

亚洲域名争议解决中心

北京秘书处

行政专家组裁决

案件编号: CN-0900322

投诉人: ESSILOR INTERNATIONAL (依视路国际有限公司)

被投诉人: 夏胜云 (Shengyun Xia)

争议域名: yishilu.com

注册商: 北京万网志成科技有限公司

(HICHINA ZHICHENG TECHNOLOGY LTD)

1、案件程序

2009年12月29日, 投诉人根据互联网络名称及数码分配公司(ICANN)施行的《统一域名争议解决政策》(以下简称《政策》)、《统一域名争议解决政策之规则》(以下简称《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》(以下简称《补充规则》), 向亚洲域名争议解决中心北京秘书处(以下简称“中心北京秘书处”)提交了投诉书, 并选择由一人专家组审理本案。

2009年12月31日, 中心北京秘书处向投诉人发送通知, 确认收到投诉书。同日, 中心北京秘书处向域名注册商北京万网志成科技有限公司(HICHINA ZHICHENG TECHNOLOGY LTD)发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。注册商北京万网志成科技有限公司(HICHINA ZHICHENG TECHNOLOGY LTD)当日即回复, 确认争议域名系在该公司注册, 注册人为本案被投诉人, 目前该域名处于正常状态。

2010年2月22日, 中心北京秘书处向被投诉人传送投诉书传递封面, 并转去投诉人的投诉书。

2010年3月2日, 中心北京秘书处以电子邮件/邮政快递向被投诉人传送程序开始通知, 同时转递已经审查合格的投诉书及其附件材

料，要求被投诉人按照规定的期限提交答辩。同日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉书确认及送达通知，确认投诉书已于同日常审查合格并送达被投诉人，本案程序于 2010 年 3 月 2 日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件向 ICANN 及争议域名注册机构北京万网志成科技有限公司（HICHINA ZHICHENG TECHNOLOGY LTD）传送程序开始通知。

截止至答辩期限届满日 2010 年 3 月 22 日，中心北京秘书处未收到被投诉人的答辩书。

2010 年 3 月 23 日，中心北京秘书处向投诉人及被投诉人传送缺席审理通知。

同日，中心北京秘书处向拟定专家唐广良传送列为候选专家通知，征求其关于是否同意作为独任专家解决本案争议的意见。候选专家唐广良于 2010 年 3 月 24 日回复中心北京秘书处，表示同意接受指定，并保证独立、公正地审理案件。

2010 年 3 月 26 日，中心北京秘书处向投诉人、被投诉人及上述候选专家传送专家指定通知，确定指定唐广良为本案专家，成立独任专家组，并将案件移交专家组。根据《规则》第 6 条（f）和第 15 条（b）之规定，专家组应于 2010 年 4 月 9 日之前（含 4 月 9 日）作出裁决，并将裁决提交中心北京秘书处。

2、基本事实

投诉人：

本案投诉人是 ESSILOR INTERNATIONAL（依视路国际有限公司，亦音译为“依视路国际总公司”），注册地址是 147 Rue De Paris 94220 Charenton Le Pont（法国沙朗特勒蓬市 94220 巴黎路 147 号）。在本案中，投诉人委托的代理人是北京万慧达知识产权代理有限公司的向俊霖。

被投诉人:

本案被投诉人是 Shengyun Xia (夏胜云), 其在域名注册信息中预留的通信地址是: NANJINGZHUJIANGLU699HAO (中国江苏南京市珠江路 699 号东鼎大厦 5 层 5101)。被投诉人未提交答辩, 亦未委托代理人参与本案程序。

3、当事人主张

投诉人主张:

创始于 1849 年的法国依视路集团, 是目前全球第一大视光产品企业, 以生产和销售高品质的眼用光学树脂镜片为主。在全球建有 15 座镜片生产工厂, 超过 244 个厂房, 拥有超过 1500 项专利, 有 4 家研发中心和 550 名研发人员, 拥有员工超过 29000 名, 产值超过 40 亿美元。

