



ASIAN DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION CENTRE (BEIJING OFFICE)

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

Decision Submission

[English](#)
[Print](#)

| | |
|-----------------------|-------------|
| Decision ID | DE-0800196 |
| Case ID | CN-0800217 |
| Disputed Domain Name | www.欧舒丹.com |
| Case Administrator | lvyang |
| Submitted By | Lulin Gao |
| Participated Panelist | |
| Date of Decision | 13-10-2008 |

The Parties Information

| | |
|-------------------|---------------------|
| Claimant | L' OCCITANE (欧舒丹公司) |
| Respondent | Shi Pengyu (石鹏宇) |

Procedural History

本案的投诉人是L' OCCITANE (欧舒丹公司)，地址在法国04100，马诺斯克圣莫里斯工业区(Z.I. St Maurice MANOSQUE 04100, FRANCE)。

被投诉人是Shi Pengyu (石鹏宇)，地址在深圳市。

本案的争议域名是“欧舒丹.com”。争议域名的注册商是北京新网互联科技有限公司。

亚洲域名争议解决中心北京秘书处(“中心北京秘书处”)于2008年7月17日收到投诉人根据互联网络名称及数码分配公司(ICANN)实施的《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规则》(以下简称《规则》)及亚洲域名争议解决中心(ADNDRC)《统一域名争议解决政策补充规则》(以下简称《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。

2008年7月17日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知，确认收到了投诉人的投诉书。

2008年7月17日，中心北京秘书处以电子邮件向本案争议域名的注册商传送请求协助函，请求确认注册信息。

2008年7月25日，争议域名注册商回复中心北京秘书处，确认本案争议域名由其提供注册服务，被投诉人是争议域名的注册人，争议域名注册协议使用的语言为中文。

2008年8月12日，中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送投诉书传递封面，转去投诉人的投诉书。

2008年8月15日，中心北京秘书处向投诉人传送投诉书确认及送达通知，确认投诉书已于2008年8月12日送达被

投诉人，本案程序于2008年8月12日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送程序开始通知，同时转送业经审查合格的投诉书副本及所有材料，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争议域名注册商传送程序开始通知。

2008年9月11日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送答辩书传递封面，转去被投诉人的答辩书。

2008年9月24日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人和被投诉人传送拟定专家通知，拟定高卢麟先生为本案的独任专家。

2008年9月26日，中心北京秘书处向双方当事人及高卢麟先生传送专家指定通知，指定高卢麟先生为独任专家，成立独任专家组，审理本案。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。

按照规则的规定，专家组应于成立之日起14个工作日内即2008年10月10日(含10日)前作出裁决书。

Factual Background

For Claimant

投诉人：本案的投诉人是L' OCCITANE (欧舒丹公司)，地址在法国04100，马诺斯克圣莫里斯工业区(Z.I. St Maurice MANOSQUE 04100, FRANCE)。其委托代理人为朱志刚。

For Respondent

被投诉人是Shi Pengyu（石鹏宇），地址在中国深圳市。被投诉人于2006年12月24日注册了争议域名“欧舒丹.com”。

Parties' Contentions

Claimant

（一）投诉人对“欧舒丹”享有受中国法律保护的注册商标专用权。

投诉人L' OCCITANE SA（欧舒丹公司）是法国著名的化妆品公司，由Olivier Baussan先生创立于1976年，总部设在法国普罗旺斯。通过30多年的努力，欧舒丹已成为在全球近60个国家开设逾550家分店的国际知名香氛护理品牌，在北美洲、欧洲、亚洲及南美洲均设有附属公司。欧舒丹于2005年来到中国，在上海成立了普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司，并在北京、上海、杭州、深圳等14个城市设立了30多个专柜。

“欧舒丹”是“L' OCCITANE”的对应中文表示，也是其中文企业名称。在中国，投诉人早在1991年11月5日就获得了“L'OCCITANE”商标的国际注册，指定商品包括第3类化妆品等以及第4、5、16和21类的多项商品，领土延伸至中国，并已取得在中国的保护；并从2006年起，分别在第3及24类注册了“欧舒丹”商标。除此之外，投诉人在世界各地包括香港等华语地区和国家的所有相关商品类别上都申请注册了“欧舒丹”和“L' occitane”等商标。

