



(香港秘书处)

## 行政专家组裁决

---

案件编号：	<b>HK-1300510</b>
投诉人：	<b>JEANNE LANVIN</b> （让娜朗万有限公司）
被投诉人：	<b>lai fan</b>
争议域名：	<b>&lt;lanvinshoesale.com&gt;</b>

---

### 1. 当事人及争议域名

投诉人：本案的投诉人是 JEANNE LANVIN（让娜朗万有限公司），位于法国。投诉人指定胡洪亮、康毅为其授权代理人。

被投诉人：本案的被投诉人是 lai fan，位于福建省福州市，联系电话为 0591-8796234，联系邮箱为 lanvinshoessale@gmail.com。

争议域名为“lanvinshoesale.com”，被投诉人于 2012 年 11 月 28 日通过上海美橙科技信息发展有限公司（SHANGHAI MEICHENG TECHNOLOGY INFORMATION DEVELOPMENT CO., LTD.）注册了本案争议域名，注册公司地址为上海市浦东杨高北路 528 号 16 幢 206 室。

### 2. 案件程序

2013 年 6 月 20 日，投诉人根据《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》”）、《ADNDRC 关于统一域名争议解决政策之补充规则》（以下简称“《补充规则》”）之规定，向亚洲域名争议解决中心香港秘书处（以下简称“中心秘书处”）提交了中文投诉书，并选择由一人专家组审理本案。

2013 年 6 月 20 日，亚洲域名争议解决中心香港秘书处向投诉人传送投诉确认通知，确认收到了投诉人的投诉书。同日，亚洲域名争议解决中心香港秘书处以电子邮件向本案争议域名的注册商上海美橙科技信息发展有限公司（SHANGHAI MEICHENG TECHNOLOGY INFORMATION DEVELOPMENT CO., LTD.）传送注册信息确认函，请求其确认注册信息。

2013 年 6 月 24 日，上海美橙科技信息发展有限公司（SHANGHAI MEICHENG TECHNOLOGY INFORMATION DEVELOPMENT CO., LTD.）以电子邮件回复中心秘书处，确认本案争议域

名“lanvinshoesale.com”由其提供注册服务，争议域名目前状态为有效，现争议域名持有人为被投诉人。

2013年6月28日，中心秘书处确认收到投诉人提交有关争议域名投诉的案件费用。

2013年7月4日，中心秘书处向投诉人发出关于投诉修改形式缺陷的通知，要求投诉人消除缺陷。同日，投诉人重新提交了投诉书，中心秘书处确认有关缺陷已纠正。

2013年7月5日，亚洲域名争议解决中心香港秘书处以电子邮件方式向被投诉人传送程序开始通知，要求被投诉人根据《规则》及《补充规则》的规定于20天内提交答辩，并同时转送业经审查合格的投诉书副本。本案程序于2013年7月5日正式开始。

由于被投诉人未按《规则》及《补充规则》在规定期限内向亚洲域名争议解决中心香港秘书处提交正式答辩，中心秘书处于2013年7月26日以电子邮件方式向投诉人和被投诉人传送缺席审理通知，告知因被投诉人未按规定提交答辩，亚洲域名争议解决中心香港秘书处将指定专家，审理本案。

由于投诉人选择由一人专家组审理本案，被投诉人未就此发表意见，根据《政策》、《规则》和《补充规则》的规定，本案应由一人专家组进行审理。因此，中心秘书处以电子邮件向严浩先生传送列为候选专家的通知，征求候选专家的意见。其后，严浩先生回复同意接受指定，并保证独立、公正地审理本案。2013年7月31日，中心秘书处向双方当事人及严浩先生传送专家确定通知，指定严浩先生为本案独任专家，成立独任专家组，审理本案。案件于同日移交专家组。

根据《规则》之规定，专家组应于2013年8月14日或之前，就上述域名争议案件做出裁决。

### 3. 事实背景

#### 投诉人：

投诉人 JEANNE LANVIN（让娜朗万有限公司），源自法国时装设计师 Jeanne Lanvin 于 1889 年在巴黎开设的高级时装店，主要从事时装、鞋、手提包及奢侈服饰产品的生产、经营和销售。时至今日，LANVIN 品牌产品在全球各地的很多时装专卖店中都有销售，JEANNE LANVIN 已成为全世界最古老、最成功、最知名的奢侈品品牌之一。

JEANNE LANVIN 在中国的业务活动可追溯至上世纪 80 年代。早在 1980 年 9 月 10 日，JEANNE LANVIN 在中国内地注册了第 139695 号“LANVIN”商标，核定使用商品为第 25 类袜子、围巾、衣服、帽、鞋。此后，投诉人在中国市场投入巨资制作广泛而持久的关于 LANVIN 品牌的广告以及各类品牌时装发布会等活动，投诉人在中国的营业额也在逐年增长。

