



ASIAN DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION CENTRE

— 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-1200430 <omegawatchshop.com>
投诉人:	OMEGA SA (欧米茄有限公司)
被投诉人:	zhang hua

1. 当事人及争议域名

本案投诉人为 OMEGA SA (欧米茄有限公司), 地址为瑞士比尔 2502 嘉克博-斯坦普福利路 96 号。

本案被投诉人为 zhang hua, 地址为 Tianjin tianjinshixiaqu hepinglu 108 hao。

本案争议域名为 <omegawatchshop.com>, 由被投诉人通过注册商北京万网志成科技有限公司注册, 注册商地址为北京市东城区鼓楼外大街 27 号万网大厦一层南侧。

2. 案件程序

2012 年 3 月 23 日, 域名争议解决中心收到投诉人提交的投诉书。

2012 年 3 月 23 日, 域名争议解决中心要求注册商确认注册信息。

2012 年 3 月 26 日, 注册商回复域名争议解决中心, 确认本案争议域名系通过其注册, 被投诉人是被本案争议域名的注册人, 《ICANN 统一域名争议解决政策》适用本域名, 域名协议所使用的语言为中文。

2012 年 3 月 26 日, 域名争议解决中心向投诉人发出投诉书确认通知。

2012 年 3 月 29 日, 域名争议解决中心向双方当事人发出程序开始通知, 其中根据《统一域名争议解决政策之规则》和《亚洲域名争议解决中心补充规则》的规定要求被投诉人于 20 日内提交答辩书。

2012 年 4 月 19 日, 域名争议解决中心向双方当事人发出缺席审理通知, 告知双方当事人, 由于被投诉人没有在规定时间内提交答辩书, 中心将很快指定专家, 审理本案。

2012年4月23日，域名争议解决中心通知投诉人和被投诉人，确认指定李勇审理本案。裁决将在2012年5月7日前做出。

3. 事实背景

投诉人拥有以下“OMEGA”商标的中国注册：

商标：OMEGA
注册号：28865
注册类别：14
注册日期：1958年10月1日
使用商品：表
有效期：1958年10月1日至2018年9月30日

商标：OMEGA
注册号：G614933
注册类别：14
注册日期：1994年1月31日
使用商品： 贵金属及其合金以及不属别类的贵金属制品或镀有贵金属的物品
珠宝；首饰；宝石；钟表和计时仪器
有效期：1994年1月31日至2014年1月31日

商标：OMEGA
注册号：G631797
注册类别：14
注册日期：1995年2月16日
使用商品： 贵金属及其合金以及不属别类的金属制品或镀有贵金属的物品；珠
宝；首饰；宝石；钟表和计时仪器；钟表盒
有效期：1995年2月16日至2015年2月16日

投诉人还在包括阿根廷、澳大利亚、巴西、香港、印度尼西亚、新加坡、南非、瑞典、英国和美国的多个国家/地区对“OMEGA”拥有有效商标注册。

4. 当事人主张

A. 投诉人

投诉人是全球最大、最具活力的制表公司—斯沃琪集团公司的全资子公司之一，后者旗下拥有众多全球知名手表品牌，如宝玑（Breguet）、宝珀（Blancpain）、雅盖·德罗（Jaquet Droz）、格拉苏蒂（Glashütte-Original）、雷达（Rado）、Léon Hatot、浪琴（Longines）、天梭（Tissot）、斯沃琪（Swatch）及OMEGA（欧米茄）等等。投诉人的“OMEGA（欧米茄）”品牌手表的历史源远流长。1848年，即瑞士联邦诞生同年，路易·勃兰特（LOUIS BRANDT）于瑞士拉夏德芬（LA CHAUX-DE FONDS）开设手表镶嵌工厂。该工厂率先放弃旧式装配系统，采用现代化方式生产零件，装制出精密准确、质量优良且价格合理的表款，并于1894年生产出第一款OMEGA（欧米茄）手表。公司也因此更

