



Asian Domain Name Dispute Resolution Centre

hong kong

(香港秘书处)

行政专家组裁决

案件编号:	HK-1500799
投诉人:	美国联合包裹服务公司 (United Parcel Service of America Inc.)
被投诉人:	Zhang yahong
争议域名:	<ups-express.com>

当事人及争议域名

1. 本案投诉人为美国联合包裹服务公司 (United Parcel Service of America, Inc.)，地址为美国乔治亚州亚特兰大东北部格兰湖公园路 55 号邮编 30328。本案投诉人授权北京市永新智财律师事务所冯譔及永新专利商标代理有限公司康毅，地址同为北京市金融大街 27 号投资广场 A 座 10 层(“投诉人代理人”)处理其投诉申请。
2. 被投诉人：Zhang yahong，地址为 No.2 Jingguiyuan, Mingzhou West Road, Cixi, China (慈溪市明州西路金桂苑 2 号店面)。
3. 争议域名<ups-express.com>，由被投诉人通过北京新网数码信息技术有限公司 (Xin Net Technology Corporation) (“域名注册商”)注册，地址为北京市经济技术开发区地盛西路 1 号数码庄园 B2 区 1 层。

案件程序

4. 2015 年 10 月 12 日，亚洲域名争议解决中心香港秘书处(“中心”)收到投诉人根据互联网名称与数码分配机构(“ICANN”)施行的《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《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，透过投诉人代理人以电子邮件方式提交的中文投诉书，要求指定一位专家，组成专家组审理本案。

5. 2015年10月12日，中心向域名注册商以电子邮件方式传送注册信息确认函，请求其确认<ups-express.com>注册信息。
6. 2015年10月12日，中心收到域名注册商以电子邮件方式发送关于本案争议域名<ups-express.com>的注册数据，包括确认/提供以下信息：(1) 本案争议域名<ups-express.com>是其提供注册服务；(2) 争议域名的注册人/持有人为被投诉人；(3) 《政策》适用于本案所涉争议域名投诉；(4) 争议域名注册协议使用的语言为中文；(5) 本案所涉争议域名的注册日及到期日分别为2014年5月29日及2016年5月29日；及(6) 本案的争议域名已被注册商设置禁止转移(clientTransferProhibited)、禁止更新(clientUpdateProhibited)及禁止删除(clientDeleteProhibited)；(7) 有关注册商Whois数据库中有关争议域名的注册信息。
7. 2015年10月12日，中心向投诉人发送电子邮件，表示将会对其提出的域名投诉，进行投诉格式审查，并要求投诉人缴纳本案案件费用。2015年10月23日，中心确认收到投诉人的案件费用，并向投诉人发出费用确认通知。
8. 2015年10月23日，中心以电子邮件方式发出投诉通知及经中心审查合格的投诉书以及所有附件副本，并通知被投诉人本案程序于2015年10月23日正式开始。并根据《规则》及《补充规则》的规定，要求被投诉人二十天内(即2015年11月12日或之前)提交答辩书及其附件。本案程序于2015年10月23日正式展开。
9. 2015年11月12日，唯被投诉人未按《规则》及《补充规则》20天内提交答辩书。
10. 2015年11月12日，中心向杨文声先生发出列为候选专家通知，请其确认是否接受指定出任本案专家组，在双方当事人之间能否独立公正地审理本案。2015年11月13日，杨先生回复中心，同意接受指定，保证能在双方当事人之间独立公正地审理。
11. 2015年11月16日，中心向双方当事人及杨文声先生以电邮方式传送专家确定通知，指定杨先生为本案独任专家，成立一人专家组审理本案。根据《规则》规定，如无特殊情况，专家组将于2015年11月30日或之前作出裁决。

事实背景

投诉人指出：

投诉人背景

12. 投诉人为一间于 1907 年在美国西雅图成立的公司。主要从事包裹、文件快递业务。
13. 在 1985 至 1988 年间，世界著名《财富》杂志调查显示投诉人连续 4 年被评选为美国最佳企业。
14. 投诉人并投入大量的金钱和资源，宣传及推广其 “UPS®”、“UPS EXPRESS®”（“UPS 系列品牌”）品牌服务。投诉人亦在世界及中国市场作广泛而持久的商业广告。
15. 投诉人亦有展开各种公共宣传活动，透过赞助体育活动来宣传及推广 UPS 系列品牌（包括曾长期赞助中国国家男子篮球队和中国篮球联赛、中国国家女子排球队及其教练以及彭帅、李小双、王军霞等中国著名运动员，曾赞助过欧洲职业高尔夫球协会及中国赛事），让 UPS 系列品牌商标在涉及上述赞助对象的比赛场地、运动物品、活动设施等处被大量展示，因而获得广泛的认知度。
16. 投诉人亦是以 2008 年北京奥运会的物流和速递赞助商。投诉人邀请了中国著名影视巨星张丰毅作为形象代理人制作了形象广告，并通过电视、报纸、杂志、汽车、地铁、户外及室内灯箱、建筑物、海报、网站等广告媒体进行了广泛宣传。通过赞助 2008 年北京奥运会，投诉人增强了 UPS 系列品牌商标在中国和世界的影响力。