此外，据投诉人所述，在争议域名注册之前，JEANNE LANVIN 早已在法国、中国、欧洲等地取得或申请了“LANVIN”商标注册。到目前为止，投诉人已经在全球范围内拥有近 400 个“LANVIN”商标注册。在中国，除主要商标“LANVIN”外，投诉人还注册了包含

“LANVIN”字样的商标以及 LANVIN 的中文音译商标“浪凡”。JEANNE LANVIN 亦拥有包含“LANVIN”商标的国际一般顶级域名，其注册时间均早于争议域名的注册时间。

#### 被投诉人：

被投诉人并未提供任何陈述或证据。

### 4. 当事人主张

#### A. 投诉人

投诉人的主张如下：

##### i 争议域名与投诉人享有权利的注册商标构成混淆性近似（UDRP 4(a)(i)）

1.1 投诉人源自法国时装设计师 Jeanne LANVIN 于 1889 年在巴黎开设的高级时装店。一百二十四年后的今天，投诉人仍然从事时装、鞋、手提包及奢侈服饰产品的生产、经营和销售。目前，LANVIN®品牌产品在全球各地的很多时装专卖店中都有销售。LANVIN®品牌产品还荣获了许多时尚界最重要的奖项，包括 1977 年、1981 年、1984 年、1990 年及 1992 年的金顶针大奖（见附件 10）。这些荣誉使得 LANVIN 成为全世界最古老、最成功、最知名的奢侈品品牌之一，而投诉人正是这一品牌的拥有者。

【附件 10】：投诉人的网站 WWW.LANVIN.COM 上关于投诉人于 1977、1981、1984、1990 及 1992 年获得金顶针奖的网页的打印件

投诉人于 1961 年在法国注册了首个 LANVIN®商标（见附件 7）。此后，投诉人陆续在全球各地为其 LANVIN®品牌注册了众多商标。到目前为止，投诉人已经在全球范围内拥有近 400 个 LANVIN®商标注册。

【附件 7】：投诉人于 1961 年在法国注册的 LANVIN®商标的注册信息

投诉人的 LANVIN®商标在全球范围拥有极高的声望并已在一些裁判中认定为知名商标。例如，在投诉人基于其 LANVIN 商标发起的针对“lanvinamalia.com”域名的域名争议中，WIPO 仲裁与调解中心在其于 2013 年 4 月 10 做出的裁决中就认定投诉人的 LANVIN®商标为知名商标（Case No. D2013-0339）。此外，在其他 5 个类似的域名争议中（Jeanne Lanvin Company v. mu mengui, WIPO 案件编号：D2013-0340 against <lanvinbagsale.com>; Jeanne Lanvin Company v. Jia Nongdeng, WIPO 案件编号：D2013-0341 against <lanvinhappy.com>; Jeanne Lanvin Company v. Ge Muqie, WIPO 案件编号：D2013-0342 against <lanvinhappybag.com>; Jeanne Lanvin Company v. Vivi Wei, WIPO 案件编号：D2013-0343 against <lanvinoutlets.com>; Jeanne Lanvin Company v. Xizhang Jiang, WIPO 案件编号：D2013-0344 against <lanvinshop.com>）（见附件 21, 32-36），WIPO 仲裁与调解中心也在其裁决中将 LANVIN®商标认定为知名商标。

投诉人的 LANVIN 品牌产品已经在中国销售多年，其 LANVIN®商标早在 1980 年就在中国获得了注册（见附件 2）。由于投诉人多年以来在中国持续大量使用 LANVIN®商标，并

由于投诉人的大力宣传和推广，LANVIN®商标已经为中国的时装、鞋等奢侈品消费者所熟悉并在全国广大地区享有极高的声誉。

LANVIN 商标在中国的知名度源于众多方面，并尤其源于（但并不限于）下述几方面：

-对 LANVIN 品牌产品的使用及宣传的持续时间及地理范围。

投诉人多年以来一直在中国大力推广其 LANVIN®品牌产品并通过大量的投入广告来提升 LANVIN®品牌在中国消费者中的知名度。

投诉人 2006 年度在中国的广告支出： 682, 745.00 RMB

投诉人 2011 年度在中国的广告支出： 1, 280, 334.00 RMB

投诉人 2012 年度在中国的广告支出： 2, 278, 146.00 RMB

投诉人 2013 年度的中国的媒体计划： 1, 253, 804.00 RMB

【附件 11】：投诉人 2006 年度的中国广告投入情况

【附件 12】：投诉人 2011 年度的中国广告投入情况

【附件 13】：投诉人 2012 年度的中国广告投入情况

【附件 14】：投诉人 2013 年度的中国广告投入计划

-投诉人在中国的营业额证明了其 LANVIN®品牌的重大商业价值并清晰的反应了 LANVIN®品牌在中国的显著成长（见附件 15）。

2010 年度营业额： 2, 245, 846 EURO

2011 年度营业额： 4, 970, 353 EURO

2012 年度营业额： 9, 903, 138 EURO

【附件 15】：投诉人 2010 年至 2012 年在中国的营业额

-投诉人与 2012 年 4 月 26 日在中国北京举行了首次 LANVIN®品牌时装发布会，以此庆祝阿尔伯·艾尔巴茨（Alber Elbaz）担任其品牌设计总监 10 周年。此次时装发布会吸引了许多社会名流出席，并被众多媒体广泛报导（见附件 16）。

