据《巴黎公约》第八条的有关规定, 法国轩尼诗公司的商号 “Hennessy” 在中国域名领域亦应得到保护。

系争域名 “hennessypt.com.cn” 的主体部分是 “hennessypt”, 与投诉人的字号 “hennessy” 相比, 仅多出 “p”、“t” 两个单音节字母, 并同时 will 投诉人的字号完全包含在内, 构成了与投诉人的商号 “hennessy” 的混淆性相似。而 “p”、“t” 两字母在整个域名的主体部分中根本无法成为显著区分部分, 因此, 该域名的显著部分 “hennessy” 与投诉人的商号 “hennessy” 近乎完全相同。因此, 投诉人认为, 系争域名的关键词与投诉人的商号主体部分构成混淆性的近似。

(2) 争议域名的关键词与投诉人法国轩尼诗公司 (SOCIETE JAS HENNESSY & CO.) 的注册商标具有足以导致混淆的近似性。

如前所述, 在中国, 法国轩尼诗公司 (SOCIETE JAS HENNESSY & CO.) 早在 1996 年就于第 33 大类上获准取得第 890628 号 “Hennessy” 英文商标的专有权, 并成为中国驰名商标。而且, 投诉人为了在中国市场开展业务, 最早在 1995 年就在中国内地于第 33 大类上获准取得第 725686 号 “轩尼诗” 中文商标的专有权。此后又在 2005 年获准取得 3909238 号 “轩尼诗” 中文商标的专

有权。在 1996 年获准取得专有权益的第 890643 号  手持战斧图形商标，也因在中国及世界范围内广泛使用而享有盛誉，并将该商标与“Hennessy”品牌联系在一起

为了保护自己的知识产权等合法权益，投诉人轩尼诗公司更是通过注册申请或国际注册的领土延伸保护获得了第 32、33 类及第 9、14、15、16、21、41、42 等多类商标的注册，其中除了知名的“Hennessy”英文商标以及“轩尼诗”英文商标外，还包括“李察轩尼诗肖像”商标及手持战斧图形的商标。而轩尼诗仅在中国内地申请注册的商标的范围就已经覆盖了第 9、14、26、18、25、32、33、34、41、43 等多个大类。由此可见，轩尼诗公司一向对知识产权的保护都是不遗余力的。

将系争域名的显著部分为“hennesypt”，与投诉人的驰名商标“hennessy”相比，只多出了两个单音节字母“p”、“t”，同时更是将“hennessy”商标完全包含在内，两文字实际上构成了高度近似。并且，由于“Hennessy”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“Hennesypt”时将其与“hennessy”引起混淆。同时，由于“p”与“t”这两个单音节字母并没有任何显著性和区分性，因此，系争域名起识别作用的部分实为“hennessy”，与投诉人享有合法权益的驰名商标“Hennessy”完全相同。

基于以上分析，投诉人认为，系争域名与投诉人的“Hennessy”驰名商标构成足以导致混淆的近似性。

3、被投诉人本身对“hennesypt”不享有任何正当合法权益。

被投诉人的名称为“法国轩尼诗(香港)有限公司中国服务中心”，其中所提及的“法国轩尼诗(香港)有限公司”似为香港注册的公司。但经过投诉人登陆香港公司注册处的官方网上查册中心进行查询，该公司实际上根本不存在。被投诉人利用并不合法存在的公司作为虚拟名称进行域名注册，是以合法形式掩盖非法目的的行为，违反了诚实

守信的原则，具有明显的恶意。

另外，无论是注册人的名称“法国轩尼诗（香港）有限公司中国服务中心”还是其联系人“骆佳林”，均无法看出其对“hennesstpt”享有何种权益。投诉人继而登陆国家商标局网站上，用上述两个名称作为关键词进行查询，仍然无法查询到任何与上述两个名称相关的注册商标。并且，由于“Hennessy”商标在中国注册已久，并被评为驰名商标，因此，诸如“hennesstpt”等与“Hennessy”高度近似的商标、名称等实际上不可能被有关部门核准注册。由此可知，也完全不可能有任何一个合法主体能够对一个侵犯他人驰名商标的标识、名称享有任何的合法权益。

