



## ASIAN DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION CENTRE (BEIJING OFFICE)

— ADNDRC is a charitable institution limited by guarantee registered in Hong Kong

### Decision Submission

[English](#)
[Print](#)

Decision ID	DE-0700109
Case ID	CN-0700127
Disputed Domain Name	www.chanelclub.net
Case Administrator	jinxi
Submitted By	Anthony Wu
Participated Panelist	
Date of Decision	18-05-2007

### The Parties Information

<b>Claimant</b>	香奈儿股份有限公司
<b>Respondent</b>	xinlu hu

### Procedural History

#### 1、案件程序

本案的投诉人是香奈儿股份有限公司 (CHANEL)。地址是法国塞纳河畔纳伊市92200，夏尔 - 戴高乐大道135号。授权代表是上海汇业律师事务所，其地址为上海市延安西路726号13楼C座。

被投诉人是xinlu hu。被投诉人在注册争议域名时并未有提供地址。

本案的争议域名是“chanelclub.net”。争议域名的注册商是HICHINA WEB SOLUTIONS (HONG KONG) LIMITED(中国万网)。

亚洲域名争议解决中心北京秘书处（“中心北京秘书处”）于2007年3月13日收到投诉人根据互联网名称与数码分配联合会（ICANN）实施的《统一域名争议解决政策》（《政策》）、《统一域名争议解决政策之规则》（《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》（《补充规则》）提交的投诉书，要求指定三位专家组成行政专家组，审理本案域名争议。

2007年3月15日，中心北京秘书处向投诉人发出确认通知，确认收到投诉书。2007年3月29日，中心北京秘书处请注册商确认注册信息。同日，注册商对相关注册信息进行了确认。

2007年3月30日，中心北京秘书处向被投诉人发出投诉书转递通知，2007年4月2日中心北京秘书处向被投诉人发出程序开始通知，送达投诉书及附件材料，并说明被投诉人应当按照《规则》及《补充规则》的要求提交答辩书。同时，中心北京秘书处向注册商发出程序开始通知及向投诉人发出投诉书确认及送达通知。

截止2007年4月23日，被投诉人未提交任何书面答辩意见。2007年4月26日，中心北京秘书处向投诉人及被投诉人发出缺席审理通知。

2007年4月24日，中心北京秘书处向候选专家发出列为候选专家通知（拟定专家）。2007年4月25日，专家回复确认。

2007年4月26日中心北京秘书处向当事人及专家发出专家指定通知，指定Anthony Wu先生、薛虹女士、郭寿康先生为专家，其中Anthony Wu为首席专家，组成专家组审理本案争议；并告知专家组，应按照《补充规则》的规定，在2007年5月10日前将裁决告知中心北京秘书处。

2007年4月26日，中心北京秘书处将投诉人提交的全部书面材料，及全部相关程序文件，转交专家组。

专家组认为，其组成符合《政策》和《规则》的规定，并根据《规则》第11（a）条的规定，以及投诉人提交投诉书所使用的语言，决定采用中文作为本案程序语言。

## Factual Background

### For Claimant

#### 2、基本事实

投诉人：

“CHANEL”是香奈儿股份有限公司（CHANEL）在中国的注册商标，涵盖了商品和服务分类的第3、9、14、18、24、25、35类。投诉人指出被投诉人未经投诉人的许可或授权，于2004年7月13日通过HiChina Web Solutions (Hong Kong) Limited（中国万网）注册了争议域名，并通过争议域名所指向的网站销售包括“CHANEL”品牌在内的众多知名品牌化妆品。

### For Respondent

被投诉人：

被投诉人并未有对投诉书作出答复。

## Parties' Contentions

### Claimant

#### 3、当事人主张

投诉人：

##### 1、争议域名与投诉人所享有的受中国法律保护的商标“CHANEL”构成混淆性近似

“CHANEL”是投诉人在中国的注册商标。在世界范围内，投诉人的商标“CHANEL”已在包括英国、美国、法国、澳大利亚、香港等二百多个国家和地区获得注册专用权。自1977年起，投诉人在中国国家工商局商标局注册了60多个，包括“CHANEL”、“COCO”、“COCO CHANEL”、“香奈尔”、“ ”、“ ”在内的一系列商标，涵盖了商品和服务分类第3、9、14、18、24、25、26、35、42（现44）类，包括但不限于第3类化妆品之No. 75977“CHANEL”；第35类销售之No.883777“CHANEL”等等。