依视路的前身是法国光学市场的两大巨头 ESSEL 和 SILOR, 均为法国历史悠久、实力雄厚的视光产品制造商和销售商。SILOR 在 1959 年发明了奥玛 Orma1000 树脂镜片, ESSEL 在同年发明了万里路®Varilux®渐进片。经历了多年的竞争后, ESSEL 和 SILOR 选择进行优势互补性的整合, 以更好地主宰国际市场。两大公司于 1972 年 1 月 1 日合并, 新公司定名为依视路 (ESSILOR), 是当时世界上第三大光学公司。新成立的依视路 (ESSILOR) 沿袭了前人的宝贵传统, 那就是永远走在时代的前沿, 并且一直扮演着先驱者的角色。

依视路在全球的视光产品业务一直保持着高速增长。经过数十年的发展, 今天的依视路已经主导了世界视光产品市场, 在全球拥有 25% 的市场份额。世界上每卖出两片渐进片, 其中就有一片是依视路的镜片。在塑料镜片上, 依视路占全球 1/3 的比例。其生产加工工厂遍布全球, 在美国、爱尔兰、菲律宾、墨西哥、巴西、泰国、中国、印度等地均设有镜片生产厂。同时, 通过兼并、合并、自建等方式, 依视路在全球建立起了一张密集的分销网络, 覆盖欧洲、美洲和亚洲的日本、新加坡、马来西亚、台湾、印度尼西亚、越南、缅甸等国家

和地区。作为全球最大的视光产品企业，依视路将沿着高科技和战略联盟的路线，不断向未来迈进，为全世界消费者提供高品质的产品与服务。

上海依视路光学有限公司成立于 1995 年，是依视路在华的独资企业，总投资高达 5,300 万美元。位于上海市松江工业园区的工厂占地 35,000 平方米，引进了当今最先进的镜片生产设备和技术，采用依视路国际标准的生产工艺和管理，并在 2000 年通过了德国著名认证机构（TUV）ISO9002 认证。该工厂目前已成为中国最大最先进的树脂镜片生产基地之一。

目前在中国，依视路的销售网络覆盖全国，在全国各大城市都可以买到依视路的产品，看到依视路的广告。同时，依视路还在上海、北京和广州三地专门开设厂房为客户提供快速、高质的后期定加工服务，使消费者能挑选展现不同个性和时尚的镜片，同时又能享受快捷的服务。在将当今世界最先进的视光产品带给中国消费者的同时，上海依视路更致力于推动中国镜片生产的标准化建设，从根本上改善中国镜片生产的标准化问题，与国际标准接轨，从而使中国消费者能享受到安全、清晰、美观、舒适的高质量树脂镜片。

（1）争议域名与投诉人享有在先注册商标权和商号权、具有极强显著性和较高知名度的“依视路”构成混淆性近似，满足《政策》第 4（a）（i）条规定之条件

具体理由如下：

①投诉人对“依视路”享有在先注册商标权/商号权

在中国，投诉人早在 1986 年 11 月 30 日就在第 9 类眼镜及相关视光商品上获准注册了第“270061”号繁体“依視路”商标，并于 2006 年 8 月获准续展，专用权期限至 2016 年 11 月 29 日。1999 年 7 月 21 日，投诉人又在第 9 类商品（眼镜片[非植入式]；光学眼镜片；塑料镜头；分色镜；太阳镜片；有色镜片；感光镜片；镀膜眼镜片；半成品镜片；眼镜盒等）上注册了第 1296140 号简体“依视路”商

标，并于 2009 年 8 月获准续展，专用权期限至 2019 年 7 月 20 日。

1972 年，ESSEL 和 SILOR 合并时，新公司即定名为“ESSILOR”。为适应华语地区业务开拓的需求，根据“ESSILOR”的发音，ESSILOR（法国）构思创造了与“ESSILOR”对应的中文“依视路”作为其中文商标和中文商号，并于 1995 年在中国成立了独资子公司上海依视路光学有限公司。2006 年 3 月 10 日，投诉人出具声明，称其在中国进行商标注册的过程中，因公司名称的法文中译文在商标证书等文件中出现了几种不同的译法，其确认其公司名称的中文翻译是“依视路国际有限公司”。