（二）投诉人享有“欧舒丹”企业名称权。

“欧舒丹”是投诉人公司“L' occitane”的对应中文表示，也是其中文企业名称，更是投诉人的中国子公司，即普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司的企业名称的主体部分。因此，投诉人对“欧舒丹”享有企业名称权。

（三）投诉人拥有各类以“欧舒丹”为主体的域名。

在中国乃至全世界，投诉人注册了一系列以“欧舒丹”或“loccitane”为主体的域名，如：www.loccitane.com, www.loccitane.cn, www.loccitane.com.cn, www.loccitane.com.hk, www.loccitane.com.tw, www.loccitane.com.au, www.loccitane.at, www.loccitane.be, www.loccitane.com.br, ca.loccitane.com, www.loccitane.com.co, www.loccitane.cz, fr1.loccitane.com, www.loccitane.hu, www.loccitane.co.jp, www.loccitane.co.kr, www.loccitane.no, www.loccitane.ru, www.loccitane.sk, www.loccitane.si, es.loccitane.com, uk.loccitane.com, usa.loccitane.com等。（附件四：以“欧舒丹”或“loccitane”为主体的域名对应网址的首页）；CNNIC通用网址，如：“欧舒丹”，“loccitane”等。

（四）投诉人的“欧舒丹”商标在中国乃至世界均享有很高的知名度。

如前所述，投诉人L' OCCITANE SA（欧舒丹公司）是法国著名的化妆品公司，由Olivier Baussan先生创立于1976年，总部设在法国普罗旺斯。L'OCCITANE欧舒丹的经营范围扩展到了五大洲，即到2007年10月，在世界80多个国家和地区有超过940个零售点，包括美国的160个，欧洲的194个。尤其在亚太地区，截至2007年10月，总共有243个专卖店。另外，在世界各国有超过2800个多品牌专卖店在销售欧舒丹的产品。这意味着欧舒丹在世界各地拥有超过3795个销售其产品的专卖店。2007年，为了分配及管理其在各地区/国家的销售，欧舒丹在世界各地拥有超过30个分公司及会员公司。欧舒丹于2005年来到中国，在上海成立了普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司，并在北京、上海、杭州、深圳等14个城市设立了30多个专柜。随着业务的推广，“L' OCCITANE/欧舒丹”的声誉也日益得到提高。

投诉人自创立以来，其产品的全球销量呈持续稳步上升态势。在世界各地的销量，截至2000年，超过五千五百万欧元，至2001年为八千九百万欧元，至2002年为一亿三千一百万欧元，至2003年为一亿五千五百万欧元，至2004年为一亿八千九百万欧元，至2005年为两亿五千六百万欧元，至2006年为三亿两千五百万欧元，截至2007年预计为四亿两百万欧元。其中，2007年的年销售额比2006年增长27%。而且，投诉人2006年的全球利润中，亚太地区的比例占36%，位居首位，超过欧洲和美国的27%和25%。由此可见，亚太地区是投诉人非常重要的市场，投诉人产品和品牌在这些地区消费者中占有相当高的知名度。

目前，L'OCCITANE欧舒丹的产品通过多种不同的途径进行销售，如自有的店铺，免税商店，独家经销，批发销售，个性小店，电视节目，游乐胜地及宾馆及定期航线的娱乐设施等。

为了提高投诉人品牌的驰名度，欧舒丹公司在市场及广告方面对其产品进行了大量的投资。采用多种宣传方式，进行了大量的广告宣传。

中国是欧舒丹商业发展的市场之一。预想到进军中国市场，投诉人欧舒丹公司早在1995年3月20日便在国际分类第3、4、5、16及21类在中国注册了第579875号“L'OCCITANE”商标。2004年获得了采购注册证、中国公司注册申请及第一个欧舒丹产品进口许可证书。2005年在上海机场租赁办公室，开始销售欧舒丹产品。（附件七：L'OCCITANE欧舒丹产品部分报关单、收货单复印件、进出口化妆品标签审核证书及部分进口货物数量列表）截至目前为止，欧舒丹公司在中国拥有27个高级品牌零售点及经销店，包括16个专卖店、3个机场商店等。2007年，欧舒丹乳木果润水霜产品荣获时尚COSMOPOLITAN第四届年度美容大奖。