##### （1） 投诉人的基本情况

1921年，由Coco Chanel女士创立的香奈儿股份有限公司（即投诉人）成立于法国。经过八十余年的蓬勃发展，目前，世界许多国家都开设有投诉人的分支机构；世界主要城市有一百多家投诉人的时尚精品店；世界主要城市均有销售投诉人的化妆品、香水产品的柜台。投诉人的产品包括化妆品、手袋、皮包、眼镜、服装等，销往全世界每一个追逐时尚的地方。

投诉人在中国的业务也迅速发展,目前,投诉人在北京、上海、南京等城市的时装及化妆品专卖店已达到61家,而投诉人的计划是在十年内增至100家。

##### （2） “CHANEL” 商标的使用和推广情况

“CHANEL”是投诉人的企业名称，也是投诉人的主要商标，在化妆品、服装、皮包等商品上是世界驰名商标，标有“CHANEL”商标的香料、美容制品、女装、饰品自19世纪20年代开始生产制作一直至今，广受消费者欢迎。在中国消费中享有较高知名度的中文商标“香奈尔”和“香奈儿”正是其对应的中文商标。

投诉人生产的“CHANEL”香水和美容制品闻名世界。“CHANEL”5号香水是世界上最著名的香水品牌之一。自其问世以来，一直保持世界最佳销售成绩。1996年，它是世界香水市场上的最佳销售产品。根据1997年10月22日法国出版社“化妆新闻”（COSMETIQUE NEWS）记载，“CHANEL”是1995年亚洲妇女的第一号香水。依据“世界香水领导者”（THE REAGRACE LEADERS IN THE WORLD）的调查反应，在欧洲，

“CHANEL”5号在妇女香水品牌中占据前十名的份额，1996年在免税商店中的销售额同样处于前十名的地位。

在亚洲，“CHANEL”也一直是顶级品牌。据统计，在过去几年中，标有异议人商标“CHANEL”的香水、化妆品、服装、手提包等商品在世界各地的零售额每年均超过20亿美元。

如此巨大的销售额与投诉人多年来对“CHANEL”商标的宣传是分不开的。为了树立“CHANEL”商标的品牌

形象，在过去几年，投诉人每年在对自己品牌的广告宣传和推广投入均超过了5亿美金。在著名的时尚杂志“VOGUE”（时代周刊）、“ELLE”和“FOCUS”（焦点）上，我们经常可以看到标有“CHANEL”商标的香水、化妆品、服装、鞋、手提包及其它产品的广告。

2000年，美国WWD（Women’s Wear Daily）杂志评价说：CHANEL是世界所有消费品中最流行的标志。2002年，福布斯全球杂志（Forbe Global Magazine）的一个世界范围内的调查表明：CHANEL在所有世界知名品牌中名列全球第六位。更值得一提的是，CHANEL在所有的国际性服装品牌中排名最高。

### （3）“CHANEL”商标的保护情况

投诉人自身非常重视对自己品牌的保护，目前投诉人已将自己的系列商标在世界上两百多个国家进行了注册。世界上许多国家将“CHANEL”作为驰名商标进行保护。

1999年4月，中华人民共和国国家工商行政管理局商标局将原告的“CHANEL”商标列入《全国重点商标保护名录》，包括上海、广州、深圳、重庆、杭州等在内的全国各大城市均将投诉人的“CHANEL”系列商标列入重点保护名录，主动开展市场侵权打击活动，在投诉人积极协助下，当地的主管部门查处了大量对“CHANEL”商标假冒侵权案件。

青岛市中级人民法院于2005年12月1日作出的（2005）青民三初字第984号判决书中，亦明确认定了“CHANEL”等商标享有相当的知名度。上述法院认为：原告（即投诉人）在中国注册了“COCO”、“COCO CHANEL”、“CHANEL”、“香奈儿”商标，是该商标的权利人，其依法取得的注册商标专用权受到中国法律的保护，其在核定使用的商品和服务上享有专用权，该商标已具有相当的知名度，为相关公众所熟知。