投诉人 UPS 系列品牌的商标注册

17. 投诉人早于 1984（实为 1994）年起已在中国分别就多个商品和服务类别获得多个 UPS 系列品牌商标注册。

被投诉人指出：

18. 被投诉人未在规定期限内提交答辩书，没有任何陈述。

当事人主张

投诉人主张如下：

争议域名与投诉人之商标相同及/或混淆性地相似

19. 投诉人指出投诉人对 UPS 系列品牌享有注册商标专用权。投诉人指出在被投诉人注册争议域名之前，投诉人已在中国拥有下列的商标注册：-

投诉人已提供以下有关 UPS 系列品牌商标的注册证明书副本纪录

商标	注册号	类别	注册国家或地区	注册日期
UPS®	772345	第 39 类	中国	1994-11-21
UPS® ¹ (注 1：投诉人指出其在中国拥有“UPS®” (注册号：512770，注册类别：第 16 类，注册日期：1990 年 2 月 20 日) 的商标注册，唯此注册号与纪录不符，投诉人并未有提供相关的注册证明书。)	512770	第 16 类 (实为 39 类)	中国	1994-11-21
UPS® ² (注 2：此为商标图样 (a device mark))	3501511	第 39 类	中国	2004-12-28
UPS EXPRESS®	5074420	第 35 类	中国	2009-04-14
UPS EXPRESS®	5074421	第 39 类	中国	2009-05-14
UPS EXPRESS®	5074419	第 9 类	中国	2009-11-07
UPS®	9290693	第 39 类	中国	2012-04-14
UPS® ³ (注 3：此为商标图样 (a device mark))	9290723	第 39 类	中国	2012-04-14

20. 投诉人亦提供了投诉人在全球注册清单及部分在美国注册 UPS 系列品牌商标的注册证副本。
21. 投诉人指出投诉人早于 1992 年 4 月 7 日及 2001 年 8 月 1 日分别注册了域名 UPS.COM 和 UPSEXPRESSION.COM，并利用该域名建立网站。投诉人亦使用多种语言面向全球消费者宣传推广其 UPS 系列品牌服务。投诉人认为其对该上述域名拥有防止混淆的权利。
22. 投诉人指出争议域名 <UPS-EXPRESS.COM> 由顶级域名 “.COM” 和二级域名 “UPS-EXPRESS” 组成；争议域名的显著部份为 “UPS-EXPRESS”，是由 “UPS”，分隔符 “-” 和 “EXPRESS” 构成；争议域名的显著部份其中 “UPS” 是投诉人在快递等服务上的全球著名商标，而 “EXPRESS” 是一个通用英文单词，其意思是 “快递”。投诉人指出，在著名的 “UPS®” 商标后附加分隔符 “-” 和通用词汇 “EXPRESS” 亦不足以将争议域名与投诉人的 “UPS®” 商标区分开。投诉人又援引 The Swatch Group (U.S.) Inc. v. 陈阳龙 (DCN-1100451)、Toyota France and Toyota Motor Corporation v. Computer-Brain (WIPO D2002-0002)、E. I. Du Pont de Nemours and Company (杜邦公司) v. 慈溪汇城聚四氟乙烯材料厂 (HK-1000310)、OMEGA SA (欧米茄有限公司) v. zhang hua (HK-1200430) 案例，以支持其主张，纵使争议域名显著部份比投诉人的 “UPS EXPRESS®” 多了一个分隔符 “-” 亦不能减少混淆的可能性。
23. 基于上述事由，投诉人认为争议域名与投诉人享有权利的商标构成混淆性近似（〔即政策第 4a(i) 条的规定〕）。

