



## ASIAN DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION CENTRE

— A charitable institution limited by guarantee registered in Hong Kong

亚洲域名争议解决中心  
香港秘书处  
行政专家组裁决  
案件编号：HK-1100370

投 诉 人： Mary Kay Inc.  
被 投 诉 人： Deng Jian  
争 议 域 名： “cnmarykay.com”  
注 册 商： Bizcn.com, Inc.

### 1、案件程序

本案的投诉人是 Mary Kay Inc.。地址为美国得克萨斯州达拉斯达拉斯大道 16251 号。授权代表为罗衡，ATL Law Offices，地址为香港湾仔骆克道 33 号福利商业大厦 15 楼。

被投诉人是 Deng Jian，地址为 gao xin qu chuang ye lu 8 chengdu Sichuan 610041 cn。

本案的争议域名是 “cnmarykay.com” 。 争议域名的注册商是 Bizcn.com, Inc.。

亚洲域名争议解决中心（ADNDRC）香港秘书处（“中心香港秘书处”）于 2011 年 7 月 4 日收到投诉人根据互联网名称与数字地址分配机构 [ICANN] 于 1999 年 10 月 24 日批准的《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》），及《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）提请之投诉。

中心香港秘书于 2011 年 7 月 7 日向争议域名注册机构传送请求协助电邮，请求在 5 日内确认信息。中心香港秘书于 2011 年 7 月 8 日再向争议域名注册机构传送请求协助电邮，注册服务机构在 2011 年 7 月 8 日以电邮回复中心香港秘书处，确认本案争议域名由其提供注册服务并提供有关争议域名信息。

中心香港秘书处于 2011 年 7 月 8 日送达程序开始通知，要求被投诉人在 2011 年 7 月 28 日之前提交答辩。

被投诉人在 2011 年 7 月 26 日提交电邮答辩。

中心香港秘书于 2011 年 7 月 28 日向被投诉人确认收到答辩书, 以及要求被投诉人在 2011 年 8 月 1 日之前提交案件费用的一半。

中心香港秘书处于 2011 年 7 月 29 日收到投诉人授权代表提交之补充意见一份。

中心香港秘书于 2011 年 7 月 29 日向投诉人确认收到补充意见。

中心香港秘书处于 2011 年 7 月 31 日收到被投诉人提交之补充意见。

中心香港秘书于 2011 年 8 月 4 日向被投诉人确认收到补充意见。

中心香港秘书处未有在规定的时间内收到被投诉人提交的案件费用。中心香港秘书处于 2011 年 8 月 4 日向双方当事人发出确认本案专家组人数通知。

中心香港秘书于 2011 年 8 月 19 日向双方当事人发出传送选择专家通知, 请求在 3 日内回复。

2011 年 8 月 25 日, 中心香港秘书处确认指定吴能明先生作为独任专家, 组成一人专家组, 审理本案。吴能明先生在较早时已经确认同意接受指定, 并保证独立、公正地审理案件。专家组需要在 2011 年 9 月 8 日或之前将裁决告知中心香港秘书处。

2011 年 9 月 9 日, 中心香港秘书处应专家组要求, 将本案裁决提交日期延期至 2011 年 9 月 15 日。

2011 年 9 月 15 日, 中心香港秘书处应专家组要求, 将本案裁决提交日期延期至 2011 年 9 月 22 日。

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, 决定采用中文作为本案程序语言。

## 2、基本事实

### 投诉人:

投诉人乃全球知名商标“MARY KAY”的拥有人。投诉人以“MARY KAY”作为企业名称, 经营护肤品和彩妆品的直销业务, “MARY KAY”亦为投诉人护肤品和彩妆品的品牌名称。