在进入中国市场至今的两年多时间里，投诉人通过多种方式和渠道，对欧舒丹L'OCCITANE品牌进行了极其大量和广泛的广告宣传。其宣传方式主要有：

第一、时尚杂志广告。投诉人在各著名时尚杂志刊登广告或产品介绍文章，如：《ELLE世界时装之苑》，《风采》，《Marie claire嘉人》，《瑞丽》，《VOGUE服饰美容》等。通过这些以青年白领为主要读者的杂志宣传，投诉人健康环保的护肤理念很快给消费者留下深刻印象并得到喜爱。

第二、产品宣传册和其它宣传材料。投诉人印制了大量精美的宣传册、宣传单、宣传海报等进行了大量的品牌宣传。这些宣传材料不仅展示了种类繁多的欧舒丹L'OCCITANE的卓越品质和突出功效，使品牌得到很好的宣传。

第三、播放电视广告。投诉人还投入电视广告宣传，如旅游卫视、浙江卫视等。

第四、开展各种促销活动。投诉人通过商场或专场店适时的开展各种产品促销活动，促进其销量和开拓市场，吸引更多消费者。

通过一系列持续广泛的宣传，欧舒丹L'OCCITANE品牌知名度不断提高，越来越受到中国消费者的认可和青睐。并且，使欧舒丹L'OCCITANE品牌与化妆品形成紧密联系。

由上述材料可见，投诉人欧舒丹L'OCCITANE品牌在中国已经具备了很高的知名度和影响力。这一事实从在Google上输入“欧舒丹L'OCCITANE”进行搜索，马上可以找到数十万计的符合查询关键字的结果也可见一斑。而且所查结果几乎都是相关“欧舒丹L'OCCITANE”的产品介绍、宣传报道以及产品销售以及消费者的使用感受。这说明了投诉人“欧舒丹L'OCCITANE”商标已享有很高知名度。

综上所述，投诉人用在化妆品等产品上的“欧舒丹/L'OCCITANE”商标，经过长期的使用和大量的宣传，在全世界和中国都享有很高的知名度，应受到更广泛的保护。

其事实和法律理由为：

（一）被投诉人注册的域名“欧舒丹.com”中的主体部分“欧舒丹”与投诉人的商标“欧舒丹”在读音、外形、字母排序上完全一致，具有混淆的可能性。

（二）被投诉人对已注册的“欧舒丹.com”不享有任何权利和合法的利益关系。

1、被投诉人不享有“欧舒丹”商标专用权。

2、投诉人从未授权或许可被投诉人使用“欧舒丹”商标，也未将“欧舒丹”商标转让给被投诉人；据投诉人目前所知，被投诉人也未能从其他渠道获得授权或被许可使用“欧舒丹”商标。

3、通过调查证实，争议域名的注册人既不是投诉人公司的雇员，也没有被授权去注册争议域名。投诉人和被投诉人之间也没有诸如委托、合作等任何联系。

4、通过调查，被投诉人将抢注争议域名一直链接至其在淘宝网上的店面（shop34136202.taobao.com），用于对其非法销售欧舒丹产品的宣传。

综上，可以证明被投诉人对其注册的域名“欧舒丹.com”不享有任何权利或合法利益。

（三）被投诉人对被争议域名的注册具有恶意。

众所周知，注册的域名只有和特定的网站联系，才能实现其功能和价值。投诉人的商标“欧舒丹”，经过投诉人多年的经营和大量的广告宣传及在世界范围内的广泛注册，已被世界范围内的广大消费者所熟知和喜爱，在世界任何一个国家都可以看到投诉人的L' OCCITANE/欧舒丹产品。同时，“欧舒丹”还是投诉人及其中国子公司的公司名称，具备很强的显著性。被投诉人对此应当知晓。但是，被投诉人在明知“欧舒丹”系投诉人商标的情况下，仍然抢先以投诉人的注册商标注册了争议域名，具有明显的恶意。