被投诉人就争议域名不享有任何权利或合法权益

24. 投诉人指出，UPS® 源自投诉人企业名称的首字母缩写，是投诉人的商号，也是投诉人的注册商标。而 “UPS EXPRESS®” 也是投诉人的注册商标；投诉人在中国及全球众多国家获得 UPS 系列品牌商标的注册，而争议域名则是在 2014 年 5 月 29 日才被注册。因此，投诉人认为争议域名的注册远远晚于投诉人 UPS 系列品牌商标在速递等服务上的最先使用日期及 “UPS®” 商标在中国最初注册的日期（1984 年）（实为 1994 年）。
25. 投诉人又指出，被投诉人不拥有任何 UPS 系列品牌商标的注册，而投诉人从未许可被投诉人使用 UPS 系列品牌商标或授权被投诉人注册任何带有 “UPS®” 的域名或其他商业性标志。因此，投诉人认为被投诉人对争议域名不享有任何权利。基于投诉人与被投诉人没有任何关联关系，而被投诉人也

不是一个获得投诉人授权的实体，所以投诉人认为被投诉人没有使用争议域名的合法权益。投诉人又援引 *Parfums Christian Dior v. QTR Corporation* (WIPO 2000-0023) 案例，以支持其对被投诉人因为没有被许可或授权使用 UPS 系列品牌商标而对争议域名不具备合法权益的主张。

26. 投诉人亦指出因为投诉人从未曾授权被投诉人以任何方式使用 UPS 品牌系列商标，除为了误导消费者并吸引那些检索有关投诉人和/或它的真实 UPS 品牌系列品牌服务信息的消费者访问被投诉人网站以外，被投诉人没有任何理由可以解释其为何使用“UPS”注册争议域名。因此，投诉人认为因被投诉人未能证明其在收到有关投诉人的权利及争议解决机构有关该域名的争议通知之前已善意使用或准备善意使用争议域名或与之相当的名称来销售商品或提供服务，因此，投诉人主张被投诉人不能符合政策第(4)(c)(i)条有关被投诉人对争议域名享有任何权利或合法权益的情况。
27. 投诉人指出被投诉人的名字为“Zhang yahong”，而投诉人与被投诉人没有任何关系，其没有授权被投诉人使用 UPS 系列品牌商标作为被投诉人的商号或商标。投诉人认为被投诉人从来没有藉 UPS 或 UPS EXPRESS 而普遍为人所知。因此，投诉人主张被投诉人不能符合政策第 4(c)(ii)条的情况。
28. 再者，投诉人认为被投诉人对争议域名的使用没有构成合法的非商业性使用或合理使用，亦并非不是出于故意误导消费者或玷污 UPS 系列品牌商标从而获取商业利益目的。因此，投诉人主张被投诉人不能符合政策第 4(c)(iii)条的情况。
29. 投诉人认为被投诉人并未有因其域名而普遍为人所知而其域名却包含了投诉人的商标，被投诉人对争议域名的注册就不是合理的使用。投诉人又认为，被投诉人无权使用 UPS 系列品牌商标，因此，投诉人认为被投诉人在其域名中使用 UPS 系列品牌商标亦不是合理的使用。更何况被投诉人使用争议域名建立网站推销与投诉人 UPS 系列品牌相同的服务。投诉人又援引 *Ameritrade Holdings Corporation and Ameritrade, Inc. v. Polanski* (FA0112000102715)、*Guccio Gucci S.p.A. v. Edardy Ou* (WIPO D2011-1028) 及 *Jeanne Lanvin Company v. Li piaosa* (WIPO D2013-0339) 的案例，以支持其认为被投诉人对争议域名的使用不能构成政策第(4)(c)(iii)条有关善意使用的主张。
30. 基于上述事由，投诉人因此主张其投诉已符合政策第 4a(ii)条的规定，即被投诉人对争议域名并不拥有任何权利或合法权益。