【附件 16】：关于投诉人于 2012 年 4 月 26 日举办的“LANVIN”品牌时装发布会的媒体报道

-2010、2011 及 2012 这三年里，LANVIN®品牌产品在中国被报导评论的次数之多给人留下深刻的印象，这足以显示 LANVIN®品牌产品在此期间得到了中国众多媒体的大量报道（见附件 17）。

【附件 17】：2010 年、2011 年及 2012 年中国媒体对投诉人“LANVIN”品牌及其产品的报道

由上可知，投诉人的 LANVIN® 商标在全球、特别是在中国，拥有长久并且广泛的声誉。因此，广大消费者已经非常熟悉投诉人及其 LANVIN®品牌产品，并已并将 LANVIN® 商标与投诉人及投诉人的 LANVIN®品牌产品排他性地联系在一起。

1.2 争议域名“LANVINSHOESALE.COM”是最近（2012 年 11 月 28 日）才由被投诉人注册的，并且，该域名被解析到一个销售假冒 LANVIN 产品的网上商店（见附件 18）。争议域名“LANVINSHOESALE.COM”由作为顶级域名的 .COM 和二级域名“LANVINSHOESALE”组成，而该二级域名完整的包含了投诉人享有权利的“LANVIN®”商标，只是在其后添加了两个描述性通用词汇“shoe”（鞋）和“sale”（销售）。鉴于 LANVIN®是投诉人在鞋等服饰商品上的著名商标，为争议域名的显著部分；而通用词汇“shoe”、“sale”的意思是“销售鞋”，不具有显著性。又鉴于争议域名解析到的

网站是主要销售假冒 LANVIN 鞋类产品的网上商店，在该固定的“LANVIN”商标后附加“shoe”、“sale”这样的通用词汇不足以改变争议域名给人的整体印象使之与“LANVIN®”商标相区分。

**【附件 18】：** 争议域名解析到的网站的打印件

1.3 争议域名“LANVINSHOESALE.COM”和投诉人的 LANVIN®注册商标混淆性近似。根据以前的 UDRP 域名争议判例，基于争议域名完整的包含投诉人的 LANVIN®注册商标这一事实本身就足以判定争议域名与投诉人的 LANVIN®注册商标混淆性近似。参见 Verizon Trademark Services LLC v. The Helard Group 案，WIPO D2012-0277；Jeanne Lanvin v. GoDaddy.com LLC 案，WIPO D2013-0339；Jeanne Lanvin Company v. mu mengui 案，WIPO D2013-0340；Jeanne Lanvin Company v. Jia Nongdeng 案，WIPO D2013-0341；Jeanne Lanvin Company v. Ge Muqie 案，WIPO D2013-0342；Jeanne Lanvin Company v. Vivi Wei 案，WIPO D2013-0343；Jeanne Lanvin Company v. Xizhang Jiang 案，WIPO D2013-0344（见附件 21-22；32-36）。

同时，仅仅在 LANVIN®商标后增加“shoe”（鞋）和“sale”（销售）这样的描述性通用词汇也不足以改变争议域名给人的整体印象使之与“LANVIN®”商标相区分。已经有很多在先的判例确认，通过在一个知名商标上添加一个或两个描述性词汇构成的争议域名构成 UDRP 4(a)(i)中规定的混淆性近似。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）；OMEGA SA v. zhang hua HK-1200430（“omegawatchshop.com”与 OMEGA 商标混淆性近似）；LANVIN S.A. v. zhang huihua HK-1200429（“LANVINonlinshop.com”与 LANVIN 商标混淆性近似）；类似的案例还有：Jeanne Lanvin v. GoDaddy.com LLC，WIPO D2013-0339；Jeanne Lanvin Company v. mu mengui，WIPO D2013-0340；Jeanne Lanvin Company v. Jia Nongdeng，WIPO D2013-0341；Jeanne Lanvin Company v. Ge Muqie，WIPO D2013-0342；Jeanne Lanvin Company v. Vivi Wei，WIPO D2013-0343；Jeanne Lanvin Company v. Xizhang Jiang，WIPO D2013-0344（见附件 21，23-25，32-36）。

并且，鉴于投诉人是全球最知名的奢侈品鞋、提包及其他服饰产品的供应商，而被投诉人在争议域名解析到的网上商店上销售的商品与投诉人的前述产品相同或类似，争议域名与投诉人 LANVIN®商标混淆的可能性进一步增大。