综上所述，投诉人认为，被投诉人本身对“hennesstpt”不享有任何正当合法权益。

4、被投诉人对争议域名的注册具有恶意

（1）被投诉人注册争议域名是为了混淆与投诉人之间的区别，误导公众。



从名称上看来，“法国轩尼诗（香港）有限公司中国”似乎是一家在香港注册并成立的公司。该公司在企业名称中使用了“法国轩尼诗”字号，其中“轩尼诗”更是与投诉人享有合法权益的商标“轩尼诗”完全相同。而在投诉人通过香港官方的企业查册中心的查询，发现根本没有所谓的“法国轩尼诗（香港）有限公司中国”。所谓的“法国轩尼诗（香港）有限公司”其实并不合法存在。被投诉人的行为属于虚假宣传的行为，其目的是为了利用企业名称中的“轩尼诗”字号造成与投诉人的“轩尼诗”驰名商标造成混淆，是一种典型的“傍名牌”的行为。


（2）系争域名网页上所显示的“hennesstpt”标识与投诉人的“hennessy”驰名商标构成混淆性近似

系争域名所指向的网站上，多处突出标有“hennesstpt”标识。投诉人认为，被投诉人在网站上使用与投诉人的注册商标高度近似的


文字，其目的即是为了将自己的标识与投诉人的商标形成混淆，令相关公众误认为该商标即为“Hennessy”驰名商标，继而误认为该网站与法国轩尼诗公司存在某种联系，引起公众的混淆。

(3) 系争域名网页上所显示的“”斧头标识之侵权事实

法国轩尼诗公司早在 1996 年就于 33 大类上获准取得了第 890643 号“”（手向左）手持战斧图形商标的专有权。该标识以弯曲的手臂拿着金色战斧作为图案商标。根据上述对 Hennessy 品牌的介绍可得知，通过世界范围内数百年的使用以及中国市场数十年的实际使用，Hennessy 产品的“手持金色战斧”商标早已经深入人心。相关大众在看到如上的手持战斧图形时，一般会将其与 Hennessy 系列产品联系在一起。

在系争域名的网页上，突出标有“”（手向右）斧头标识。该标识与投诉人的第 890643 号图形商标相比，无论是手臂的形态、战斧的外形，均完全相同。唯一的区别只是两图形的方向呈水平对称，而如此细微的差别根本不足以将两标识进行区分。系争域名的网站上多处突出使用与投诉人的注册商标高度近似的斧头标识，极易令相关公众误认为该标识系轩尼诗的“手持金色战斧”商标。另外，在系争域名的网站首页上标有“法国轩尼诗”的字样。再加上前述的“手持金色战斧”标识，足以令相关公众在登陆该页面后即认为该网站及其展示的产品与法国轩尼诗公司或品牌存在某种联系，进而购买相关产品，以此获取不正当利益。

(4) 系争域名网页上宣传的产品与轩尼诗系列产品属同类产品

在系争域名的网页上展示了一些酒类产品的信息。这些酒类产品均标有“hennessypt”的标识，突出标有“”斧头标识，并发布大量酒类产品。而投诉人法国轩尼诗公司自成立以来数百年时间内一直都在世界酒类行业享有盛誉，而“Hennessy”驰名商标、“轩尼诗”中文商标也是核定使用在第 33 大类（酒类）上的。系争域名使用人

在网站上所展示产品上使用与投诉人驰名商标“Hennessy”高度近似的“Hennessypt”标识，标有与投诉人手持金斧头商标近乎相同的斧头图案，并销售与投诉人知名产品同类的葡萄酒类产品，其目的显然是为了造成自己的产品、商标、服务与投诉人产品、商标及服务相混淆，以谋取不正当利益。

（5）系争域名所指向的网站上冒用投诉人的公司信息

众所周知，投诉人的“轩尼诗/Hennessy”是法国路易威登（LVMH）旗下的品牌，而LVMH也是世界顶尖的奢侈品牌之一。而在系争域名的网页上公司简介一栏中，被投诉人却将“轩尼诗—法国LVMH集团旗下品牌”作为标题，相关公众在看到如上标题后，会误认为该信息所展示的即为法国LVMH旗下的“轩尼诗”（即投诉人法国轩尼诗）的品牌。而在该标题下对公司进行具体介绍的文字当中，却主要对“法国轩尼诗集团（香港）有限公司”进行了介绍。一般公众在看到以上信息时必定会将标题与文章内容进行对应，从而误认为“法国轩尼诗集团（香港）有限公司”是所谓的“法国LVMH集团旗下品牌”，严重混淆了被投诉人与投诉人之间的区别。投诉人这种在网站上冒用投诉人公司介绍的行为极其恶劣，目的必定是为了将自己的“Hennessypt”系列产品与法国轩尼诗公司构成一定的联系，从而造成与投诉人之间的混淆。域名使用人如此处心积虑的行为，已经达到了极其恶劣的程度，势必为中国法律所不容。

