



ASIAN DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION CENTRE

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

香港秘书处

行政专家组裁决

案件编号：HK-1100379

投 诉 人： Jean Cassegrain S. A. S.
被 投 诉 人： Longchampsales
争 议 域 名： longchampsales.com
注 册 商： Bizcn. com, Inc.

1、案件程序

2011年7月13日，亚洲域名争议解决中心香港秘书处（“中心香港秘书处”）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，要求指定一位专家组成行政专家组，审理本案争议。

2011年7月13日，中心香港秘书处请争议域名注册商确认注册信息；并于同日收到注册商对争议域名注册信息的确认。

2011年7月14日，中心香港秘书处向被投诉人发出程序开始通知；向被投诉人转递投诉文件、告答辩期限；并抄送投诉人、注册商和 ICANN。

鉴于中心秘书处许多次向被投诉人发送信息显示“Undelivered Mail Returned to Sender”，中心秘书处于2010年8月4日向投诉人发出《缺席审理通知》，并抄送被投诉人。

中心香港秘书处按照规定程序与候选专家联系，并在得到后者确认及独立公正声明后，于2011年8月5日正式指定迟少杰为独任专家，组成专家组审理本案争议；并通知当事人专家组已组成。

2011年8月5日，中心香港秘书处将投诉人提交的投诉材料及程序文件转送专家组；并要求专家组在规定期限内提交裁决。

专家组审核程序进行情况，认为其组成前后进行的各项程序，均符合《政策》和《规则》的规定，并根据《规则》第11条第(a)款规定，以及争议域名注册协议使用语言，决定中文作为本案程序语言。

2、基本事实

本案投诉人为 Jean Cassegrain S. A. S.；住所地为 12, Rue Saint - Florentin 75001 Paris, France（投诉人）。投诉人代理人为香港礼德齐伯礼律师行，住所地为香港中环遮打道 18 号历山大厦 20 楼。

被投诉人为 Longchampsales，住所地为 Goutou Pitian Fujian 350000 CN（被投诉人）。

争议域名为 longchampsales.com（争议域名）

争议域名的注册商为 Bizcn.com, Inc.，住所地为中国厦门软件园（二期）望海路 61 号 361008（注册商）。

3、当事人主张

投诉人主张：

(i) 投诉人历史可追溯至 1948 年。当时由 Jean Cassegrain 先生在法国成立；后于 1958 年 12 月 2 日依据法国规律注册成立公司；在全球自营、联营或通过分销商代理经营广泛系列时尚设计、制造、分销及销售业务，产品包括手提包、服装、鞋、帽、男女旅行包及皮夹等等。上世纪六十至七十年代，投诉人不断推出新产品；尤其是提包、旅行包及行李箱产品；其中“LONGCHAMP”及“LONGCHAMP 及图”最为著名。

(ii) 此后，投诉人不断生产新产品；所有产品都使用上述商标。到 2011 年 1 月，投诉人在全球近百个国家拥有 130 家商店，销售使用上述商标的各类商品；并在主要国家的著名时尚杂志上广泛宣传使用“LONGCHAMP”和“LONGCHAMP 及图”商标的商品。到 2010 年全球销售总额约 3.21 亿欧元；仅在中国就达 1353 万元人民币。

(iii) 投诉人是享有盛名的 Comite Colbert 的成员。许多大牌高档奢侈品公司，均为该组织成员。这表明“LONGCHAMP”和“LONGCHAMP 及图”是世界公认的著名品牌。

(iv) 投诉人在全球（包括中国）注册“LONGCHAMP”和“LONGCHAMP 及图”商标。争议域名与投诉人注册商标近似，且足以导致混淆。其中的“sales”完全是描述性的词汇。投诉人从未授权被投诉人以任何形式使用投诉人的注册商标，也未授权其以该等商标注册域名。被投诉人对争议域名或其主要部分“LONGCHAMP”不享有任何权利或合法利益。争议域名链接网站大量使用“LONGCHAMP”商标；其中手提包产品尤其显著，企图让人误解被投诉人是投诉人认可的零售店；误导消费者的意图十分明显。再者，该网站销售的使用投诉人商标的产品价格，明显低于投诉人官方价格，不可能是投诉人的正版产品。