通过与争议域名管理人Shi Pengyu邮件联系，投诉人了解到其用争议域名是用来宣传其卖的欧舒丹产品的，明确表示其在淘宝开有欧舒丹专卖店，而且对于出售争议域名出价极高。通过访问被投诉人的注册邮箱

“hlc.cn@qq.com”中的hlc.cn网址，投诉人发现上面有相应拍拍网和淘宝网上的店铺地址链接，论坛上有欧舒丹专区，上面有关于欧舒丹产品的全面介绍，以及该网站版主“百合树”发布的“欧舒丹化妆品名牌店铺征集”的帖子。另据了解，被投诉人在注册“欧舒丹.com”域名后，一直将该域名链接到其淘宝网上的店面

（shop34136202.taobao.com），用于对其销售欧舒丹产品进行宣传，此举与被投诉人网站中所提及的意图相互印证。此外，在百度上搜索争议域名管理人的联系电话，排在前面的首先就是其在拍拍网和淘宝网上的店铺链接，另外还有hlc.cn网站上的欧舒丹价格介绍、百度贴吧上的关于销售欧舒丹产品的广告、以及深圳市永红网络科技有限公司的网站链接。由于拍拍网和淘宝网上的店铺已经有所更改，通过百度快照可以看到两个店铺基本上都是纯粹销售欧舒丹产品的。而深圳市永红网络科技有限公司则是一家专门从事网站推广等网络事宜的公司，其对域名的内在价值以及通过注册域名等手段来提高网站的知名度的营销方式必定非常熟悉，而且其网络营销顾问也为石鹏宇，联系方式中的QQ号也与拍拍网及淘宝网的店面上所留的QQ号完全相同，手机号与争议域名管理人的联系电话完全相同，可以推断为同一人负责。鉴于被投诉人是个自然人，其自身与“欧舒丹”无任何关联，被投诉人注册争议域名的意图不得不使人产生置疑。投诉人认为，被投诉人注册争议域名旨在谋取不当利益，有意阻止投诉人以域名的形式在互联网上使用其享有合法权益的商标，影响投诉人的正常业务活动，其行为明显具有明显恶意。

同时，投诉人认为，被投诉人对争议域名或其主体部分不享有任何合法权益，其申请注册争议域名的目的就是利用投诉人及其商标的知名度和消费者的混淆误认，来牟取不正当利益。对于投诉人的众多客户及知晓投诉人的广大公众来说，被投诉人域名中的“欧舒丹”足以使之与投诉人的商标“欧舒丹”相联系，使公众误以为该域名与投诉人有所关联，从而混淆与投诉人之间的区别，误导公众，获取不当利益。被投诉人这种“搭便车”的行为违反了诚实信用原则，具有明显的恶意。

另据调查，在争议域名“欧舒丹.com”被注册的同时，以投诉人拥有的商标作为主体部分的“欧舒丹.net”和“欧舒丹.cn”域名也被他人抢注。通过比对注册信息，投诉人发现，“欧舒丹.com”与“欧舒丹.cn”域名的域名管理人同为Shi Pengyu/石鹏宇，而且管理人电子邮件同为hlc.cn@qq.com，且“欧舒丹.cn”域名同样链接到其淘宝网上的店面，用于对其非法销售欧舒丹产品进行宣传；“欧舒丹.com”和“欧舒丹.net”的注册信息也有惊人的相似之处：其注册时间同为2006年12月24日21点多，前后只差两分钟，注册商同为BEIJING INNOVATIVE LINKAGE TECHNOLOGY LTD.，域名解析同为xn--riq181e5wp，且“欧舒丹.net”域名同样链接到其淘宝网上的店面，用于对其非法销售欧舒丹产品进行宣传。此外，通过与“欧舒丹.net”的管理人Li Hong电话沟通，投诉人了解到其与石鹏宇为朋友关系，其是否出售“欧舒丹.net”域名以及售价均要听取石鹏宇的意见。由此可以推定，争议域名与“欧舒丹.net”和“欧舒丹.cn”的实际注册人为同一人（石鹏宇）。因此，该注册人先后注册争议域名和“欧舒丹.net”、“欧舒丹.cn”并使用的情况，更证明其对投诉人旗下的包括“欧舒