1.4 综上，争议域名“LANVINSHOESALE.COM”与投诉人的注册商标 LANVIN®混淆性近似。投诉人完成 UDRP4(a)(i)中规定的举证要求。

#### **ii 被投诉人对域名不享有权利或合法利益（UDRP 4(a)(ii)）**

2.1 LANVIN®商标源自投诉人的创始人 Jeanne Lanvin 女士的姓名。自 1889 年起，LANVIN 就被用于服装及服饰产品的销售。自 1961 年起，投诉人在随后的几十年时间里在全球许多国家将 LANVIN 注册成为注册商标，并在相关国家排他性使用。投诉人获得 LANVIN®商标注册和排他使用权的上述国家也包括被投诉人的所在国——中国，并且，投诉人的 LANVIN®商标还在中国拥有很高的声誉（参见前述 i 的内容）。

被投诉人是在 2012 年 11 月 28 日才注册了争议域名“LANVINSHOESALE.COM”，远远晚于投诉人在鞋、服装及其他服饰产品上最先使用 LANVIN®商标的日期（可追溯到 1889 年），以及 LANVIN®商标在中国最初获得注册的日期（可追溯到 1980 年），也远远晚于 LANVIN®品牌在奢侈品界取得巨大声誉的日期。投诉人使用及注册 LANVIN®商标时间均远早于被投诉人注册争议域名的时间。

2.2 被投诉人对 LANVIN 不享有任何商标权或商号权，投诉人也从未许可被投诉人使用 LANVIN®商标，或授权被投诉人注册任何带有 LANVIN®的域名或其他商业性标志（见附件 19：投诉人公司副总经理出具的声明）。争议域名的 WHOIS 注册信息显示被投诉人的名称是“lai fan”，其与“LANVIN”没有任何关联。并且，WHOIS 注册信息里也没有任何显示被投诉人因争议域名而普遍为人所知的记录（见附件 1）。因此，被投诉人对争议域名没有任何权利或合法利益。参照 Academy of Motion Picture Arts and Science v. S. Najeeb A. Khan 案，WIPO 2000-0023（被投诉人使用或者注册含有一个商标的争议域名却未事先获得商标权人的授权，这可以作为被投诉人对争议域名不享有权利的证据）（见附件 26）。

鉴于被投诉人未获得任何授权使用 LANVIN®商标以及鉴于投诉人的 LANVIN®商标在全球的巨大声誉，被投诉人不可能因争议域名而普遍为人所知（UDRP 4(c)(ii)）。参见 The Braun Corp. v. Loney 案，美国国家仲裁论坛 FA 699652（专家组在 WHOIS 记录及其他记录信息都没有显示被投诉人因争议域名而普遍为人所知，并且投诉人也没有授权被投诉人注册含有其注册商标的域名的情况下，判定被投诉人没有因争议域名而普遍为人所知），本案情况与此类似（见附件 27）。

2.3 被投诉人对争议域名没有任何权利，也从来没有因争议域名而为人所知却仍然出于商业目的使用争议域名，即：被投诉人将争议域名“LANVINSHOESALE.COM”解析到一个销售假冒 LANVIN®产品的网站（见附件 20）。从以下方面可以判定被投诉人通过争议域名“LANVINSHOESALE.COM”销售的产品是假冒产品：

-产品价格大大低于真正的 LANVIN®产品的正常价格（见附件 20）；

-LANVIN 正品的通常是通过专卖店和投诉人的网上商店进行销售，而前述产品的销售渠道并非通常的 LANVIN 正品的销售渠道；

-投诉人 Jeanne Lanvin 公司的副总经理出具的声明，判定争议域名“LANVINSHOESALE.COM”解析到的网站上销售的所有商品都不是真正 LANVIN®产品，而只是其仿制品，即假冒 LANVIN®品牌产品（见附件 19）。

**【附件 19】：**投诉人公司副总经理出具的声明（显示被投诉人未经授权在基于争议域名的网站上使用 LANVIN®商标，并且该网站上销售的商品都是假冒 LANVIN 商品）

**【附件 20】：**公证书[（2013）京中信内经证字 13620 号]（经公证的网页页面显示，被投诉人在基于争议域名建立的网站上冒用 LANVIN®商标，并以极低的价格大量销售假冒 LANVIN 产品）

参照 Jean Cassegrain S.A.S. v. Abel Magee 案件，WIPO D2011-1572（判定被投诉人销售的产品极可能是假冒产品，因为被投诉人网站上的包包商品大量出售且其价格大大低于正品 Longchamp 包包的价格）；以及 Jeanne Lanvin v. GoDaddy.com LLC 案件，WIPO D2013-0339（判定在相关产品的宣传推销价格远低于正品的价格，且产品的销售渠道并非通常的正品的销售渠道的情况下，可以推断这些产品并非正品）。类似的案例还有：Jeanne Lanvin Company v. mu mengui，WIPO D2013-0340；Jeanne Lanvin