投诉人拥有“MARY KAY”在中国及世界各地的多个商标注册。在被投诉人所在地中国，投诉人拥有下列的商标注册：

商标名称	类别	注册号	注册日期	使用商品
MARY KAY	3	836104	1996-5-7	化妆品,清洁乳剂,爽身粉,润发剂,手膏,清洁胶,科隆香水,眼膏精,防水染眉毛油,粉底,半透明香粉,晚霜,湿润性面膜,护肤剂,防晒剂,化妆棉条,唇膏,眼睑膏,胭脂膏,综合防老化化妆品
	3	1275186	1999-5-21	化妆品,皮肤清洁剂,遮瑕膏,眼睛用除化妆剂,口红,胭脂,眉笔,眼线笔,眼睫毛液,面膜,皮肤用浆液,皮肤用凝胶,紧肤水,科隆香水,眼霜,指甲护理制剂
	5	1352755	2000-1-14	维生素制剂
	5	5464212	2009-9-21	维生素制剂,矿物食品添加剂,以维生素片剂、药丸、胶囊、粉末、油剂、液体及营养食品添加剂形式的维生素制剂,健康营养添加剂
	9	1387412	2000-4-21	录音磁带盒,录象带,光盘,只读光盘,数码激光视盘,DVD影音光盘,激光视盘,磁盘,电脑软件(已录制),录音盘
	14	1330454	1999-11-7	仿金制品,珠宝,装饰品(宝石),胸针(珠宝),贵重金属耳环,手镯(珠宝),表,钟
	16	3900122	2006-7-14	商业用印刷品,辅助促销用印刷品,名片,文具,印有抬头的信笺纸,信封(文具),识别卡片,识别牌证,通知明信片,识别用不干胶标签,笔记纸,订购表格,计划页(纸张),记事本

18	1370553	2000-3-7	手袋,大型手袋,大型购物袋,化妆袋(空的),用于盛载及展示待售化妆品的盒(空的),用于盛载及展示待售化妆品的袋(空的),用于盛载及展示待售化妆品的箱(空的)
21	1395888	2000-5-14	能伸缩的唇刷,带镜化妆盒,梳妆盘,化妆盘,化妆盒,口红架,眼线刷,能伸缩的眼刷,化妆用刷,化妆用海棉棒,梳妆用海绵
24	6145932	2010-4-28	毛巾布,无纺布,浴室亚麻布(服装除外),妇女卫生绒布,纺织品餐巾,纺织品手帕,纺织品洗脸巾,卸妆布巾(布),卸妆布巾,卸妆用纺织物,浴巾,洗涤用手套,垫子(餐桌用布)
25	5987939	2010-3-7	内裤,婴儿全套衣,婴儿纺织尿布,游泳衣,袜,手套(服装),婚纱
25	1366040	2000-2-21	服装,T恤,衬衫,裤子,内衣,汗衫,背心,连衣裙,长外衣,茄克,睡衣裤,晨衣,帽,帽子,领带,围巾,短裙,腰带(服装)
30	6785333	2010-4-21	花粉健身膏,非医用营养粉,非医用营养液,非医用营养膏,非医用营养胶囊,咖啡,茶,糖果,糕点,冰淇淋
35	1731314	2002-3-14	推销(替他人)
44	1794707	2002-6-21	提供护肤,美容及化妆品信息的美容服务,化妆品颜色分析,魅力及美容咨询,提供个人护理,健康,健美,服装,化妆用具及有关产品的健康及美容服务,美容院,提供有关护肤,美容及化妆品的咨询

	44	1980802	2002-12-28	提供护肤、美容及化妆品方面的信息专业咨询
--	----	---------	------------	----------------------

此外，投诉人亦已将“MARY KAY”商标在多个国家的不同类别注册。在全球范围内，截止至 2010 年玫琳凯公司已在 100 个国家和地区注册了约 4500 项商标。

投诉人也营运一个网址为 www.marykay.com（及其它相关域名）的网站，该网站构成其业务及推广的完整部分。该网站用以推广投诉人在世界各地提供的产品。此外，该网站让互联网使用者得知投诉人提供的产品的所有最新消息。投诉人已将包含“MARY KAY”标记的多个域名注册：1993 年注册域名 marykay.com，1999 年注册域名 marykay.net，2004 年注册域名 marykay.org，以及 2000 年注册域名 marykay.com.cn，2003 年注册域名 marykay.cn。