丹”在内的各种商标是熟知的，其注册争议域名的行为具有明显的主观恶意性。

在投诉人准备诉讼材料期间，投诉人发现被投诉人的淘宝网（网址）因不明原因无法找到，但“欧舒丹.com”仍然指向shop34136202.taobao.com无疑。另外，域名争议解决中心也可到域名注册机构处核实“欧舒丹.com”的指向地址。

以上事实说明被投诉人注册上述域名并不是出于偶然，而是具有明显故意性，已属于《统一域名争议解决政策》第4条（b）项之（i）、（ii）和（iv）所指的恶意注册情形，即“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、出租或者转让该域名，以获取直接与域名注册相关费用之外的额外收益”；“注册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”；“为商业利益目的，通过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上述网站或其他连接地址”。

因此，根据《统一域名争议解决政策》的规定，投诉人请求本案专家组裁决将本案争议域名应转移给投诉人。

Respondent

被投诉人辩称其注册欧舒丹.com域名没有恶意，请求本案专家组裁决将本案争议域名否决。

其事实和法律理由为：

被投诉人的女朋友，姓欧，两人通过商量，梦想结婚以后，生个女儿，取名叫欧舒丹。所以决定注册欧舒丹.COM的中文域名，为未来的女儿建立个人主页，记录她的一生的足迹。被投诉人有权利继续使用欧舒丹.COM域名。

通过万网 www.net.cn 域名注册查询，欧舒丹.公司或者欧舒丹.网络，中文域名都未被人注册，普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司完全可以注册类似的中国顶级中文域名，来开展自己的网上在线业务，但是普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司为什么不注册欧舒丹.公司或者欧舒丹.网络中文域名，可以证明普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司对中文域名并不在乎，而偏偏要投诉欧舒丹.COM的中文域名，争夺域名使用权，动机值得怀疑。如此可以见，欧舒丹.COM中文域名，并不是中文域名系列的唯一域名，既然不是唯一，就没有唯一专属权。欧舒丹公司完全可以注册欧舒丹.公司或者欧舒丹.网络中文域名，和欧舒丹.COM域名并不会造成互联网业务上的冲突与阻碍。

投诉人，在投诉书中提到，通过调查，被投诉人将抢注争议域名一直链接至其在淘宝网上的店面（shop34136202.taobao.com），用于对其非法销售欧舒丹产品的宣传。证据不足，无法证明被投诉人恶意注册欧舒丹.COM连接到淘宝网上的店面（shop34136202.taobao.com）。

shop34136202.taobao.com的淘宝店铺名称是花落世家，并不会在主观上造成混淆与欺骗欧舒丹消费者的行为。至于投诉人书中提到的hlcn.cn网站纯属个人网站社区，会员都有权讨论任何不涉及政治违法敏感主题，与欧舒丹.COM并没有关联，并不会造成投诉人的业务冲突与阻碍。以上陈述可以证明被投诉人没有恶意注册欧舒丹.COM域名来阻止普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司的网上开展业务。

欧舒丹商标在中国注册日期：2008年5月28日，商标类型：普通商标。普通商标在本商品类别受到保护，驰名商标则在全部的45个商品和服务类别都受到保护。所以欧舒丹商标不具备中国驰名商标法律保护。

在中国南方，从来没有见过欧舒丹的宣传广告，通过当地市场调查了解，在中国南方城市，惟有深圳有一间欧舒丹实体店，2008年开张，坐落在深圳市罗湖区宝安南路1881号华润中心万象城内，如此可见，在中国南方欧舒丹商标知名度非常低。在深圳各大商业街通过对几万人购买化妆品的女士，口头咨询，100%的女士对欧舒丹产品不了解。

因此，被投诉人请求本案专家组裁决将本案争议域名否决。

Findings

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》适用于本项行政程序。

《政策》第4条规定了强制性域名争议解决程序。根据第4.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。