(v) 争议域名在不真实情况下注册。

鉴于上述，投诉人认为已满足《政策》有关请求转移争议域名的三个基本条件，并据此请求专家组裁决被投诉人将争议域名转移给投诉人。

被投诉人抗辩：

被投诉人经符合程序的送达后，未对投诉人投诉提出任何形式的抗辩。

4、专家意见

阐述意见前首先需要指出的是，专家组审理认定域名争议的基础，是争议双方就争议焦点充分阐述各自观点，并提交相应证据，以使专家组从不同角度审视、判断、认定相关争议事实；并居于双方截然对立的中间立场，就双方相互对立的主张或抗辩，充分阐述意见。本案被投诉人经符合程序的送达后，没有针对投诉人提出的事实及法律主张，发表任何不同意见；从而使专家组失去更加清楚认定事实的必要基础。为此，专家组只能基于审理域名争议的专业经验及判断能力，对投诉人提出的事实及法律主张做出判断。如此条件下，即使专家组认定的法律事实与客观事实有任何差异，也应由被投诉人对此承担不利后果。因为，针对投诉人主张提出抗辩，不仅是被投诉人享有的程序权利，也是其应当履行的程序义务。退一步讲，投诉人要求专家组裁决将争议域名转移给投诉人，并提出足够的理由和证据，但被投诉人没有对投诉人请求表示不同意见；那么除非专家组

有充足理由和依据，对投诉人主张及证据做出不利于投诉人的判断，则无理由不支持投诉人所提转移争议域名的请求。

根据被投诉人与注册商之间的注册协议，被投诉人在申请注册域名时，同意受《政策》规定的约束。因此，《政策》项下相应规定，应作为判定本案实体争议的标准。《政策》第 4 条规定了“强制性域名争议解决程序”，以及“判定实体争议的标准”。根据《政策》第 4 条第 a 款规定，投诉人投诉获得专家组认可的必要条件是，证明以下三个条件均已得到满足：

- (i) 被投诉人注册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) 被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益；且
- (iii) 被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

投诉人就投诉是否具备《政策》规定的三个条件，发表详细意见，并提交相应证据支持其主张。专家组认真分析投诉人主张及证据，认为在无相反证据情况下，没有理由不依据申请人提交的证据，认定其主张的相关事实。简单道理是，既然被投诉人放弃抗辩权，那么专家组有什么可以站得住的事实及法律依据，从被投诉人角度去反驳投诉人主张呢？专家组基于对投诉人主张及证据的分析，阐述如下观点。

关于完全相同或混淆性相似

依据《政策》第 4 条第 a 款第 (i) 项规定，投诉人首先需要证明的是，被投诉人注册的争议域名，与投诉人享有权利的商品商标或服务商标相同，或者具有足以造成他人混淆的近似性。根据对该条规定的理解，投诉人只要证明前述“相同”或“混淆性近似”二者之一，即满足《政策》规定的该项条件。

本案争议域名为“longchampsales.com”；其主要识别部分应当是“longchampsales”。投诉人主张的注册商标为众多在包括中国在内的世界许多国家和地区注册的“LONGCHAMP”和“LONGCHAMP 及图”商标。投诉人在中国注册的前述商标，最早可追溯至 1983 年。仅从争议域名主要识别部分“longchampsales”，与投诉人注册商标“LONGCHAMP”直观角度看，二者不相同；前者比后者多出一个“sales”。因此，专家组需要判断的是，二者之间的差异，是否足以导致网络使用者或普通消费者混淆。