② 投诉人的“依视路”商标具有极强的显著性和较高的知名度

“依视路”不是汉语中的现有词汇，没有任何固定含义，是由投诉人根据“ESSILOR”的发音而创造，具有极强的显著性。它不仅与“ESSILOR”在读音上相呼应（“E”---“依”，“SSI”---“视”，“LOR”---“路”），又通过所包含的“视”字巧妙地反映了依视路的视光业务，并且长短适中，琅琅上口，便于消费者识别记忆，是一个非常成功的独创性商标。

同时，投诉人的“依视路”品牌通过长期的经营和广泛的宣传已经在眼镜片设计的科技含量、品质、市场推广、消费者认知度等方面在包括中国在内的全球范围内拥有极高的知名度和品牌声誉。2009 年 4 月，国家工商行政管理总局商标评审委员会在商评字〔2009〕第 18134 号异议复审裁定书中认定，“申请人提交的证据证明，截至本案被异议商标申请注册之时（2000 年 4 月 12 日），经过申请人及其上海依视路光学有限公司多年的使用和广泛的宣传，申请人的‘依视路’商标已为相关公众所熟知，申请人、上海依视路光学有限公司及其‘依视路’系列产品也由此分别在公司信誉、经营规模、销售额等方面获得较高荣誉。依据《商标法》第十四条规定，我委认定申请人在第 9 类眼镜片等商品上在先注册的第 1296140 号‘依视路’商标为驰名商标。”

③ “yishilu”与“依视路”构成混淆性近似

争议域名“yishilu.com”的主体识别部分“yishilu”与投诉人享有在先注册商标权和商号权、具有极强显著性和较高知名度的“依视路”的拼音完全相同，与“ESSILOR”的发音极其近似。在百度和Google搜索引擎中输入“yishilu”，输入框下方自动显示的搜索对象几乎全是“依视路”相关关键词，点击进入搜索结果页面，显示出来的也大多是“依视路”相关网页，其中“依视路技术首页”链接的即是争议域名对应的<http://www.yishilu.com>网站。被投诉人不仅在其争议域名对应的<http://www.yishilu.com>网站左上方突出使用了“ESL+眼睛图形+依视路”标识，而且将“依视路”作为商标或产品名称在其网站上宣传的视力验光仪器设备产品上使用。此外，在网站上对其企业（南京依视路网络技术有限公司）和产品的介绍中频频使用“依视路公司”、“依视路技术平台”、“依视路技术公司”、“依视路”、“依视路独特新科技新技术”、“研发依视路产品，提供依视路服务”等词汇或语句。显然，被投诉人的“yishilu.com”域名的主体识别部分“yishilu”拼音是直接由“依视路”汉字转化而来。

在中国，投诉人的上海依视路光学有限公司对应的英文名称有“Shanghai Yishilu Optical Co., Ltd.”和“Shanghai ESSILOR Optical Co., Ltd.”两种，而“Shanghai Yishilu Optical Co., Ltd.”更符合汉语环境下的表达习惯，也最容易被公众接受和识别。因此，“Yishilu”在实践中有时也作为上海依视路光学有限公司的英译商号为消费者认知。

综上所述，尽管汉语拼音“yishilu”除对应“依视路”汉字之外，尚存在其他可能性，但在“依视路”词汇和标志频频出现于争议域名对应的网站及其宣传的产品上的情况下，“依视路”是“yishilu”拼音的第一汉字表达。在网络环境下，无论是从视觉上辨别还是从听觉上辨认，都首先会自然地由“yishilu”联想到知名度极高的“依视路”，很容易产生“yishilu”与“依视路”的混淆或误解。关于汉语词汇与该词汇的汉语拼音之间的近似，已在许多域名仲裁中被专家组认可。而于本案，被投诉人以争议域名对应的<http://www.yishilu.com>网站为主要平台，经营的产品和服务主要是验光（配镜）仪器设备、眼睛管