（6）系争域名的网页上在侵权产品信息中混入了“hennessy”系列产品的信息

通过对侵权网页的细心观察，投诉人发现系争域名的网站上的产品一栏中并非全部显示的都是“hennessypt”系列产品的信息，其中更是夹杂着一些关于“hennessy”产品的信息，包括一些产品照片、产品展会信息等。域名使用人如此处心积虑地利用“hennessy”产品的照片、信息、展会报道等，目的即是为了将“hennessy”产品的广告、报道等加之于侵权产品之上，诱使相关公众在观看页面上的产品信息后将“hennessypt”产品与“hennessy”产品划上等号。

这种“瞒天过海”的手段足以引起公众的混淆，使其误认为网站上的产品系“hennessy”系列产品或轩尼诗公司旗下的其他产品，从而达到误导公众，以此获取不正当利益的目的。

(7) 注册人明知“Hennessy”的极高声誉而有意进行恶意注册系争域名的注册时间是 2009 年 3 月 4 日，此时投诉人的“Hennessy”注册商标早已被评为了驰名商标。再考虑到“Hennessy”品牌自 19 世纪 60 年代起就已经全面进入中国市场，并在世界及全国范围内享有声誉，“Hennessy”商标早已为广大公众所熟知。而从系争域名的网站上所获信息可得知，系争域名注册人/使用人所经营的业务范围与轩尼诗公司处于同一行业，均属于洋酒行业，因此其不应当也不可能不知晓“轩尼诗公司”及其“Hennessy”驰名商标所享有的权利。投诉人认为，被投诉人是在明知“Hennessy”品牌合法权益的前提下注册系争域名并进行使用的，其目的即为了混淆其与轩尼诗品牌之间的区别，属于恶意注册的行为。

根据上述资料，投诉人认为被投诉人的行为属于解决办法第九条第(三)项所称注册域名是为了“混淆与投诉人之间的区别，误导公众”的恶意情形。

(8) 注册人注册系争域名并使用的行为实际损害了投诉人的声誉，破坏了投诉人正常的业务活动

为了拓展“Hennessy”品牌在中国地区的业务范围，也为了更好地为消费者提供服务，投诉人除了在世界各地酒类市场开展“Hennessy”产品的宣传、销售业务之外，更是在互联网上开展了酒类产品的推广业务。投诉人早在 1996 年就注册了 hennessy.com 域名作为官方网站，并通过该网站积极开展网上业务，努力与消费者保持互动。而系争域名与投诉人的官方网站的域名近乎完全相同，构成了足以导致混淆的近似性。相关大众在误登陆系争域名的网站后，会误认为其即为投诉人的官方网站，继而进行进一步地点击。此时，投诉人官方网站的点击率也必将受到影响，继而破坏了投诉人利用其享有合法权益的域名正常开展网上业务。与此同时，过多的类似侵权

产品的出现势必降低了投诉人及其品牌在消费者心目中的地位，令消费者对投诉人品牌的信赖度逐渐降低，从而破坏了投诉人通过苦心经营所建立起来的良好声誉。因此，投诉人认为，被投诉人注册系争域名并非法使用，构成了与投诉人之间的相混淆，破坏了投诉人的正常业务及良好声誉，具有恶意。

根据上述资料，投诉人认为被投诉人的行为属于解决办法第九条第（三）项所称注册域名是为了“损害投诉人的声誉，破坏投诉人正常的业务活动”的恶意情形。

基于上述理由，根据解决办法的规定，投诉人请求本案专家组裁决：将本案系争域名 `hennessypt.com.cn` 转移给本案投诉人，即：法国轩尼诗公司（`SOCIETE JAS HENNESSY & CO.`）。

（二）被投诉人辩称：

被投诉人未作任何答辩。

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及其所附证据材料，本案专家组意见如下：

（一）关于完全相同或混淆性相似

1、关于投诉人享有的合法权益。

（1）投诉人提供的证据材料显示，投诉人法国轩尼诗公司（**SOCIETE JAS HENNESSY & CO.**）成立于 1756 年，至今已有近三百年历史。在数百年的经营历史中，如同投诉人诉称，法国轩尼诗公司在世界酒类行业中开创了白兰地酒的诸多首创，并成为干邑“XO”的创始者。轩尼诗公司以其产品的优良品质，赢得了世界各国消费者的喜爱，也使轩尼诗公司声誉闻名于世。早在 19 世纪 60 年代，轩尼诗公司进入中国市场，仍以“HENNESSY”的名义开展业务，成为一家在中国享有盛誉的洋酒公司，在相关公众中享有较高的知名度。因此，投诉人法国轩尼诗公司（**SOCIETE JAS HENNESSY & CO.**）应享有轩尼诗、HENNESS 商号权。