上述及所附证据材料，已足以证明，投诉人的“CHANEL”商标享有极高的显著性，通过多年的推广使用和产品本身的优秀品质和良好声誉，已经在中国在内的世界范围内，被相关消费者所熟知。而且，事实上“CHANEL”商标在中国已经具有了驰名商标的地位。消费者已经将“CHANEL”和投诉人公司的品牌紧紧联系在一起，“CHANEL”商标和投诉人生产的商品之间形成了唯一的密不可分的指示关系。

2、被投诉的域名与投诉人的“CHANEL”商标近似，足以导致混淆。

域名“CHANELCLUB”由“CHANEL”和“CLUB”组成，前半部分与投诉人的商标“CHANEL”完全相同，而后半部分为“俱乐部”的英文单词。根据消费者的认读习惯，该域名将被理解为“CHANEL俱乐部”，显然，“CHANEL”是认读和识别争议域名的关键所在。上文已经就投诉人“CHANEL”商标所具有的知名度，被投诉人对争议域名的注册和使用，必定会导致消费者将争议域名与投诉人相联系，从而导致消费者的混淆和误认。

### 3、被投诉人对争议域名不享有任何合法权益

“CHANEL”是一个独创性非常强的自创性名词，是投诉人在中国合法享有的注册商标。被投诉人对争议域名“CHANELCLUB”不享有任何合法权益。

### 4、被投诉人注册争议域名具有明显恶意

投诉人登陆争议域名指向的网站www.chanelclub.net（下称“该网站”）了解到，被投诉人主要通过该网站进行化妆品的销售活动，不仅销售未经投诉人授权的，标有投诉人“CHANEL”、“ ”、“香奈尔”、“香奈儿”等系列商标或以其命名的各类化妆产品，还销售“Dior”、“FANCL”等其它知名品牌化妆品。通过点击该网站上的“CHANEL”一栏，可以查询到6页共148个不同种类、规格的CHANEL化妆品，其所涉及产品的范围极大。而且，在各类CHANEL品牌化妆品的介绍中，都引用了投诉人的官方网站www.chanel.com。

此外，投诉人通过Whois数据库查询结果所获得的被投诉人电话0755-26938787联系得知，该网站没有实际店铺，只提供网上服务，不办理会员制度，并强调其所提供的产品都是最低价格。

被投诉人注册争议域名的用意在于：首先，通过争议域名，引导更多消费者想要了解和使用，或者已经使用过投诉人“CHANEL”化妆品的消费者点击并且浏览其销售网站。其次，引起消费者混淆，误认为该网站与投诉人存在某种联系，已得到授权，进而使得消费者认为该网站销售的“CHANEL”化妆品质量有保证，从而买进该等化妆品。

如果被投诉人销售的化妆品是假冒伪劣，还将对购买者产生不良影响。消费者将会认为投诉人的商品本身存在问题，甚至就其损失向投诉人索赔。这将导致投诉人“CHANEL”显著性、吸引力弱化，淡化其商标的知名度，损害投诉人既有的商誉及声誉。

综上所述，被投诉人申请注册争议域名的目的就是利用投诉人及其商标的知名度和消费者的混淆误认，来牟取不正当利益。被投诉人这种“搭便车”的行为 违反了诚实信用原则，有害于社会主义道德风尚，具有明显的恶意，理应受到制止。

根据《统一域名争议解决政策》第4(b)条的规定，“……针对第4(a)(iii)条，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：……

(iv) 以使用域名的手段，为商业利益目的，你方通过制造你方网站或网址上所出售的商品或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其它连机地址者。”