理或在线试戴系统、眼睛眼镜科普等（被投诉人在该网站宣称“全心全意为眼镜行业”），与投诉人从事的视光业务相类同或密切相关。充分考虑“依视路”的显著性和知名度，被投诉人注册和使用的“yishilu.com”域名的主体识别部分“yishilu”拼音足以与投诉人享有在先商标和商号权的“依视路”构成混淆性近似。

（2）投诉人对争议域名并不享有合法权益，满足《政策》第 4（a）（ii）条规定之条件

①被投诉人不享有在先商标权

被投诉人对“依视路”、“yishilu”不享有注册商标权。此外，被投诉人也从未注册有任何其他对应拼音为“yishilu”的中文文字商标或与“yishilu”拼音存有关联性的商标。

②尽管被投诉人经营的企业的字号亦为“依视路”，但其注册和使用构成不正当竞争，被投诉人对“依视路”并不享有合法的企业名称权

在争议域名注册的同日（2007 年 2 月 9 日），被投诉人成立了南京依视路网络技术有限公司。

《反不正当竞争法》第五条规定，“经营者不得采用下列不正当手段从事市场交易，损害竞争对手：（三）擅自使用他人的企业名称或者姓名，引人误认为是他人的商品”。2006 年 12 月 30 日最高人民法院《关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》（法释〔2007〕2 号）第六条规定：企业登记主管机关依法登记注册的企业名称，以及在中国境内进行商业使用的外国（地区）企业名称，应当认定为反不正当竞争法第五条第（三）项规定的“企业名称”。具有一定的市场知名度、为相关公众所知悉的企业名称中的字号，可以认定为反不正当竞争法第五条第（三）项规定的“企业名称”。2007 年国家工商总局在参照这个司法解释的基础上，在《关于开展打击“傍名牌”不正当竞争行为专项执法行动的通知》（工商公字〔2007〕172 号）中明确了几种“傍名牌”不正当竞争行为的具体情形，其中包括：

对企业名称（包括在中国境内进行商业使用的外国或者地区企业名称）中使用他人具有一定的市场知名度、为相关公众所知悉的企业名称中的字号，引人误认为是他人的商品的，可以依照《反不正当竞争法》第五条第（三）项的规定认定处理。2009年4月23日最高法院《关于当前经济形势下知识产权审判服务大局若干问题的意见》（法发〔2009〕23号）明确指出，企业名称因突出使用而侵犯在先注册商标专用权的，依法按照商标侵权行为处理；企业名称未突出使用但其使用足以产生市场混淆、违反公平竞争的，依法按照不正当竞争处理。因企业名称不正当使用他人具有较高知名度的注册商标，不论是否突出使用均难以避免产生市场混淆的，应当根据当事人的请求判决停止使用或者变更该企业名称。

被投诉人的南京依视路网络技术有限公司成立时间晚于投诉人的“依视路”商标达驰名标准之时近七年。同时，在被投诉人注册南京依视路网络技术有限公司之前，“依视路”已是投诉人及其上海依视路光学有限公司的商号。南京依视路网络技术有限公司的企业字号“依视路”与投诉人的具有极强显著性和较高知名度的在先商标和商号“依视路”相同，其经营从事的视力验光配镜产品与服务与投诉人的产品和业务类同或密切相关。被投诉人注册和使用以“依视路”为字号的企业名称，属于恶意利用投诉人的“依视路”品牌的知名度以牟取不正当商业利益，损害了投诉人对其“依视路”商标和商号享有的在先合法权益；同时，该行为也会给社会公众造成一定的混淆或误解，很容易使相关公众误认为被投诉人的“南京依视路网络技术有限公司”及其依视路产品与投诉人、上海依视路光学有限公司及其依视路产品有着某些关联关系，足以构成不正当竞争。因此，被投诉人对“依视路”的企业名称权利并不合法。