### **被投诉人：**

被投诉人并未有在投诉书中说明其背景。争议域名是注册于 2006 年 5 月 30 日。

### **3、当事人主张**

#### **投诉人：**

投诉基于以下事实和理由：

（一）争议域名与投诉人享有民事权益的商标等相同或者具有足以导致混淆的近似性

投诉人（前称“MARY KAY INC.”）乃一家根据美国法律于 1963 年注册成立的公司，创始人为玫琳凯·艾施女士，总部位于美国得克萨斯州达拉斯市。投诉人是全球最大的护肤品和彩妆品直销企业之一，投诉人业务遍布全球超过 36 个市场，拥有超过 200 万名销售队伍。2009 年，玫琳凯全球销售额达到 25 亿美元。玫琳凯（中国）化妆品有限公司是投诉人在中国的全资子公司。玫琳凯中国成立于 1994 年。经过十余年的发展，玫琳凯中国已在全国 35 个省市自治区都设立有分公司。2009 年，玫琳凯中国连续第四次入选《财富》（中文版）杂志“卓越雇主——中国最适宜工作的公司”，也是目前唯一一家连续四次获此殊荣的企业。

投诉人一贯重视对自己知识产权的保护，“玫琳凯”商标在 1991 年就在中国进行了申请并获得核准注册（注册号为 594710/594709）。此后，投诉人又在相关的类别上对相同或近似的商标亦进行了广泛的注册，其中涉及到“MARY KAY”和“玫琳凯”的商标注册就达到 20 多类。而在全球范围内，截止至 2010 年投诉人已在 100 个国家和地区注册

了约 4500 项商标,以保证其合法权益不受侵犯。投诉人持有的商标“MARY KAY”和“玫琳凯”在中国的商标专用权,均保护投诉人的合法权利不受侵犯。

投诉人在其诞生至今的 47 年里,通过不懈的努力与奋斗已经成为一个具有世界影响力的著名跨国公司。而在中国,投诉人标注着“MARY KAY”商标的产品销量在整个直销行业一直排名领先:根据中国著名的市场研究公司 CTR 公司的权威统计数据,“MARY KAY”商标的化妆品的市场份额排名在化妆品行业中增长非常迅速。由此可见“MARY KAY”商标在中国境内享有极高的品牌知名度和市场占有率。

玫琳凯(中国)化妆品有限公司是玫琳凯公司在中国的全资子公司。1994 年,玫琳凯投资 2000 万美元在杭州经济技术开发区创建美国本土以外第一家工厂。随着投诉人“MARY KAY”系列产品越来越被广大的中国消费者所喜爱,其销售收入也逐年增长。2010 年,玫琳凯中国连续第七次蝉联“全国化妆品制造行业经济效益十佳企业”第一名。

投诉人还十分重视对于广告的投入,每年都将大量的资金投入在品牌的宣传上,涉及到的各类广告媒体覆盖:报纸、杂志、网页、户外大牌广告、霓虹灯、书籍、电视广告、电视节目赞助、广播、各大知名网站、媒体发布会等。

投诉人的企业名称为“MARY KAY INC.”,主营业务是护肤品和彩妆品的直销。“MARY KAY”和“玫琳凯”均为投诉人在中国大陆地区玫琳凯相关产品经常使用的部份。根据《巴黎公约》的规定,企业名称应该受到成员国的保护。