名成为“OMEGA（欧米茄）”，并将其作为公司的主商标使用在其制销的所有商品上，以标识商品的来源。一直以来，投诉人投入大量的金钱和资源，宣传、推广其“OMEGA”品牌产品。投诉人在世界及中国市场均投入巨资作广泛而持久的商业广告，树立品牌形象。通过长期的广告宣传，“OMEGA”这一标识已深入人心，得到世界各国和中国消费者的推崇和仰慕，成为无人不知的手表品牌。在一九九九年中国商标局编制的《全国重点商标保护名录》中，投诉人的“OMEGA”商标及其相应的中文译名“欧米茄”亦被收录其中。投诉人的“OMEGA”商标的知名度已经被中国商标局认定，在中国享有重点保护的资格。除商业广告外，投诉人还开展各种公共宣传活动，如赞助体育活动、组织展览等，来宣传、推广“OMEGA”品牌。早在1932年的洛杉矶奥运会上，投诉人的“OMEGA”品牌产品就脱颖而出，获选成为奥林匹克官方指定定时器。其后数年间，投诉人的“OMEGA”品牌产品先后二十余次为奥运会的指定定时器。综上所述，投诉人的“OMEGA”商标在全球拥有巨大声望和良好的声誉，广大消费者对投诉人及投诉人的“OMEGA”商标已相当熟悉，并将“OMEGA”商标与投诉人及投诉人的“OMEGA”产品排他性地联系在一起。争议域名“OMEGAWATCHSHOP.COM”由作为顶级域名的“.COM”和二级域名“OMEGAWATCHSHOP”组成，但是起区别作用的显著部分是二级域名“OMEGAWATCHSHOP”，而该二级域名由投诉人享有权利的“OMEGA”商标和通用词汇“watch”（手表）和“shop”（商店）构成。鉴于“OMEGA”是投诉人在手表商品上的著名商标，为争议域名的显著部分，而通用词汇“watch”、“shop”的意思是“手表商店”，不具有显著性，在该固定的“OMEGA”商标后附加“watch”、“shop”这样的通用词汇不足以将争议域名与“OMEGA”商标区分开。参见THE SWATCH GROUP (U.S.) INC. v. 陈阳龙 DCN-1100451（“hamiltonwatch.cn”与HAMILTON商标混淆性近似）；Toyota France and Toyota Motor Corporation v. Computer-Brain, WIPO D2002-0002（“toyota-occasions.com”与TOYOTA商标混淆性近似）；E. I. Du Pont de Nemours and Company（杜邦公司）v. 慈溪汇诚聚四氟乙烯材料厂, HK-1000310（teflon-tapes.com与TEFLON商标混淆性近似）；在上述案例中，专家组裁定被投诉的域名与HAMILTON, TOYOTA, TEFLON商标混淆性近似，在该商标前后加入通用词语或描述性词语不能减小混淆的可能性，本案情况与这些案件类似。因此，争议域名与投诉人享有权利的商标构成混淆性近似。

OMEGA 商标为投诉人自创、并获得众多国际注册和中国注册的商标。争议域名的注册日期为2011年8月31日，远远晚于投诉人“OMEGA”商标在手表产品上的最先使用日期（可追溯到1894年）及“OMEGA”商标在中国最初注册的日期（1958年），也远远晚于OMEGA手表获得巨大声誉的日期。被投诉人不拥有任何“OMEGA”商标注册，投诉人也从未许可被投诉人使用“OMEGA”商标，或授权其注册任何带有OMEGA的域名称或其它商业性标志，被投诉人对争议域名不享有任何权利。并且，鉴于“OMEGA”商标系投诉人拥有商标权的注册商标，被投诉人与投诉人没有任何关联关系，也不是一个获得投诉人授权的实体，被投诉人没有使用域名的合法利益。参照 *Parfums Christina Dior v. QTR Corporation* 案, WIPO 2000-0023。被投诉人不拥有任何“OMEGA”商标权及商号权。投诉人从未许可被投诉人以任何方式使用“OMEGA”商标，或授权其注册任何带有“OMEGA”的域名或其它商业性标志。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“OMEGA”手表信息的消费者访问其网站以外，被投诉人没有任何理由可以解释其为何使用“OMEGA”注册域名。因为投诉人从未授权被投诉人以任何方式使用“OMEGA”商标，被投诉人不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。被投诉人的名字是“zhang hua”。被投诉人与投诉人没有任何关系，投诉人也没有授权被投诉人使用其“OMEGA”商标作为被投诉人的商号或商标。被投诉人没有因为名称“OMEGA”和/或

“OMEGA WATCHSHOP” 而普遍为人所知。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，也并非不是出于故意误导消费者或玷污“OMEGA”商标从而获取商业利益目的。首先，如果一个注册人并未因其域名而普遍为人所知而其域名却包含了第三方的商标，那么这种注册就不是一种合理的使用。其次，被投诉人无权使用“OMEGA”标志，因此，在域名中使用“OMEGA”商标也不是合理的使用。互联网用户期望通过含有OMEGA的域名来登陆投诉人的官方网站或经其授权的商品网站。被投诉人利用上述事实，通过注册争议域名来误导消费者访问其自己的网站。被投诉人对域名的使用显然是为了获得商业利益，因为被投诉人自己经营着销售价格极其低廉的假冒 OMEGA 手表的网上商店并通过使用“OMEGA”商标来吸引流量到该网站。因此，被投诉人对域名的使用不构成合法的非商业性使用或合理的使用。综上，被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法利益。