③被投诉人正商业性地使用争议域名，存有为获取商业利益而误导消费者之意图

被投诉人使用“yishilu.com”域名，是以其对应网站为平台宣传其生产的视力验光配镜产品与提供的服务进而获取商业利益，该网站

还提供“在线订单”服务，是一种纯商业性使用。争议域名对应的网站名称为“依视路技术”，被投诉人在该网站突出使用了“ESL+眼睛图形+依视路”标识，而且将“依视路”作为商标或产品名称在其网站上宣传的视力验光仪器设备产品上使用。被投诉人还在其企业和产品介绍中频频使用“依视路公司”、“依视路技术平台”、“依视路技术公司”、“依视路”、“依视路独特新科技新技术”、“研发依视路产品，提供依视路服务”等词汇或语句。被投诉人的“依视路”验光产品和技术、眼睛管理或在线试戴系统等都与投诉人的业务类同或密切相关，被投诉人为获取商业利益而商业性使用“yishilu.com”域名误导消费者之意图十分明显，完全与《政策》第4(c)(iii)条规定之情形相反。

(3) 被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意，满足《政策》第4(a)(iii)条规定之条件

被投诉人注册和使用“yishilu.com”域名，存在《政策》第4(b)(iv)条规定之情形：“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联机地址者”，因而满足《政策》第4(a)(iii)条规定之条件。

首先，截至2000年4月12日，经过投诉人及其上海依视路光学有限公司多年的使用和广泛的宣传，投诉人的“依视路”商标已为相关公众所熟知，投诉人、上海依视路光学有限公司及其“依视路”系列产品也由此分别在公司信誉、经营规模、销售额等方面获得较高荣誉。即早在2000年，“依视路”商标就已经达到驰名标准，其驰名身份已经作为客观事实存在。被投诉人欲从事验光配镜等相关产品和服务的经营，不可能对投诉人的“依视路”商标或商号不知晓。其注册以“依视路”为字号的企业的同时注册以“依视路”的拼音“yishilu”为主体识别部分的争议域名，显然是恶意搭乘投诉人的“依视路”名牌便车以谋取商业利益。

其次，争议域名对应的网站上宣传的产品和服务为验光（配镜）仪器设备、眼睛管理或在线试戴系统、眼睛眼镜科普等，其受众和消费者主要包括眼镜产品终端消费者、大中小型眼镜店或眼科视力服务机构等等，这些产品和服务都是由被投诉人的南京依视路网络技术有限公司生产或提供。被投诉人在争议域名对应的网站上突出使用了“ESL+眼睛图形+依视路”标识，而且将“依视路”作为商标或产品名称在其网站上宣传的视力验光仪器设备产品（包括产品附属的遥控器、使用说明书等）上使用；在网站上对其企业和产品的介绍中频频使用“依视路公司”、“依视路技术平台”、“依视路技术公司”、“依视路”、“依视路独特新科技新技术”、“研发依视路产品，提供依视路服务”等词汇或语句。尚未访问过争议域名对应的网站的受众和消费者很容易把“yishilu”与投诉人的知名品牌“依视路”相联系进而进入该网站；而该网站的访问者通过其网站上宣传的“依视路”产品、技术和服务等信息，很可能进一步确信争议域名网站上所出售的“依视路”商品或提供的“依视路”服务与投诉人及其上海依视路光学有限公司之间在验光（配镜）仪器设备产品或眼睛（眼镜）服务的来源者、技术提供或支持者、赞助者、附属者或监制、保证者等方面存在某些关联关系。被投诉人恰恰是以使用争议域名的手段，为商业利益之目的，通过制造其出售的商品或提供的服务与投诉人的“依视路”商标和商号之间的上述混淆，故意引诱网络用户访问其网站，完全是出于恶意。