Company v. Jia Nongdeng, WIPO D2013-0341; Jeanne Lanvin Company v. Ge Muqie, WIPO D2013-0342; Jeanne Lanvin Company v. Vivi Wei, WIPO D2013-0343; Jeanne Lanvin Company v. Xizhang Jiang, WIPO D2013-0344。本案的情况与上述案例类似（见附件 21, 32-37）。

被投诉人使用争议域名推销被投诉人自己的与投诉人的 LANVIN®品牌商品相同或者类似的商品的行为也不构成 UDRP 4(c) (iii)中规定的善意使用。参见 Ameritrade Holdings Corporation and Ameritrade, Inc. v. Polanski 案件, FA-102715（判定使用与投诉人商标近似争议域名销售竞争性产品不构成善意销售商品）；Guccio Gucci S.p.A. v. Edardy Ou 案件, WIPO D2011-1028（判定使用投诉人商标销售貌似假冒商品的产品不是善意使用，也不是非商业性的合理使用）；以及 Jeanne Lanvin v. GoDaddy.com LLC 案件, WIPO D2013-0339（判定宣传销售可推定是假冒产品的商品当然不构成 UDRP 4(c) (i)中规定的合理使用）。本案情况与上述案件类似（见附件 28, 29, 21）。

被投诉人未获得投诉人的授权却使用投诉人的 LANVIN®商标销售假冒 LANVIN®商品。很显然，被投诉人是企图利用争议域名“LANVINSHOESALE.COM”来误导消费者，并吸引那些希望检索有关投诉人和/或真实 LANVIN®产品信息的消费者访问其网站。因此，被投诉人对争议域名“LANVINSHOESALE.COM”的使用也不构成 UDRP 4(c) (iii)中规定的非商业性使用或合理使用。参见 G.D. Searle & Co. v. James Mahony 案, 美国国家仲裁论坛 FA0204000112559（专家组判定，被投诉人使用投诉人的商标吸引潜在客户到被投诉人自己的销售与投诉人商品相竞争产品的网站不构成非商业性的使用或合理使用），本案情况与此类似（见附件 30）。

2.4 综上，被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法利益。投诉人已经完成 UDRP 4(a) (ii)中规定的证明责任。

### **iii 被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意**

3.1 被投诉人注册争议域名是为了通过不公平的方法利用投诉人 LANVIN®商标的声誉。实际上，被投诉人注册、使用争议域名“LANVINSHOESALE.COM”是企图制造被投诉人网站上所出售的商品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的网站以获取不正当的商业利益。

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，即争议域名完整的包含了投诉人的 LANVIN®商标。由于投诉人 LANVIN®商标的巨大声誉，争议域名将不可避免的误导消费者并导致消费者对投诉人与被投诉人之间关系的混淆。在 Imperial Chemical Industries Plc v. Ye Weiping (ADNDRC 案件编号 HK-0700117) 一案中，专家组裁定，被投诉人在投诉人的商标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（见附件 31）。

广大消费者已经将 LANVIN®商标与投诉人及其 LANVIN®品牌商品排他性的关联起来。鉴于 LANVIN®商标长期以来在全球范围内的鞋及其他服饰产品上的巨大声誉，被投诉人在注册争议域名以前就应该已经知晓了投诉人的 LANVIN®商标。实际上，被投诉人正是因为知悉了投诉人 LANVIN®商标的声誉才注册了争议域名。因为，投诉人在争议域名解析

到的网站上使用投诉人的 LANVIN® 商标销售自己的假冒 LANVIN 商品（见附件 20）。在 LANVIN S.A. v. zhang huihua (ADNDRC HK-1200429) 一案中，由于被投诉人在基于争议域名建立的网站上使用投诉人的 LANVIN 商标销售假冒 LANVIN 手表，专家组裁定被投诉人注册争议域名显然是出于商业利益目的，企图通过制造被投诉人网站上所出售的商品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的网站，因此，被投诉人的注册和使用争议域名具有恶意。本案情况与此相似（见附件 25）。

3.2. 被投诉人注册争议域名的主要目的是为了破坏投诉人的正常业务。由上可知，争议域名主要由投诉人在时尚界享有巨大声誉并为奢侈品鞋的消费者们所熟悉的 LANVIN® 商标构成。