争议域名“cnmarykay.com”由主要部份“cnmarykay”,以及后缀“.com”组成。域名后缀部份属于争议域名的次要部份,对判断争议域名与投诉人“享有民事权益的名称或者标志”是否相同或近似,不具有实质意义。主要部份“cnmarykay”分为“cn”和“marykay”,在域名中“cn”表示的是“中国”,很明显,“cn”不是核心部份,不能起到识别作用。争议域名主要部份的核心部份为“marykay”。具体而言,争议主体核心部份“marykay”是投诉人享有合法权利的唯一特定词汇。“marykay”是投诉人在世界各地具有极高知名度的注册商标和企业商号,也与投诉人远早于争议域名注册时间、于 1991 年在中国注册并一直使用的商标主体部份完全一致。因此,对普通网络用户而言看到争议域名后自然而然就会产生于投诉人有关联的联想。

由此可见,争议域名中可识别部份“marykay”与投诉人在中国享有合法在先权益的商标、商号和在先注册使用的域名等标志完全相同或极其相似,容易引起混淆,符合《政策》第 4a(i)的规定。

(二) 争议域名持有人对域名和/或者其主要部份不享有合法权益

如上所述，投诉人对于“MARY KAY”和“玫琳凯”均拥有无可质疑的合法权益。投诉人从未许可被投诉人使用上述商标标识或与其有关的任何标识，也从未授权被投诉人注册带有“MARY KAY”、“玫琳凯”等的争议域名。

另，争议域名所指向的网站，表面上看是用于玫琳凯美容顾问与用户进行交流的非商业网站，但进入网站首页可以看到一个销售酸奶机的广告，点击该广告即被链接到一个淘宝网站，该网站销售大量与玫琳凯品牌毫无关联的商品。争议域名所指向的网站上显示有大量美容顾问的联系方式，经调查，美容顾问每年须向争议域名所指向的网站支付管理费，网站可为美容顾问制作个人网页，并将联系信息显示在争议域名所指向的网站上，为美容顾问宣传。网站下方的 [www.run-well.com](http://www.run-well.com)、“bearingo”、“成都朗维科技”均指向 Run-well 轴承销售网站，均为商业网站。投诉人因此认为，争议域名所指向的网站并非一个非商业性的网站，而是会带来极大商业盈利的网站，只是被投诉人的处理手法比较隐蔽而已。

综上所述，争议域名的注册时间晚于投诉人取得相关权利的时间，被投诉人也未将争议域名善意的使用或用做非商业用途，因此，争议域名所有人对争议域名不享有合法权益，投诉人的投诉符合《政策》第 4a(ii) 条的规定。

### （三）被投诉人注册、使用争议域名具有明显恶意

如上所述，投诉人“MARY KAY”商标在全球享有极高的品牌知名度和市场占有率，被投诉人的恶意注册行为极易使熟悉投诉人品牌的消费者误以为争议域名及被投诉人与投诉人具有某种商业上的联系，从而错误地访问被投诉人的域名网站，或干扰和破坏了投诉人在中国市场的正常经营活动。

对于上述知名度和将造成的混淆，被投诉人十分清楚，依然在没有任何合法权益、没有任何合理理由的情况下注册了此争议域名，正是看中了这其中可能带来的巨大商业利益，显示了其打算利用投诉人的知名度以及借助投诉人的良好声誉来窃取不当利益，在未经授权的情况下推广其网站“会员”的信息，违反了投诉人的销售模式。被投诉人应该知道投诉人的产品全都是通过直销来进行的，任何企图透过争议域名作成的网站来分销投诉人的产品的行为都会对投诉人在中国和全世界辛苦建立起来的声誉和销售链带来冲击。

其中，在 [www.cnmarykay.com](http://www.cnmarykay.com) 网页下方指向了一个“玫琳凯事业网”的链接，通过该链接，访客会被指引去到 [www.mk114.cn](http://www.mk114.cn) 的一个未经授权专门分销“Mary Kay”产品的网站。该行径严重危害了投诉人在中国建立起来的产品管理制度。另外，[www.cnmarykay.com](http://www.cnmarykay.com) 网页中所载的“省市分中心”的信息并不是投诉人真正经营的地址，严重误导访客。