（2）投诉人证据显示，投诉人进入中国市场经营以来，注重品牌的培植与推广。1996 年就在中国获得了“Hennessy”商标的注册，

经过续展一直使用至今。在十余年的经营活动中，“Hennessy”商标随法国轩尼诗公司的洋酒逐渐为中国消费者认可而知名。投诉人法国轩尼诗公司还投入大量资金来进行广告宣传，打造“Hennessy”洋酒品牌。投诉人还不惜大量财力、物力通过行政、司法等途径进行知识产权维权，“Hennessy”商标在维权中被司法部门认定为驰名商标。因此，投诉人法国轩尼诗公司应享有“Hennessy”注册商标专用权。

综上，投诉人享有 HENNESSY 商号、“Hennessy”注册商标等民事权益，而投诉人对 HENNESSY 商号的使用和对“Hennessy”商标的注册及使用的时间，远远地早于争议域名 `hennessypt.com.cn` 的注册时间 2009 年 3 月 4 日，故投诉人主张的民事权利为在先权利。

2、关于争议域名与投诉人的合法权利完全相同或混淆性相似

被投诉人注册的争议域名主要部分 `hennessypt`，与投诉人享有的商号、商标 Hennessy 相对比，其英文字母组合的大部分完全相同，仅在尾部增加了字母“p”和“t”。而投诉人主张的商号、商标 Hennessy 字母组合，非普通单词或词组，而是来源于轩尼诗品牌的创始人李察轩尼诗（Richard Hennessy）的姓氏，本身就是专用词，投诉人在长期的经营活动中将 Hennessy 作为商号、商标使用，使之与投诉人商品产生了密不可分联系，成为白兰地酒的代名词，也使 Hennessy 产生了除李察轩尼诗（Richard Hennessy）的姓氏外的新含义，但它仍然是专用词。被投诉人虽然在 Hennessy 尾部增加“p”和“t”两字母，并不能使 `hennessypt` 产生新的含义，也不影响消费者从整体上的视觉判断，足以使相关消费者对被投诉争议域名与投诉人的经营活动产生混淆与误认，因此，争议域名主要部分与投诉人商号及注册商标构成混淆性相似。


专家组认为上述情形，符合解决办法第八条第（一）项的条件。

（二）关于被投诉人权利或合法利益

专家组认为，被投诉人未能举证证明其对争议域名或争议域名的主要部分享有合法民事权利，应当承担举证不利的后果，视为被投诉

人对争议域名的主要部分 hennessypt 不享有合法民事权益，了解决办法第八条第（二）项的条件。

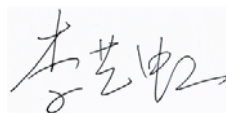
（三）关于恶意

投诉人法国轩尼诗公司（SOCIETE JAS HENNESSY & CO.）国际知名，其商标 Hennessy 为相关消费者普遍知晓，对此被投诉人应当明知，仍将与投诉人的商号 HENNESSY、商标 Hennessy 相似的文字注册成域名 hennessypt.com.cn，侵犯了投诉人商号权、商标权，其主观故意明显。被投诉人为了达到混淆与投诉人之间的区别，误导公众，获取不正当利益的非法目的，虚设与投诉人企业名称表面上有密切关联的企业“法国轩尼诗（香港）有限公司中国服务中心”，利用争议域名 hennessypt.com.cn 开办网站，销售与投诉人商品同类的假冒商品，并在网页上以改变方向的方式突出使用投诉人另一注册商标“”斧头标识，其行为严重地损害了投诉人的声誉，破坏了投诉人正常的业务活动，并阻碍了投诉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。因此，专家组认为，被投诉人注册争议域名 hennessypt.com.cn 的行为，已构成了解决办法第九条第（二）、（三）项规定的对域名恶意注册和使用。投诉满足了解决办法第八条规定的第三个条件。

五、裁 决

基于上述案件事实和理由，本专家组裁决：争议域名 hennessypt.com.cn 应转移给投诉人法国轩尼诗公司（SOCIETE JAS HENNESSY & CO.）。

独任专家：



二〇〇九年十月十九日于北京