由前述第 ii 部分的内容可知，被投诉人对 LANVIN® 商标没有任何合法权利，也没有获得投诉人的授权以任何方式使用 LANVIN® 商标。尽管如此，被投诉人还是在争议域名中使用了投诉人的 LANVIN® 商标。并且，被投诉人不仅使用争议域名进行虚假宣传，还利用其销售带有 LANVIN® 商标的假冒 LANVIN® 品牌产品（见附件 19-20）。被投诉人的上述行为将不可避免的在消费者中产生混淆，误导那些原本希望购买投诉人正品 LANVIN® 品牌商品的消费者购买被投诉人销售的假冒 LANVIN 商品。这已构成对投诉人正常业务的破坏并构成 UDRP 4(b) (iii) 中规定的恶意使用。参见 LANVIN S.A. v. zhang huihua 一案，ADNDRC HK-0700429（由于被投诉人在基于争议域名建立的网站上使用投诉人的 LANVIN 商标销售假冒 LANVIN 手表，专家组裁定被投诉人注册争议域名显然是为了破坏投诉人的正常业务，被投诉人注册和使用争议域名具有恶意（附件 25）。本案情况与此类似。

在另一个与投诉人有关的案件中，专家组也判定：“推定的假冒行为构成 UDRP 规则中的恶意使用”。参见 IM Production v. 50448207 Qiang Pa MAXINTRADING (at) LIVE DOT COM, WIPO D2011- 2098（被投诉人使用争议域名 isabelmarant-outlet.com 销售带有投诉人商标的推定假冒商品构成恶意使用的证据）。出于同样原因，专家组还认为，与带有投诉人 LANVIN® 商标的推定假冒商品存在关联也可显示 UDRP 4(b) (iv) 中规定的恶意。参见 Lacoste Alligator S.A. v. Monique Marcil, Molou Hudong, WIPO D2012-0851（被投诉人企图通过销售投诉人 Lacoste 产品的仿冒品来制造被投诉人网站上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，引诱网络用户访问被投诉人的网站以谋取商业利益，这违反了 UDRP 4(b) (iv) 中的规定。还可参见 Moncler S.r.l. v. Daniel Park 案件，WIPO D2011-0488（被投诉人使用投诉人的知名商标吸引用户至其销售假冒 Moncler 产品的网站。这可以用来证明被投诉人的意图，及企图通过制造其网站上销售的产品与投诉人的商标在来源者、赞助者、附属者或保证者方面的混淆来吸引互联网用户以谋取商业利益（见附件 21：Jeanne Lanvin v. GoDaddy.com LLC 案，WIPO D2013-0339，投诉人下划线标注）。

3.3 综上，被投诉人注册及使用争议域名具有恶意。投诉人完成 UDRP 4(a) (iii) 中规定的证明责任。

## B. 被投诉人

被投诉人未在规定期限内提交答辩书。



#### 4. 专家组意见

根据《ICANN 统一域名争议解决政策》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。

##### i) 关于争议域名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

###### (1) 投诉人就其所主张的商标是否享有权利

投诉人诉称，LANVIN 品牌源自法国时装设计师 Jeanne Lanvin 于 1889 年在巴黎开设的高级时装店。至今为止，投诉人仍然从事时装、鞋、手提包及奢侈服饰产品的生产、经营和销售，“LANVIN”品牌产品在全球各地的很多时装专卖店中都有销售。与此同时，“LANVIN”品牌产品还荣获了许多时尚界最重要的奖项，包括 1977 年、1981 年、1984 年、1990 年及 1992 年的金顶针大奖，这些荣誉使得“LANVIN”成为全世界最古老、最成功、最知名的奢侈品品牌之一。为推广其“LANVIN”品牌、保护其珍贵的知识产权，投诉人于 1961 年在法国注册了首个“LANVIN”商标。此后，投诉人陆续在全球各地为其“LANVIN”品牌注册了众多商标，而“LANVIN”商标也已在一些裁判中认定为知名商标。到目前为止，投诉人已经在全球范围内拥有近 400 个“LANVIN”商标注册。此外，投诉人的“LANVIN”品牌产品已经在中国销售多年，其“LANVIN”商标早在 1980 年就在中国获得了注册，核定使用商品为第 25 类袜子、围巾、衣服、帽、鞋。由于投诉人多年以来在中国持续大量使用“LANVIN”商标，并由于投诉人的大力宣传和推广，“LANVIN”商标已经为中国的时装、鞋等奢侈品消费者所熟悉并在全国广大地区享有极高的声誉。

以上事实有投诉人提交的附件 2：第 139695 号“LANVIN”商标的中国商标注册证书；附件 7：投诉人于 1961 年在法国注册的“LANVIN”商标的注册信息；附件 10：投诉人的网站“WWW.LANVIN.COM”上关于投诉人于 1977、1981、1984、1990 及 1992 年获得金顶针奖的网页的打印件；附件 11：投诉人 2006 年度的中国广告投入情况；附件 12：投诉人 2011 年度的中国广告投入情况；附件 13：投诉人 2012 年度的中国广告投入情况；附件 14：投诉人 2013 年度的中国广告投入计划；附件 15：投诉人 2010 年至 2012 年在中国的营业额；附件 16：关于投诉人于 2012 年 4 月 26 日举办的“LANVIN”品牌时装发布会的媒体报道；附件 17：2010 年、2011 年及 2012 年中国媒体对投诉人“LANVIN”品牌及其产品的报道等证明材料支持，以证明上述陈述属实。对于以上事实，被投诉人并未提出异议。