被投诉人在争议域名所指向的网站上声明其只是一个交流学习的平台，并非商业网站，

企图以此来证明其经营该网站不具有恶意。然而，该声明只能作为被投诉人知晓投诉人相关权益的证据，其企图利用他人权益获取不当利益的恶意并不因该声明而免除。

判断使用包含已有商标作为域名的中间商或分销商是否出于善意，主要是看其是否同时满足以下几个条件：(1)被投诉人必须在争议域名所指向的网站中实际提供商品或服务；(2)被投诉人必须使用该网站仅用于销售争议域名所包含的商标的产品，否则，被投诉人就有可能是引诱网络消费者转向其它商品；(3)该网站必须说明被投诉人与投诉人的关系，不允许错误的表明该网站就是投诉人网站，或者作为一个销售代理而声称是官方网站；(4)被投诉人不得利用争议域名垄断市场。(见 *Oki Data Americas, Inc. v. ASD, Inc.*, WIPOCase No.D2001-0903; *Experian Information Solutions, Inc. v. Credit Research, Inc.*, WIPOCase No.D2002-0095)。如上所述，争议域名所指向的网站表面上是一个交流平台，但实际上却在首页和链接的网页上销售与投诉人毫无关系的商品，其不满足上述出于善意的《政策》第 4(b) (iii) & (iv) 的条件，相反其恶意却是显而易见的，因此，投诉人的投诉符合《政策》第 4a(iii)条的规定。

根据《统一域名争议解决政策》、《统一域名争议解决政策之规则》及《统一域名争议解决政策之补充规则》等相关规则的规定，投诉人请求贵中心裁定将争议域名“cnmarykay.com”转移给投诉人。

### **被投诉人:**

对于投诉人所提出

- 1、域名与投诉人享有民事权益的企业商号、持有的驰名商标和域名等相同或者具有足以导致混淆的近似性；并且
- 2、被投诉的域名持有人对域名不享有权利和合法利益；并且
- 3、被投诉人注册和使用争议域名具有恶意。

对于第 1 点，可以通过 WHOIS 数据库查询到类似域名有许多,如果仅仅因为该域名中包含单词 marykay，即认为等同或者具有足以导致混淆的近似性，实在牵强。

对于第 2 点，该域名已经于 2006 年正式注册，并且获得了相关域名证书，属于中国公民所属的财产。所有手续均正规且符合相关法律法规。争议域名对应的网站早已经被广大群众认可和知晓，并且深受广大群众的好评，有很高的知名度。

对于第 3 点，被投诉人注册和使用争议域名具有恶意，是不成立的。

根据《政策》第 4 条 b (i) 所定义之恶意，争议域名注册至今没有“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”的行为，所以该条不成立。

根据《政策》第 4 条 b (ii) 所定义之恶意，争议域名没有“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”的行为，所以该条不成立；

根据《政策》第 4 条 b (iii) 和 (iv) 所定义之恶意，争议域名没有“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”行为，也没有“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他连机地址者”的行为。理由如下：

1. 争议域名所指向的网站，是一个旨在提供网民了解和交流玫琳凯产品使用经验，美容护肤知识的交流平台。该网站不销售任何玫琳凯产品，故而对玫琳凯没有任何竞争和不利影响，不但如此，网站对于玫琳凯的推广和发展做出了大量的贡献。网站在每一页面的醒目位置均有明确提示不是玫琳凯官方网站，只是玫琳凯使用感受等相关讯息的交流平台。另在每一个页面左下亦有“法律申明”，内含更加明确之声明。因此，该网站完全没有误导和故意混淆之行为。

2. 投诉人在投诉书中所提到通过争议域名对应的网站，有链接可以点击进入其他网站，以此认为恶意。这是极不专业和毫无道理的臆定。网站是一个相互链接的平台，友情链接是网站与网站之间相互交流相互推广的一种常见方式。况且，该网站在选择链接网站时严格审查，只选择合法，正规有备案的网站，且没有链接与投诉人有明显竞争关系的网站。所以投诉人以此认为恶意，不成立。