被投诉人恶意注册和使用争议域名

31. 投诉人指出争议域名的显著部份是“UPS-EXPRESS”，而“UPS”为投诉人的商号，UPS 系列品牌也是投诉人的著名注册商标。投诉人认为基于投诉人 UPS 系列品牌的优良质量以及投诉人长期以来的大力推广，投诉人的 UPS 系列品牌已成为全球知名品牌，并已经与投诉人排他性地联系起来。
32. 投诉人又指出，基于投诉人 UPS 系列品牌的巨大声誉，被投诉人在注册争议域名前就应该已知晓投诉人的 UPS 系列品牌商标。再者，被投诉人与投诉人亦是经营物流服务，被投诉人在争议域名网站使用“UPS®”商标以及争议网站中关于投诉人的介绍，以及被投诉人在争议域名网站虚假宣传其为“UPS®”品牌服务的“一级代理服务商”，投诉人认为这证明了被投诉人早已知晓投诉人的 UPS 品牌系列商标。投诉人认为被投诉人在明知投诉人 UPS 系列品牌商标巨大声誉的情况下仍然注册与投诉人 UPS 品牌系列商标混淆性近似的争议域名是被投诉人恶意注册和使用争议域名的证据。投诉人亦援引 Imperial Chemical Industries Plc v. Ye Weiping (ADNDRC 案件编号 HK-0700117) 案例，以支持其认为被投诉人对争议域名的注册和使用是具有恶意的主张。
33. 投诉人指出，被投诉人亦是经营包裹、物流服务，被投诉人的业务与投诉人的业务存在竞争关系。投诉人认为，被投诉人利用争议域名建立相关的中文网站 (WWW.UPS-EXPRESS.COM) 并在该网站使用投诉人的“UPS®”及 UPS 系列品牌服务相关的介绍及虚假宣传其为“UPS®”品牌的“一级代理服务商”，以推广被投诉人的物流服务。投诉人指出该等行为明显是企图欺骗那些希望检索、使用具有可靠的质量保证的正品 UPS 系列品牌服务的网络用户访问争议网站，并暗示被投诉人提供的服务与投诉人 UPS 系列品牌具有某种关系或联系或与投诉人具有某种关系。投诉人指出，被投诉人的行为已构成商标侵权和不正当竞争行为。投诉人亦指出被投诉人该等行为无疑将抢占本属于投诉人的正品 UPS 系列品牌服务的中国市场份额，对投诉人的正常业务构成破坏。
34. 基于上述事由，投诉人因此主张其投诉已符合政策第 4a(iii)条的规定，即被投诉人对于争议域名的注册、使用等行为具有恶意。

被投诉人主张如下：

35. 被投诉人未在规定时间内提交答辩书。

专家组意见

36. 根据《政策》第4(a)条规定，符合下列条件的投诉应当得到支持：

- (i) 争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆；且
- (ii) 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法利益；且
- (iii) 被投诉人的域名已被注册，并且正被恶意使用。

投诉人在行政程序中必须举证，证明以上三种情形同时具备。

关于争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆

37. 首先投诉人提供证据材料（包括投诉人部份在中国及美国就 UPS 系列品牌商标的注册证书副本及在全球的 UPS 系列品牌商标注册列表）证明投诉人在中国及其他地区拥有多个 UPS 系列品牌商标的商标注册。从投诉人提供的注册证书副本中显示，投诉人早于 1994 年至 2012 年期间已在中国成为注册 UPS 系列品牌商标的拥有人。根据投诉人提供的 Whois 数据库数据显示，争议域名的注册日期为 2014-05-29，较投诉人最早注册 UPS 系列品牌商标的日期为后。
38. 被投诉人对于投诉人上述相关的主张及证据，并未在规定时限内提交答辩书加以否定。
39. 因此专家组接纳投诉人有关证据，证明投诉人多年来对 UPS 系列品牌商标的使用，在中国建立一定程度的知名度。
40. 同时争议域名<ups-express.com>的主要识别部分除了是多了一个分隔符“-”之外，其余的显著部份与投诉人的商号及 UPS 系列品牌商标完全相同。
41. 被投诉人对于投诉人上述相关的主张并未在规定时限内提交答辩书加以否定。
42. 专家组认为争议域名的网缀（即本投诉中的“.com”）不是对域名的独特及显著性起了关键作用，对于判断域名与注册商标是否相同，或是否混淆性相似不具意义，专家组对其不予考虑。

43. 综合以上原因，专家组接纳投诉人的主张及认为投诉人之举证足以证明争议域名与投诉人享有商品商标或服务商标相同或混淆性相似。
44. 因此专家组裁定投诉人的投诉满足《政策》第4(a)(i)条的条件。