根据投诉人提交的证据，投诉人早于 1980 年 9 月 10 日在中国内地注册了第 139695 号“LANVIN”商标，核定使用商品为第 25 类袜子、围巾、衣服、帽、鞋；此后，投诉人

又于 1985 年 4 月 25 日在中国内地注册了第 244535 号“LANVIN”商标，核定使用商品为第 9 类防护镜；上述注册目前均在有效期内。且投诉人商标的注册日期早于被投诉人注册争议域名“lanvinshoesale.com”的 2012 年 11 月 28 日，因此，投诉人对于“LANVIN”享有在先的注册商标权。被投诉人并未就投诉人对其主张的商标享有权利提出异议。专家组认定，投诉人对上述商标享有注册商标专用权。

(2) 争议域名是否与投诉人享有权利的商标相同或混淆性相似

争议域名“lanvinshoesale.com”的主要部分为“lanvinshoesale”，而“.com”作为国际通用顶级域名后缀，并不具有任何显著性。“lanvinshoesale”由“lanvin”、“shoe”和“sale”构成，因域名不区分大小写，争议域名中“lanvin”与投诉人享有权利的“LANVIN”商标相比，拉丁字母的组成及顺序完全相同。同时，经检索查明，“lanvin”并非一个业已存在的其他词汇，也不是任何商品或服务的通用名称，投诉人通过将其注册为商标而对该标志享有排他的商标专用权。经过投诉人的多年经营和广泛宣传，其注册商标“LANVIN”已经取得了较强的显著性。参照众多 UDRP 已有案例，专家组认为，当争议域名中包含完整商标用词，或与其混淆性相似的用词时，不论争议域名中是否含有其它词语，该争议域名与该商标相同或混淆性相似。参见 Wal-Mart Stores, Inc. 诉 Richard MacLeod d/b/a For Sale, WIPO 案件编号 D2000-0662; Oakley, Inc. 诉 Zhang Bao, WIPO 案件编号 D2010-2289。

此外，通常被投诉人“挪用他人的整个商标并添以描述性或非可区分性词汇的，并不因此避免混淆性相似的认定”（Generally a respondent “may not avoid likely confusion by appropriating another’s entire mark and adding descriptive or non-distinctive matter to it.”）。参见 General Electric Company 诉 CPIC NET and Hussain Syed, WIPO 案件编号 D2001-0087; The Argento Wine Company Limited 诉 Argento Beijing Trading Company, WIPO 案件编号 D2009 0610; PCCW-HKT Data Com Services Limited 诉 Yingke, HKIAC 案件编号 HK-0500065。争议域名“lanvinshoesale.com”在“lanvin”商标之后添加了英文通用词汇“shoe”和“sale”，其中文含义分别为“鞋子”和“销售”，识别功能不强，并不能将争议域名与投诉人所给予人的整体形象区分开。相反，可能加剧消费者的混淆。在争议域名中将“shoe”和“sale”同“lanvin”商标一起使用而形成的“lanvinshoesale”（lanvin 鞋子销售），这一合成词组正好可能误导消费者以为该网站是投诉人鞋类产品的销售网站。参见 Dr. Martens International Trading GmbH, Dr. Maertens Marketing GmbH 诉 Zhao Ke / Hao Domains Services, WIPO 案件编号 D2011-1943; Aventis Pharma SA., Aventis Pharma Deutschland GmbH 诉 Jonathan Valicenti, WIPO 案件编号 D2005-0037; 及 LEGO Juris A/S 诉 Chen Yong, WIPO 案件编号 D2009-1611。

因此，专家组认定，争议域名“lanvinshoesale.com”与投诉人享有权利的“LANVIN”商标混淆性相似。

ii) 关于被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权益

投诉人主张被投诉人对“LANVIN”不享有任何商标权或商号权，投诉人也从未许可被投诉人使用“LANVIN”商标，或授权被投诉人注册任何带有“LANVIN”的域名或其他商

业性标志。被投诉人对争议域名没有任何权利，也从来没有因争议域名而为人所知却仍然出于商业目的使用争议域名。

专家组认为，投诉人指出其从未许可被投诉人使用“LANVIN”或与其有关的任何标志，也从未授权被投诉人注册带有“LANVIN”的争议域名。投诉人已在许多国家和地区注册了“LANVIN”商标，包括中国内地（1980年）。投诉人对该商标在中国的注册先于被投诉人对争议域名的注册（2012年）。同时，投诉人在投诉书中声称争议域名所指向的网站上销售的“LANVIN”产品是假冒的。在考虑投诉人所提交的材料以及网站上所销售的产品价格后，专家组有理由相信网站所销售的产品是假冒的“LANVIN”产品。在这种情况下，被投诉人对争议域名是否享有合法权益负有举证责任。参见 J. Choo Limited 诉 Weng Huangteng, WIPO 案件编号 D2010-0126。