3. 投诉人公司中文网站上法律申明中也提到“玫琳凯非常欢迎您来浏览其网站，并希望将其各种活动推广给更多的人”，争议域名对应的网站所作之事完全符合此点原则。

4. 争议域名对应网站的服务模式亦没有抄袭投诉人网站。争议域名对应网站是基于创立者自身的需求而来，因为当时找不到一个好的网络渠道能够了解和交流玫琳凯产品使用相关知识，于 2006 年自发建设了 cnmarykay.com 这样一个网站，为的就是让像创立者一样的人们能够有一个渠道，一起分享使用了玫琳凯产品的感受，一起分享玫琳凯的文化，进而让更多的人真正了解玫琳凯。网站一经推出，就受到了广大用户和美容顾问的热烈认可和好评，在大家的鼓励和支持下，创立者加大力量投入努力发展走到现在。这在当时是完全自主创意和具有开拓性的，而投诉人网站 2008 年才推出类似形式。这既可以通过玫琳凯内部人员、广大美容顾问及网民调查取证，还可以通过双方网站更新记录取证。投诉人网站的页底明确标明“©2007-2011 Mary Kay Inc.”，这也说明投诉人的建立网站的时间比争议域名对应的网站要晚，某些模式也沿用了争议域名对应的网站的模式和创意。需要声明一点：在该服务模式领域看，争议域名相应网站有着更大的影响力，搜索引擎收录情况和反向链接情况远远大于投诉人中国官方网站。

基于以上论述，被投诉人认为争议域名对应网站没有任何恶意行为，投诉人的指责无理

无据。接到仲裁通知之后，争议域名方曾以坦诚的态度，发函与投诉方解释沟通，但均未得到投诉方任何回应。对于一个对投诉人不但毫无恶意，而且还有帮助的网站，进行打压，让人费解。不得不让人质疑其真实的动机。

#### 4、专家组意见

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》的约束。《统一域名争议解决政策》适用于本项行政程序。

《统一域名争议解决政策》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) 争议域名与投诉人拥有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性地相似；且
- (ii) 被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益；且
- (iii) 被投诉人对争议域名的注册和使用均为恶意。

#### 进一步的补充

投诉人以及被投诉人均自动被提交了进一步的补充。一般而言，专家组只会接纳进一步的补充若果投诉人在补充中提供的事实，并不是投诉人在作出投诉时可以合理地预计需要提供。专家组参照 *Société pour l'œuvre et la mémoire d'Antoine de Saint Exupéry- Succession Saint Exupéry - D'Agay v. The Holding Company*, WIPO Case No. D2005-0165；以及 *Playboy Enterprises International, Inc. v. Asia Sun*, WIPO Case No. D2005-0767 等案件专家组的意见。

在参阅了答辩书以及投诉人进一步的补充，专家组认为答辩书并未有提出任何声称是在投诉人作出投诉时未能合理地预计到而需要作出进一步的事实补充。在这情形下，专家组并不接纳投诉人提交的进一步的补充，专家组亦无需要考虑被投诉人针对投诉人《针对被投诉人答辩书的补充意见》的补充意见。

#### 关于完全相同或混淆性相似

专家组接纳投诉人举证，投诉人是全球最大的护肤品和彩妆品直销企业之一，业务遍布全球投诉人，乃一全球知名的公司，而其“marykay”品牌/商标亦是世界知名的。在中国，投诉人的业务也是遍布各地，投诉人公司以及其“marykay”品牌/商标在也是知名的。“玫琳凯”商标在1991年就在中国进行了申请并获得核准注册（注册号为594710/594709），而“marykay”商标在1996年起也在中国进行了多项申请并获得核准注册（例如：注册号836104）。投诉人对“marykay”这品牌/商标是有在先的权利。