Identical / Confusingly Similar

投诉人提交的相关证据证明，投诉人于2006年2月28日就“O S D欧舒丹”商标在中国获得注册，注册号为3765955，核定使用的商品为第3类的“化妆品、香水、防皱霜”等商品。该注册商标目前处于有效期内。本案争议域名注册于2006年12月24日，相对于该争议域名，投诉人对“O S D欧舒丹”商标享有在先注册商标专用权。

本案争议域名的识别部分为“欧舒丹”，其与投诉人的在先注册商标的显著部分完全相同。专家组认为，尽管投诉人的在先注册商标由“O S D”和“欧舒丹”两部分构成，但相对于中国消费者来说，该商标中的汉字部分“欧舒丹”是商标的显著部分。而且，“欧舒丹”在中文中没有特定的涵义，投诉人将其作为商标用于化妆品等商品上具有较强的内在显著性。投诉人提交的有关投诉人及其产品的广告宣传材料也证明，投诉人及其商标具有一定的知名度。在这种情况下，争议域名极为容易让相关公众误认为争议域名与投诉人具有某种联系，从

而导致混淆。

因此，专家组认为，争议域名与投诉人的商标具有足以导致混淆的近似性，投诉满足《政策》第4(a)(i)条所述的条件。

Rights and Legitimate Interests

投诉人认为，被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法权益。

被投诉人声称其注册争议域名的起因是因为其女朋友姓欧，两人通过商量，梦想结婚以后，生个女儿，取名叫欧舒丹。所以决定注册欧舒丹.COM的中文域名，为未来的女儿建立个人主页，记录她一生的足迹。

专家组认为，被投诉人的说法缺乏公信力，也未提供任何支持其说法的证据，因此不足以支持其对争议域名享有权利或者合法权益。在投诉人已经举证证明其对“欧舒丹”享有在先商标权的情况下，专家组有理由认为被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益。

因此，投诉满足《政策》第4(a)(ii)条所述的条件。

Bad Faith

根据《政策》第4.b条之规定，下列情形（但不限于此）将构成域名注册及使用的恶意：

(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，被投诉人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) 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，被投诉人通过制造被投诉人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它连机地址者。

投诉人提交的相关广告宣传材料及媒体报道表明，通过使用和宣传，投诉人及其商标在本案争议域名注册之前就在中国具有一定知名度。被投诉人在答辩中主张投诉人及其商标没有知名度缺乏相应的证据支持，专家组对此不予支持。而且，投诉人提供了其与被投诉人的来往邮件，在邮件中被投诉人表示其使用争议域名是用来宣传其卖的欧舒丹产品，并明确表示其在淘宝网开有欧舒丹专卖店铺。被投诉人在答辩中对此并未予以否认。因此，专家组有理由认为被投诉人知道投诉人及其商标，其注册争议域名绝非出于巧合，而是意在利用争议域名，有意识地诱导互联网用户访问其网站，购买其销售的欧舒丹产品。

而且，投诉人提交的证据也表明，被投诉人将争议域名链接到其在淘宝网上的店面

(shop34136202.taobao.com)，用于对其销售欧舒丹产品进行宣传。尽管被投诉人在答辩中对此予以否认，但被投诉人未提供相应的证据支持。鉴于被投诉人在其与投诉人之间的来往邮件中承认表示其使用争议域名是用来宣传其卖的欧舒丹产品，并明确表示其在淘宝网开有欧舒丹专卖店铺。专家组认为，根据现有证据可以证明争议域名被用来宣传及出售欧舒丹化妆品，该行为将导致相关消费者在搜索投诉人及其产品时访问到争议域名网站，具有误导消费者的意图，构成《政策》第4.(b)(iv)所规定的恶意。

总之，基于以上理由，专家组认为，本案被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意，投诉满足《政策》第4(a)(iii)条所述的条件。

Status

www.欧舒丹.com

Complaint Rejected

Decision

综上所述，专家组认为，投诉符合《政策》第4.a条规定的三个条件。因此，根据《政策》第4条和《规则》第15条的规定，专家组决定将争议域名“欧舒丹.com”转移给投诉人。

Back

Print