但被投诉人未在规定期限内提交答辩意见，未能证明其已取得与争议域名有关的任何商标权，或争议域名被用于善意提供包含投诉人“LANVIN”商标的商品或服务。无证据表明被投诉人因争议域名而广为人知。亦无证据表明被投诉人对争议域名的使用是合法非商业性的或是正当的。

专家组认定，在投诉人已提供了初步证据证明被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法利益后，被投诉人未能提供任何证据证明其对争议域名享有权利或合法利益。因此，专家组认定被投诉人对争议域名或者其主要部分不享有合法权益。

### iii) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

投诉人称，被投诉人对争议域名的注册和使用均具有恶意，理由包括两项，其一是被投诉人注册争议域名是为了通过不公平的方法利用投诉人“LANVIN”商标的声誉。实际上，被投诉人注册、使用争议域名“lanvinshoesale.com”是企图制造被投诉人网站上所出售的商品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的网站以获取不正当的商业利益；其二是被投诉人注册争议域名的主要目的是为了破坏投诉人的正常业务。争议域名主要由投诉人在时尚界享有巨大声誉并为奢侈品的消费者们所熟悉的“LANVIN”商标构成。然而，被投诉人对“LANVIN”商标没有任何合法权利，也没有获得投诉人的授权以任何方式使用“LANVIN”商标。尽管如此，被投诉人还是在争议域名中使用了投诉人的“LANVIN”商标。并且，被投诉人不仅使用争议域名进行虚假宣传，还利用其销售带有“LANVIN”商标的假冒“LANVIN”品牌产品。被投诉人的上述行为将不可避免的在消费者中产生混淆，误导那些原本希望购买投诉人正品“LANVIN”品牌商品的消费者购买被投诉人销售的假冒 LANVIN 商品。

投诉人的以上主张有其提供的附件 19：投诉人公司副总经理出具的声明；附件 20：公证书[（2013）京中信内经证字 13620 号]，经公证的争议域名“LANVINSHOESALE.COM”解析到的网站上的产品页面等证据支持。被投诉人未就此提供任何答辩。根据投诉人的投诉及其提供的证据，专家组认为，争议域名“lanvinshoesale.com”的主要部分由“lanvin”、“shoe”和“sale”构成，其中“lanvin”并非一个业已存在的其他词汇，也不是任何商品或服务的通用名称，投诉人通过将其注册为商标而对该标志享有排他的商标专用权。经过投诉人的多年经营和广泛宣传，其注册商标“LANVIN”已成为国内外具有一定知名度的商标。且争议域名指向的网站上宣传、销售与投诉人同类型的产

品的事实，表明被投诉人至少对该行业有一定的了解。因此，专家组认为被投诉人在注册争议域名之前理应知晓投诉人的在先商标权，故其注册与投诉人商标相同的争议域名的行为具有恶意。

通过检查争议域名网页的内容，争议域名所指向的网页上使用了投诉人的“LANVIN”商标，被投诉人亦通过该网站宣传、出售带有投诉人商标的产品；且依据投诉人提交的证据，被投诉人在争议域名指向的网站上销售的“LANVIN”商品均为假冒商品，具有明显恶意。鉴于被投诉人对此未持任何异议，专家组对该证据予以认定。被投诉人在其没有任何合法权益的前提下，将与投诉人在先商标混淆性相似的“lanvinshoesale.com”注册为域名，并通过争议域名网站推广、出售带有投诉人商标的产品，上述行为有利用投诉人商标的知名度以增加网站点击量及通过互联网用户的购买获得商业利益之嫌，并在客观上很容易让相关的互联网用户误以为被投诉人与投诉人具有某种联系，从而混淆与投诉人之间的区别，误导公众将被投诉人网站误以为是投诉人自身或其授权的网站进行访问。由此可见，被投诉人注册争议域名并利用投诉人商标的知名度以增加网站点击量来谋取不正当利益的行为构成《政策》第 4b 条的恶意注册和使用域名。

根据上述情况，专家组认定，被投诉人注册争议域名，是有意与投诉人的“LANVIN”商标相混淆，以乘便图利，显属恶意。投诉人的投诉满足《政策》第 4a 条规定的第三个条件。

综上所述，投诉人要求将本案争议域名“lanvinshoesale.com”转移给投诉人的主张，符合《政策》第 4a 条的规定，应予支持。

## 5. 裁决

基于上述事实 and 理由，根据《政策》和《规则》的相关规定，专家组裁决：投诉人就被投诉人注册的争议域名提起的投诉成立，争议域名“lanvinshoesale.com”应转移给投诉人。



---

专家组：严浩

日期： 2013 年 8 月 11 日