本投诉因此符合《政策》规定的全部三个条件。

根据《政策》的规定，并基于上述事实 and 理由，投诉人请求本案专家组裁决将争议域名“yishilu.com”注销。

被投诉人：

在规定的期限内，被投诉人没有提交答辩书。

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《政策》

的约束。《政策》适用于本项争议解决程序。

《政策》第4条规定了强制性域名争议解决程序。根据第4条a的规定，投诉人必须证明以下三个条件均已满足，其投诉主张方能获得专家组的支持：

(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。

根据以上规定，专家组就本投诉发表如下意见：

(1) 关于完全相同或混淆性相似

投诉人称，其在中国就汉语“依视路”享有商标权与企业名称权，而且因该商标知名度较高，已被中国国家工商行政管理总局商标评审委员会认定为驰名商标。另外，其全资子公司上海依视路光学有限公司对应的英文名称有两个，其中一个就是“Shanghai Yishilu Optical Co., Ltd.”，包含了“Yishilu”。

争议域名“yishilu.com”的主体识别部分“yishilu”与投诉人享有在先注册商标权和商号权、具有极强显著性和较高知名度的“依视路”的拼音完全相同，与“ESSILOR”的发音极其近似。在百度和Google搜索引擎中输入“yishilu”，输入框下方自动显示的搜索对象几乎全是“依视路”相关关键词，点击进入搜索结果页面，显示出来的也大多是“依视路”相关网页，其中“依视路技术首页”链接的即是争议域名对应的<http://www.yishilu.com>网站。被投诉人不仅在其争议域名对应的<http://www.yishilu.com>网站左上方突出使用了“ESL+眼睛图形+依视路”标识，而且将“依视路”作为商标或产品名称在其网站上宣传的视力验光仪器设备产品上使用。此外，在网站上对其企业（南京依视路网络技术有限公司）和产品的介绍中频频使用“依视路公司”、“依视路技术平台”、“依视路技术公司”、“依视路”、“依视路独特新科技新技术”、“研发依视路产品，提供依视路服务”等词

汇或语句。基于以上情况，投诉人断定，争议域名“yishilu.com”可识别部分“yishilu”拼音是直接由“依视路”汉字转化而来。

在投诉人看来，尽管汉语拼音“yishilu”除对应“依视路”汉字之外，尚存在其他可能性，但在“依视路”词汇和标志频频出现于争议域名对应的网站及其宣传的产品上的情况下，“依视路”是“yishilu”拼音的第一汉字表达。在网络环境下，无论是从视觉上辨别还是从听觉上辨认，都首先会自然地由“yishilu”联想到知名度极高的“依视路”，很容易产生“yishilu”与“依视路”的混淆或误解。关于汉语词汇与该词汇的汉语拼音之间的近似，已在许多域名仲裁中被专家组认可。而于本案，被投诉人以争议域名对应的<http://www.yishilu.com>网站为主要平台，经营的产品和服务主要是验光（配镜）仪器设备、眼睛管理或在线试戴系统、眼睛眼镜科普等（被投诉人在该网站宣称“全心全意为眼镜行业”），与投诉人从事的视光业务相类同或密切相关。充分考虑“依视路”的显著性和知名度，被投诉人注册和使用的“yishilu.com”域名的可识别部分“yishilu”拼音足以与投诉人享有在先商标和商号权的“依视路”构成混淆性近似。

被投诉人未答辩。

专家组注意到，被投诉人注册的域名为“yishilu.com”，注册时间为2007年2月9日。投诉人的主张及其提交的证据表明，早在1999年7月21日，投诉人已经就汉字标识“依视路”在中国大陆获得注册商标专用权，且经过续展，目前尚在有效期内。此外，通过投诉人长期的经营和广泛宣传，“依视路”品牌在中国大陆获得了较高的知名度和商誉。专家组就此认定，投诉人就汉字标识“依视路”享有在先的注册商标权，且该标识在中国有较高的知名度和商誉。

争议域名的可识别部分为“yishilu”。至少对于中国的网络用户而言，该标识就是汉语拼音。虽然该拼音与投诉人享有商标权的汉字标识“依视路”之间并不存在唯一的对应关系，但由于在日常用语中也找不到与此拼音对应的固定搭配，凡知道“依视路”品牌的网络用户很容易就会将二者联系在一起。