被投诉人的恶意从其选择的域名的词源构成上完全可以反映出来：“OMEGA”是投诉人的注册商标，“WATCH”、“SHOP”（手表商店）是通用词汇，而“手表”也正是投诉人享有极高知名度的“OMEGA”商标指定使用的商品，投诉人也一直在其手表产品上使用 OMEGA 商标。由于投诉人的大力推广和 OMEGA 悠久的历史和良好的质量，OMEGA 手表已经成为全球知名产品，并已经与投诉人排他性地联系起来。由此，被投诉人在注册域名前已经知晓了投诉人的 OMEGA 商标。事实上，争议域名之所以被注册，正是因为被投诉人知道了 OMEGA 商标及 OMEGA 表和投诉人的声誉。然而，被投诉人尽管知道这样的事实却还是注册了争议域名。争议域名的显著部分与投诉人的商标混淆性近似，也与投诉人的厂商名称混淆性近似。这些已经可以被认定成具有恶意的证据。在 Imperial Chemical Industries Plc v. Ye Weiping (ADNDRC 案件编号 HK-0700117) 一案中，专家组裁定，被投诉人在“DULUX”享有巨大声望和良好的声誉下选择该标志或名称作为其域名，可以认定被投诉人的注册和使用具有恶意。本案情况与此相似。并且，被投诉人还利用争议域名建立网站，并在该网站上擅自使用投诉人“OMEGA”商标销售被投诉人自己的手表产品。被投诉人不拥有任何“OMEGA”商标权及商号权，投诉人也从未许可被投诉人以任何方式使用“OMEGA”商标，被投诉人注册与投诉人“OMEGA”商标混淆性近似的域名的目的显然是希望制造其网站上手表商品与投诉人“OMEGA”商标之间的混淆，误导希望登陆投诉人官方网站网络或授权网站的用户访问被投诉人的网站并借此销售被投诉人自己的手表产品，以谋取不正当的商业利益。因此，被投诉人注册域名满足 ICANN 政策(4)(b)(iv) 中的要求，具有恶意。

如前文所述，投诉人对于争议域名的主要部分“OMEGA”享有受法律保护的商标权。投诉人的“OMEGA”手表是具有悠久历史、质量优良的知名商品，在业内拥有很高的声誉并深受众多消费者特别是高端消费者的青睐。被投诉人对“OMEGA”商标及域名不享有任何合法权利和利益，投诉人也从未许可被投诉人以任何方式使用“OMEGA”商标。被投诉人销售的带有“OMEGA”商标的手表产品价格极其低廉，系“OMEGA”手表的复制品，与投诉人的知名“OMEGA”手表没有任何关系。然而，被投诉人明知自己对“OMEGA”商标不享有任何合法权益，却仍基于不良动机使用其注册域名。注册之后，被投诉人又利用其建立网站，并在该网站上未经投诉人许可，擅自使用投诉人的“OMEGA”商标进行虚假宣传，并公然在其网站上将其销售的假冒“OMEGA®”手表与投诉人的产品进行对比，宣称其廉价的假冒“OMEGA”手表的比投诉人的真正的“OMEGA”手表性价比更高、更受欢迎。从被投诉人的上述行为可以看出，被投诉人注册注册域名的显然是为了破坏投诉人的正常业务、抢占本属于投诉人的市场份额。被投诉人注册含有投诉人著名的“OMEGA”商标的域名将误导那些期望通过含有“OMEGA”的域名来登陆投诉人的官方网站或经其授权的商品网站的“OMEGA”手表的潜在客户访问被投诉人的网站。被投诉人进而在其网站

上进行虚假宣传，宣称其假冒的“OMEGA”表的比真正的“OMEGA”手表性价比更高、更受欢迎，欺骗那些希望购买高质量的“OMEGA”手表的网络用户，诱使这些“OMEGA”手表的潜在用户购买被投诉人的劣质低廉的假冒“OMEGA”手表产品，这无疑将抢占本属于投诉人的“OMEGA”手表的市场份额，构成对投诉人正常业务的破坏。因此，被投诉人注册域名满足 ICANN 政策(4)(b)(iii)的要求，具有恶意。

投诉人请求本案专家组裁决将本案争议域名转让予投诉人。

B. 被投诉人

投诉人没有在规定时间内提交答辩意见。

5. 专家组意见

根据《ICANN 统一域名争议解决政策》（以下称“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并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。