关于被投诉人不拥有争议域名的权利或合法利益

45. 鉴于投诉人提供的注册证书副本，显示投诉人早于1994至2012年已在中国拥有UPS系列品牌商标，而当中最早的登记日期较被投诉人注册争议域名的日期(2014年5月29日)为先。而被投诉人对于投诉人上述相关的主张并未在规定时间内提交答辩书加以否定。
46. 同时，被投诉人并未有提交答辩书就被指其从未获投诉人许可使用UPS系列品牌商标或与其关联的任何标识，及从未获投诉人授权注册带有“UPS”和“UPS EXPRESS”的争议域名提出证据反驳。
47. 再者，被投诉人未有提交答辩书就其选择使用“UPS-EXPRESS”作为争议域名主要部份的原因，亦未有就其不曾拥有任何UPS系列品牌商标权及商号权提出证据反驳。
48. 因此专家组接纳投诉人提供的表述及证据，证明被投诉人对投诉人注册/使用争议域名不存在任何许可或授权。
49. 专家组认为，投诉人已经提供了初步证据，完成了《政策》第4(a)(ii)条所要求的举证责任，举证责任应当转移到被投诉一方。唯被投诉人并未证明其权利或合法利益。
50. 另根据《政策》第4(c)条，被投诉人可依赖以下理由，就被指其对争议域名或其主要部分不享有合法权益，提出抗辩：
- (i) 在接到有关争议的任何通知之前，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) 即使未获得商标或服务标记，但作为个人、企业或其它组织一直以该域名而广为人知；或者
 - (iii) 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。

51. 被投诉人并未有提交答辩书，就被指其对争议域名或其主要部分不享有合法权益，提出《政策》第4(c)条的任何一个理由作抗辩。
52. 综合以上原因，专家组接纳投诉人的主张，被投诉人对本案之争议域名或其主要部份，并不享有任何权利或合法权益。因此专家组裁定投诉人的投诉满足《政策》第4(a)(ii)条的条件。

关于被投诉人已注册并恶意使用争议域名

53. 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意，《政策》第4(b)条列明，若专家组发现存在以下情况（特别是但不仅限于以下情况），则将其作为恶意注册和使用域名的证据：
- (i) 一些情况表明，被投诉人已注册域名或已获得域名，主要用于向投诉人（商标或服务标记的所有者）或该投诉人的竞争对手销售、租赁或转让该域名注册，从而获得比被投诉人所记录的，与域名直接相关之现款支付成本的等价回报还要高的收益；或者
 - (ii) 被投诉人已注册该域名，其目的是防止商标或服务标记的所有者获得与标记相对应的域名，只要被投诉人已参与了此类行为；或者
 - (iii) 被投诉人已注册该域名，主要用于破坏竞争对手的业务；或者
 - (iv) 被投诉人使用该域名是企图故意吸引互联网用户访问被投诉人方网站或其它在线网址，从而获得商业利益，方法是使被投诉人网站或网址，或者该网站或网址上的产品或服务的来源、赞助商、从属关系或认可与投诉人的标记具有相似性，从而使人产生混淆。
54. 专家组已判断投诉人多年来对 UPS 系列品牌商标的使用，在中国建立一定程度的知名度。
55. 又判定被投诉人应在未获投诉人授权或许可的情况下，注册争议域名。
56. 因此专家组认为被投诉人应在知悉投诉人 UPS 系列品牌名称及商标的情况下，注册了争议域名。同时，被投诉人的业务及争议域名所指向的网站主要是以经营物流服务为主，被投诉人又在争议网站上使用投诉人 UPS 品牌系列商标及 UPS 系列品牌服务的相关介绍，并以其为投诉人“UPS®”品牌的“一级代理商”作为宣传，明显地被投诉人使用与投诉人商标及商号混淆性相似的争议域名，是有意使消费者误以为争议域名网站和被投诉人是投诉人在中国的代理机构或投诉人与被投诉人之间存在着某种关系或联系，从而使

人产生混淆，藉以获得商业利益，这可视为被投诉人注册及使用争议域名具恶意行为，损害投诉人权利及/或权益。

57. 何况被投诉人对于投诉人上述相关的主张或证据并未在规定时间内提交答辩书加以否定。
58. 因此，专家组裁定被投诉人对争议域名之注册或使用是具有《政策》第4(b)(iv)所述之恶意。因此，专家组裁定投诉人满足了《政策》第4(a)(iii)条之条件。

裁决

59. 专家组考虑过投诉人提供之证据及基于被投诉人对于投诉人上述相关的主张并未提交答辩书加以否定，专家组因此认为投诉人已满足《政策》第4(a)条的以下全部三个条件：

- (i) 本案争议域名<ups-express.com>与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆；以及
- (ii) 被投诉人对争议域名或其主要部分不享有权利或合法利益；以及
- (iii) 被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

因此专家组裁定本案投诉人的投诉成立，并按投诉人的请求，将争议域名转移给投诉人。



专家组：杨文声

日期：2015年11月30日