专家组认为，争议域名的识别部分为“cnmarykay”，其中“cn”的部分并不具有区别

性。“cn” 在网络上，一般理解为“中国”，是一通用的缩写。争议域名“marykay”的部份，是与投诉人在世界各地具有极高知名度的注册商标和企业商号“marykay”相同，因而是有区别性的。争议域名是与投诉人拥有权益的“marykay”品牌/商标混淆性地相似。

专家组认为，投诉人已经满足《统一域名争议解决政策》第 4(a)(i)条规定的举证要求。

### **关于被投诉人权利或合法利益**

正如上文指出，专家组接纳投诉人的举证，“marykay”是一个在世界各地具有极高知名度的品牌/商标。投诉人也确认从未许可被投诉人使用上述商标标识或与其有关的任何标识，也从未授权被投诉人注册带有“MARY KAY”、“玫琳凯”等的争议域名。专家组认为，在这情形下，投诉人经已表面证明被投诉人对争议域名并未有权利或合法利益，有关的举证责任因而转移到被投诉人。

根据《政策》第 4(c) 条，“针对第 4 条 (a)(ii)，如果专家组根据对其提供的所有证据的评估发现确实存在以下任意情况（特别是以下情况但不仅限于），则可表明你方对该域名的权利或合法利益：

- (i) 在接到有关争议的任何通知之前，你方使用或有证据表明准备使用该域名或与该域名对应的名称来用于提供诚信商品或服务；或者
- (ii) 即使你方未获得商标或服务标记，但你方（作为个人、企业或其他组织）一直以该域名而广为人知；或者
- (iii) 你方合法或合理使用该域名、不以营利为目的，不存在为商业利润而误导消费者或玷污引起争议之商标或服务标记之意图。”

在答辩书中，被投诉人指出，该域名已经于 2006 年正式注册，并且获得了相关域名证书，属于中国公民所属的财产。所有手续均正规且符合相关法律法规。争议域名对应的网站早已经被广大群众认可和知晓，并且深受广大群众的好评，有很高的知名度。

专家组留意到被投诉人并未有指明这些答辩是根据《政策》第 4(c) 条所提各项，那一项作出。就被投诉人提及到争议域名对应的网站有很高的知名度，这似乎是涉及《政策》第 4(c) 条 (ii) 项。

《政策》第 4(c) 条 (ii) 项要求，即使被投诉人未获得商标或服务标记，但被投诉人一直以该域名而广为人知。专家组留意到，答辩书中提及被投诉人是在一个旨在提供网民了解和交流玫琳凯产品使用经验，美容护肤知识的交流平台。被投诉人声称争议域名对应网站的服务模式没有抄袭投诉人网站。争议域名对应网站是基于被投诉人自身的需求而来，因为当时找不到一个好的网络渠道能够了解和交流玫琳凯产品使用相关知识，

于 2006 年自发建设了 cnmarykay.com 这样一个网站，为的就是让像创立者一样的人们能够有一个渠道，一起分享使用了玫琳凯产品的感受，一起分享玫琳凯的文化，进而让更多的人真正了解玫琳凯。这一段的声称明显显示，被投诉人是在知道“marykay”品牌/商标的情形下特意注册争议域名。被投诉人并没有声称或者举证被投诉人对“marykay”这名称有一个独立于投诉人“marykay”品牌/商标的知名度。因为争议域名的知名度是建基于投诉人“marykay”品牌/商标的知名度，专家组认为，《政策》第 4(c) 条 (ii) 项并不成立。

被投诉人声称建设了 cnmarykay.com 这样一个网站，为的就是让像创立者一样的人们能够有一个渠道，一起分享使用了玫琳凯产品的感受，一起分享玫琳凯的文化，进而让更多的人真正了解玫琳凯，专家组亦考虑到《政策》第 4(c) 条 (iii) 项是否成立。

《政策》第 4(c) 条 (iii) 项要求被投诉人使用争议域名、不以营利为目的，不存在为商业利润而误导消费者或玷污引起争议之商标或服务标记之意图。根据投诉人的举证(详细情形陈述于以下关于恶意部分)，专家组认为争议域名是以营利为目的的，被投诉人并未能满足《政策》第 4(c) 条 (iii) 项的要求。