投诉人在行政程序中必须举证证明以上三种情形同时具备。

A) 关于争议域名是否与投诉人享有商品商标或服务商标权利的名称或者标志相同或混淆性相似

专家组根据投诉人提交的证据确认，投诉人就“OMEGA”文字在中国和香港特别行政区取得了商标注册，享有商标专用权。

本案争议域名是<omegawatchshop.com>。首先，域名后缀“.com”对于判断“相同或混淆性相似”不具有意义，因此在做比较时不用对域名后缀加以考虑。通过比较投诉人商标和争议域名可知，争议域名完整使用了投诉人的注册商标“OMEGA”，同时在此基础上附加了文字“watchshop”，其中“watch”中文含义是“手表”，“shop”的中文含义是“商店”。专家组认为，争议域名中完整地包含了投诉人的注册商标文字，且争议域名中所附加的文字是不具有显著特征的通用词汇。这样组合而成的域名不能避免与投诉人的商标的混淆。

据此，专家组认定争议域名与投诉人的注册商标混淆性相似。政策第 4(a)条所规定的第一个条件已经得以证明。

B) 关于被投诉人对争议域名或其主要部分是否享有合法权益

投诉人提出，被投诉人名称是“zhang hua”，被投诉人不拥有任何“OMEGA”商标权或商号权。被投诉人与投诉人没有任何关系。投诉人从来没有向被投诉人授予使用投诉人商标的权利。被投诉人不能证明其在收到域名争议通知之前已经善意使用或者准备善意

使用争议域名来销售商品或提供服务。被投诉人利用争议域名的网站销售价格低廉的假冒“OMEGA”品牌的手表，不能构成合理使用。

通过审核投诉人提交的理由和证据专家组认为，投诉人已经尽其可能说明并证明被投诉人对于争议域名没有任何权利或合法利益。此时，被投诉人有义务说明并举证证明自己对于争议域名享有权利或具有合法利益。如果被投诉人放弃举证和进行相应说明的机会，专家组可以根据投诉人提出的证据和理由进行审查，从而作出判断。在本案中，被投诉人没有进行答辩和举证，专家组也没有发现本案中存在政策第 4(c) 条所规定的表明被投诉人对争议域名具有权利或合法利益的情形。专家组认为投诉人提出的主张和理由成立。

据此，专家组认定政策第 4(a) 条所规定的第二个条件已经得以证明。

C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

投诉人主张，投诉人投入了大量的资源，宣传推广“OMEGA”品牌产品。由于投诉人的大力推广和其品牌悠久的历史以及产品良好的质量，“OMEGA”手表已经成为全球知名的产品。在 1999 年中国商标局编制的《全国重点商标保护名录》中，投诉人的“OMEGA”商标和相应的中文名称被收录其中，其知名度已经被中国商标局认定。投诉人还提出，被投诉人在争议域名网站上，未经投诉人许可，擅自使用投诉人的“OMEGA”注册商标进行虚假宣传，将其销售的假冒“OMEGA”手表与投诉人的产品进行对比，宣称其假冒的“OMEGA”手表比投诉人的真品“OMEGA”手表性价比更高，更受欢迎。投诉人提供了证据证明以上主张。

专家组审核了投诉人的证据之后确认投诉人提出的以上事实成立。专家组认为，投诉人的“OMEGA”商标知名很高，对于投诉人本身以及投诉人的商标的影响力被投诉人不可能不知晓。尤其是被投诉人在争议域名的网站上销售假冒“OMEGA”商标的手表，这一事实也支持上述结论。被投诉人在明知投诉人的商标知名度和其良好商誉的情况下，仍利用该商标文字注册域名，而且被投诉人在争议域名网站上销售假冒“OMEGA”商标的手表，将假冒手表与投诉人的产品进行对比，宣称其假冒的“OMEGA”手表比投诉人的真品“OMEGA”手表性价比更高，更受欢迎。上述注册行为和销售行为的动机明显是利用争议域名与投诉人“OMEGA”商标混淆性相似这一事实，误导对“OMEGA”产品有兴趣的消费者或潜在消费者错误进入争议域名的网站，进而使其阅读并浏览到被投诉人的宣传、描述和产品照片，说服网站访问者购买侵犯“OMEGA”商标专用权的产品和假冒的“OMEGA”手表，以此方式谋取不当利益。专家组认为被投诉人的上述行为表明其注册和使用争议域名具有恶意。

综合上述分析，专家组认定，被投诉人注册和使用争议域名具有恶意。政策第 4(a) 条所规定的第三个条件已经得以证明。

6. 裁决

综上所述，专家组认为，本按投诉同时满足《ICANN 统一域名争议解决政策》第 4 条第 (a) 款所规定的三个条件，专家组决定：本案争议域名<omegawatchshop.com>转移给投诉人。

李勇
2012年5月7日