另外，投诉人提供的证据表明，通过网络搜索引擎进行关键字搜索，输入争议域名的可识别部分，搜索结果中大部分均系与投诉人的商标相关联的网页。这也证明，争议域名的可识别部分与投诉人享有商标权的标志之间具有足以导致混淆的相似性。

专家组因此认定，投诉人的投诉满足了《政策》第 4 条 a 规定的第一个条件。

(2) 关于被投诉人权利或合法权益

就投诉人所知，被投诉人于注册争议域名的同日登记成立了“南京依视路网络技术有限公司”。除此之外，被投诉人对“依视路”、“yishilu”不享有注册商标权；也从未注册有任何其他对应拼音为“yishilu”的中文文字商标或与“yishilu”拼音存有关联性的商标。

关于其登记成立“南京依视路网络技术有限公司”一事，投诉人援引最高人民法院的相关司法解释，以及《中华人民共和国反不正当竞争法》的相关条款，主张该行为本身即构成了不正当竞争。

被投诉未答辩。

由于近些年来，以登记企业名称的方式搭他人便车，不正当地利用他人商誉的情况相当普遍，且已经对正常的市场竞争秩序造成了严重的不良影响，社会各界已经达成了—个基本的共识，即单纯的企业名称登记并不能产生足以受法律保护的商业标识。

就本案的情形而言，专家组注意到，在注册争议域名之前，被投诉人并未就“依视路”或与其对应的汉语拼音获得应受法律保护的权利，也没有其他能够支持其正当地使用相应标识的事由。因此，专家组认定，被投诉人对争议域名的可识别部分不享有权利或合法权益；投诉人的投诉满足了《政策》第 4 条 a 规定的第二个条件。

(3) 关于恶意

根据《政策》第 4 条 b，针对第 4 条 a 之(iii)规定的恶意注册和使用域名的证据包括但不限于如下情形：

(i) 该情形表明，被投诉人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) 被投诉人注册行为本身即表明，其注册该域名的目的是为了阻止该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) 被投诉人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，被投诉人通过制造其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被投诉人网站或其他联机地址者。

投诉人认为，被投诉人注册和使用“yishilu.com”域名，存在《政策》第 4 (b) (iv) 条规定之情形，即：“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联机地址者”。具体理由有二：一是投诉人的商标“依视路”早在 2000 年即已达到驰名的程度，作为同行业的经营者，被投诉人是在明知投诉人商标及其知名度的情况下注册争议域名与企业名称的，即自始就存在搭投诉人商誉的便车、与投诉人的商标相混淆的恶意。二是被投诉人通过争议域名标识的网站经营竞争性产品的同时，还直接使用了投诉人的多个商业标识，并借助一系列误导性的描述暗示其经营的产品与投诉人之间的联系。

被投诉人未答辩。

根据投诉人的投诉及其提供的证据，专家组认为，在明知投诉人的商标及其知名度和影响，自身对争议域名的可识别部分又不享有任何权利或可保护利益的情况下，被投诉人注册了争议域名，并在该域

名标识的网站上经营与投诉人的产品构成竞争关系的产品。更重要的是，被投诉人还反复使用误导性的描述语言，暗示其所经营的产品或技术与投诉人之间的联系。这些都已经不属于正常或正当使用相关标识的做法。

在被投诉人不能给出合理解释的情况下，专家组认定，被投诉人注册及使用争议域名的行为符合《政策》第 4 条 b(iv)规定的恶意情形。

综上，专家组认定，投诉人的投诉满足了《政策》第 4 条 a 规定的第三个条件，即被投诉人注册及使用争议域名的行为具有恶意。

5、裁决

综上所述，专家组认为，本案投诉符合《政策》第 4 条 a 规定的三个条件，即“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”、“被投诉人对该域名并不享有权利或合法利益”以及“被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意”。

因此，根据《政策》和《规则》的相关规定，专家组裁决，支持投诉人的主张，将争议域名“yishilu.com”注销。

独任专家：

二〇一〇年四月九日