据此，专家组的总结是，被投诉人并未能达到转移的举证责任。投诉人已经满足《统一域名争议解决政策》第 4(a)(ii)条规定的举证要求。

## 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连机地址者。”

《政策》第4(b)条所列举的情形并不涵盖所有的恶意情形。《政策》的主要的目的是遏止滥用/利用其他人的商标注册为域名用以牟取利润。专家组参照 WIPO 个案号码 D2009-0057 The Jennifer Lopez Foundation v. Jeremiah Tieman, Jennifer Lopez Net, Jennifer Lopez, Vaca Systems LLC 一案专家组的意见。

正如专家组在上文提及，被投诉人是在知道投诉人的“marykay”品牌/商标知名度，刻意注册争议域名来吸引网上使用者来造访网页。专家组认同投诉人主张，争议域名极易使熟悉投诉人品牌的消费者误以为争议域名及被投诉人与投诉人具有某种商业上的联系，从而错误地访问被投诉人的域名网站。

被投诉人声称争议域名所指向的网站是一个旨在提供网民了解和交流玫琳凯产品使用经验，美容护肤知识的交流平台。该网站不销售任何玫琳凯产品。专家组并不接纳这声称。根据投诉人的举证，争议域名转向的网站可以看到销售酸奶机的广告，点击该广告即被链接到一个淘宝网站，该网站销售大量与玫琳凯品牌毫无关联的商品。争议域名所指向的网站上显示有大量美容顾问的联系方式。网站下方的 [www.run-well.com](http://www.run-well.com)、

“bearingo”、“成都朗维科技”均指向 Run-well 轴承销售网站，均为商业网站。投诉人声称，经调查，美容顾问每年须向争议域名所指向的网站支付管理费，网站可为美容顾问制作个人网页，并将联系信息显示在争议域名所指向的网站上，为美容顾问宣传。被投诉人并未有就投诉人的以上的举证以及声称，作出任何实质的答辩，特别是被投诉人并未有否认收取美容顾问管理费。专家组认为争议域名所转向的网站主要是推广各地美容顾问业务，这与被投诉人收取美容顾问管理费吻合。专家组接纳投诉人的举证，争议域名是以营利为目的的。

专家组认为，证据直接显示被投诉人注册以及使用争议域名是具有恶意，或者《政策》第4 b (iv)条款的恶意情形存在。

另一方面，投诉人主张《政策》第4 b (iii)条款的恶意情形存在。有见及以上其他的恶意情形存在，专家组无需要考虑《政策》第4 b (iii)条款的恶意情形是否同时存在。

被投诉人在答辩书中提出，争议域名转向的网站在每一页面的醒目位置均有明确提示不是玫琳凯官方网站，只是玫琳凯使用感受等相关讯息的交流平台。另在每一个页面左下亦有“法律申明”，内含更加明确之声明。专家组认为这些提示以及申明并不能消除恶意的情形。访客登陆争议域名转向的网站是因为争议域名包含了“marykay”品牌/商标而误以为网站是与投诉人有关连，在登陆时访客是无从知道这些提示以及申明内容。无论如何，可以推论的是，并非所有访客登陆网站后会留意到这些提示以及申明。

总体而言，专家组认为，投诉人已经满足《政策》第4(a)(iii)条规定的条件。

## 5、裁决

综上所述，专家组认为，投诉人符合《政策》第 4(a)条规定的三个条件，即“争议域名与投诉人拥有权利的商品商标或服务商标混淆性地近似”，“被投诉人就争议域名不享有权利或合法权益”，以及“被投诉人出于恶意注册并使用争议域名”。

根据《政策》第 4(i)条的规定，专家组决定将争议域名“cnmarykay.com”转移给投诉人 Mary Kay Inc.。

独任专家：吴能明

2011 年 09 月 22 日