尽管争议域名主要识别部分中的英文字母无间隔地排列在一起，但在熟悉投诉人品牌的网络使用者看来，其是由“longchamp”和“sales”两个部分组成。显而易见，其中的“longchamp”与投诉人注册商标“LONGCHAMP”完全相同（英文大小写不是导致差异的因素）。而“sales”的含义是明确的，且一般懂英文的中国人，都会将其与中文“销售”联系在一起。即使是不懂英文的中国消费者（不知道“sales”的意思），只要他们熟悉“LONGCHAMP”品牌，也会将争议域名与投诉人的商品加以联想。如果从熟悉英文的使用者角度分析，“sales”是有明确意思的单词。因此，对一般网络使用者而言，将争议域名主要识别部分“longchampsales”，理解为与“LONGCHAMP”相关的“销售”（或“销售”“LONGCHAMP”品牌产品），符合一般消费者的思维方式。尤其是，投诉人证据显示，使用争议域名的网站载有大量使用投诉人商标的商品。就是说，即使网络使用者见到争议域名时不能联想到投诉人，在登录使用争议域名的网站后，也会将其与投诉人联系起来，从而产生混淆。

需要强调的是，根据对《政策》第4条第a款第(i)项的理解，就“混淆性近似”而言，专家组只需认定其“可能性”即可；而非要求投诉人必须证明“已经发生混淆”的事实。对于如此“可能性”的判断，当然是专家组基于客观事实（如对争议域名与投诉人商标比较）产生的主观认识。专家组就本案“混淆性近似”产生主观认识的基本逻辑思维是，“LONGCHAMP”作为投诉人创始人的姓氏，具有不同于一般英文或汉语词组的显著性（可区分性）。更重要的是，经过投诉人广泛使用，“LONGCHAMP”标识已得到消费者广泛认可。消费者已不再将“LONGCHAMP”与某种姓氏联系在一起；而是将其与投诉人及其特有的品牌商品，视为不可分割的一体。如此显著性已成为投诉人独享利益的元素。如此状态下，被投诉人注册争议域名显然不是出自“偶然”，而是具有明显的“主观动机”；即企图利用投诉人知名度获取不当利益。既然是“企图利用投诉人知名度”，那么如果争议域名具有“不足以导致混淆”的效果，（例如“longmarchsales”），则被投诉人“企图利用投诉人知名度”的“主观动机”，与其旨在达到的“客观效果”产生背离。反之，只要具有“企图利用投诉人知名度”的“主观动机”，争议域名就不可能明显区别于投诉人商标，以至被投诉人不能实现与“主观动机”一致的“客观效果”。如此简单逻辑分析，进一步证明专家组对争议域名主要识别部分，与投诉人享有权利的商标之间具有“足以导致混淆的近似性”，符合客观事实。

基于上述，专家组认定争议域名主要识别部“longchampsales”，与投诉人注册商标“LONGCHAMP”等，具有足以导致混淆的近似性；并进而认定，投诉人满足《政策》第4条第a款第(i)项规定条件。

关于被投诉人权利或合法权益

按照《政策》第4条第a款第(ii)项规定，专家组需要认定的第二个争议事实是，被投诉人是否对争议域名享有权利或合法权益。就举证责任的分担而言，专家组要认定如此事实，似应由投诉人承担举证责任，证明被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益。但投诉人一般很难就其认为实际不存在的事实举证。大概之所以如此，《政策》第4条第c款规定了被投诉人证明自己对于争议域名拥有权利或合法权益的情况。为此，专家组更为关注被投诉人就此争议点提出的抗辩。审理实践中，投诉人主张被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益同时，常常主张并证明自己对于争议域名享有权利或合法权益。这使专家组认定第二个争议事实，具有更加充足的事实依据。

就本案而言，既然被投诉人未就投诉人主张提出任何抗辩，更未主张自己对争议域名享有什么形式的权利或合法权益，那么专家组无论如何也不可能认定，被投诉人对争议域名享有任何权利或合法权益。反之，被投诉人主张对争议域名享有广泛的权利及合法权益，并提交大量证据予以证明。在缺乏被投诉人对投诉人主张提出抗辩情况下，专家组只能凭借自身对“LONGCHAMP”品牌的认识，以及对投诉人证据表面形式的分析，认定投诉人提出的事实主张。投诉人提交巨量有关在世界主要国家销售“LONGCHAMP”商品的使用各种文字的各类广告宣传，以及相关销售额的记录。投诉人还提交证据证明，为维护自身在网络世界的合法权益，以“longchamp”为主要识别部分，注册了若干域名（其中一些应当是“防御性”注册）。再者，从被投诉人注册时使用的“名称”及“地址”分析，其大概是一位居于中国境内、没有使用真实姓名的某当事人。如此而言，将其与“longchamp”做某种“权利”或“合法权益”的联想，似乎不可能。