根据上述标准，被投诉人注册争议域名构成恶意注册。

综上所述，投诉人的投诉完全符合解决办法的规定，其投诉主张应当得到支持。

## Respondent

被投诉人：

被投诉人并没有对投诉书作出答复。

## Findings

### 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《统一域名争议解决政策》（《政策》）的约束。《政策》适用于本项行政程序。

《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。

## Identical / Confusingly Similar

关于完全相同或混淆性相似

专家组认为，依照对《政策》第4(a)(i)条规定的理解，投诉人只要证明前述“相同”或“混淆性近似”二种情况之一，即满足《政策》规定的该项条件。

首先，专家组接纳投诉人的举证，“chanel”是一个世界知名的品牌，涵盖了各种商品和服务包括化妆品。该品牌亦已在世界各地获得商标注册。在中国，自一九七七年起，投诉人在中国国家工商局商标局注册了六十多个，包括Chanel、…香来儿、香来尔在内的一系列商标，涵盖了商品和服务分类第3、9、14、18、24、25、26、35、42（现44类），包括但不限于第3类化妆品之No.75977“CHANEL”；第35类销售之No.883777“CHANEL”等等。投诉人明显对“chanel”这商品及服务商标拥有权利。

专家组认同投诉人主张争议域名识别部分由“chanel”和“club”两部分组成。其中“chanel”一词，与投诉人拥有世界知名的“CHANEL”商标完全相同，是争议域名主要区别部份。后半部的“club”是一个英文单字其一解释为俱乐部。该争议域名是可以被理解为“Chanel俱乐部”

基于争议域名的主要区别部份“Chanel”与投诉人拥有的世界知名的货品及服务商标完全相同，专家组接纳投诉人主张，争议域名与投诉人的“chanel”商标具有足以导致混淆的近似性。

## Rights and Legitimate Interests

关于被投诉人权利或合法利益

专家组接纳投诉人的举证，投诉人注册“chanel”为商标的时间远远早于被投诉人注册争议域名的时间。在中国，“Chanel”商标最早于1977年注册。被投诉人只是于2004年3月13日才注册争议域名。专家组亦接纳投诉人和被投诉人之间毫无关系。投诉人亦从未授权被投诉人以任何形式使用“chanel”。在这情形下，举证责任转移到被投诉人。但，被投诉人并未针对投诉人有关主张，提出任何相反抗辩，也未主张自己对争议域名享有任何权利或合法利益。

鉴于此，专家组认定，被投诉人不对争议域名享有任何权利或合法利益。

## Bad Faith

关于恶意

根据《政策》第4(a)(iii)条规定，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。

根据《政策》第4（b）条规定如下：

“针对第4(a)(iii)条，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品商标和服务商标的所有人以相应的域名反映其上述商标者；或者，
- (iii) 你方注册域名的主要目的是为了破坏竞争对手的正常业务者；或者，
- (iv) 以使用域名的手段，为商业利益目的，你方通过制造你方网站或网址上所出售的商品或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其它联机地址者。”

根据投诉人在投诉书中的举证，被投诉人用争议域名指向的网站是用以进行化妆品的销售活动，销售包括标有投诉人“CHANEL”、香奈尔、香奈儿等系列商标及其它命名的各类化妆产品，例如“Dior”、“FANCL”等其它知名品牌化妆品。经过点击该网站上的“CHANEL”一栏，可以查询到6页共148个不同种类、规格的CHANEL化妆品，其所涉及产品的范围极大。投诉人明确指出并未授权被投诉人作出有关销售。被投诉人并未有实际的店铺，只提供网上服务，不办理会员制度，主要强调其所提供的产品都是最低价格。

专家组接纳投诉人的主张，被投诉人使用争议域名用意在于误导消费者，误认为该网站与投诉人存在某种关系，而得到投诉人授权，进而使消费者认为该网站销售的“CHANEL”化妆品质量有保证，从而买进该等化妆品。专家组亦认为《政策》第4（b）(iv)条适用。

在这情形下，被投诉人的注册及使用是恶意的，已经符合《政策》第4（a）(iii)的要求。

## Status

www.chanelclub.net

Domain Name Transfer

## Decision

### 5、裁决

综上所述，专家组认定，投诉人已经满足《政策》第4（a）条所规定的三个条件。

在投诉书中第9段，投诉人寻求本案专家组将被投诉的域名“chanelclub.net”转移给投诉人。在考虑投诉人要求后，专家组依据《政策》第4（i）条，裁决被投诉人需要将其注册的争议域名“chanelclub.net”转移给投诉人。

Back

Print