经过对投诉人陈述及相应证据的详细分析，以及专家组自身对“LONGCHAMP”品牌的认识，专家组没有理由不认定投诉人主张的事实；并进而认定，投诉人满足《政策》第4条第a款第(ii)项规定的第二个条件。

关于恶意

根据《政策》第4条第a款规定，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。

投诉人主张，被投诉人注册和使用争议域名具有误导网络使用者混淆的明显恶意。专家组已就“混淆性近似”与“注册域名主观动机”之间的关系，阐述相关意见。如从“(注册)善意”角度考虑问题，当事人注册域名首先应当考虑的是，如何使网络使用者易于通过域名，在互联网上找到自己。为此，注册域名应体现注册人在“现实世界”中广为人知的显著要素。被投诉人注册的争议域名，显然不具备如此要素。反之，如果域名与其注册人之间，非但无任何体现于现实世界的联系，反而存在极易与他人“在现实世界存在的显著要素”产生混淆的元素，那么如此事实无论如何难以体现“注册域名是出于‘善意’而非‘恶意’”。

专家组注意到本案争议的一个具体情节，即被投诉人注册时使用的“(注册人)名称”为“longchampsales”。该名称与争议域名主要识别部分完全相同；但无任何证据显示，被投诉人与作为姓氏的“longchampsales”有任何可能的联系。就是说，被投诉人注册争议域名时，无论出于什么考虑，没有使用真实姓名注册。从被投诉人注册时登记的“地址”分析，该拉丁字母似为“汉语拼音”。如果是的话，被投诉人的注册地址应当是“中国福建”的某地。照此推论，被投诉人应当是居于中国福建的当事人。不使用真实姓名注册域名的做法，很难让人将此注册理解为“善意”行为。

如从“动机与效果一致性”角度分析，倘若被投诉人注册争议域名不具有“恶意”，那么对争议域名的使用，也不应具有“恶意”。反之，如果专家组可以认定被投诉人使用争议域名具有“恶意”，则进一步证明专家组对其注册“恶意”的认定，是正确的。

投诉人主张，使用争议域名的网站刊登许多使用投诉人注册商标的商品，且标明的销售价格远非投诉人产品的正常标准。投诉人有充足理由怀疑该等产品为仿冒的违法商品。《政策》第4条第b款规定：“恶意注册和使用域名的证据，针对第4(a)(iii)条，尤其是如下情形但不限于如下情形，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/网址或网站/网址上所出售的商品或提供的服务与投诉人之间在来源、赞助者、附属者或者保证者方面的混淆，故意引诱网络用户访问你方网站或其他联机地址者。”争议域名的使用状态，符合《政策》前述规定描述的情形；并进而使专家组认定被投诉人使用争议域名具有“恶意”的事实，具有足够的事实及《政策》依据。

综上，既然被投诉人注册争议域名时不使用真实姓名及可靠的联系方式，既然争议域名的使用方式符合《政策》第4条第b款规定的情形，那

么认定被投诉人注册和使用争议域名具有“恶意”，应当具有充足的事实及法律依据。专家组进而认定，投诉人满足请求转移争议域名的第三个条件。

基于以上所述全部理由，专家组认定，投诉人全部满足《政策》第 4 条第 a 款所规定三个条件；从而投诉人请求转移争议域名的全部实体条件均已成就。

5、裁决

专家组基于上述理由认定：

- (1)、争议域名 longchampsales.com 与投诉人的注册商标“LONGCHAMP”和“LONGCHAMP 及图”近似，并足以导致混淆；且，
- (2)、被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益；且，
- (3)、被投诉人注册和使用争议域名具有恶意。

据此，专家组依据《政策》第 4 条第 i 款和《规则》第 15 条规定，裁决被投诉人将其注册的域名 longchampsales.com 转移给投诉人。

独任专家：迟少杰



二〇一一年八月九日