



## 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-0700103
Case ID	CN-0600120
Disputed Domain Name	www.mylancome.net
Case Administrator	Xinmin Cui
Submitted By	Lulin Gao
Participated Panelist	
Date of Decision	15-02-2007

### The Parties Information

<b>Claimant</b>	LANCOME PARFUMS ET BEAUTE CIE
<b>Respondent</b>	zhao zuopeng (赵作鹏)

### Procedural History

#### 1、案件程序

本案的投诉人是LANCOME PARFUMS ET BEAUTE & CIE。

被投诉人是zhao zuopeng (赵作鹏)。

本案的争议域名是“mylancome.net”。争议域名的注册商是BIZCN.COM, INC.。

亚洲域名争议解决中心北京秘书处（“中心北京秘书处”）于2006年12月11日收到投诉人根据互联网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独任专家组，审理本案。

2006年12月27日，中心北京秘书处向投诉人发出投诉确认通知，确认收到投诉书，并请求注册商确认注册信息。2007年1月4日，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，被投诉人系争议域名的注册人。同日，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。

2007年1月11日，中心北京秘书处向投诉人发出投诉书确认及送达通知。本案程序于2007年1月11日正式开始。同日，中心北京秘书处向注册商发出程序开始通知。同日，中心北京秘书处向被投诉人发出程序开始通知，并转送业经审查合格的投诉书副本及所有附件材料，要求被投诉人按照规定的期限提交答辩。被投诉人在上述期限内未提交答辩。

2007年2月2日，中心北京秘书处向投诉人及被投诉人发送缺席审理通知，2007年2月5日，中心北京秘书处以电子邮件向拟定专家高卢麟先生传送列为候选专家通知，同日，高卢麟先生回复中心北京秘书处，同意接受指定，并保证在当事人之间保持独立公正。

2006年2月5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。

根据程序规则的规定，专家组应于成立之日（即2007年2月5日）起14日内即2007年2月19日前（含2月19日）就本案争议做出裁决。

### Factual Background

#### For Claimant

#### 2、基本事实

投诉人：本案的投诉人是LANCOME PARFUMS ET BEAUTE & CIE, 地址为29 RUE DU FAUBOURG SAINT-HONORE75008 PARIS FRANCE, 其委托代理人为程学琼。

## For Respondent

被投诉人：被投诉人是zhao zuopeng（赵作鹏），地址为江苏省徐州市的中国矿业大学计算机学院基础部。

## Parties' Contentions

### Claimant

#### 3、当事人主张

投诉人诉称：

（一）投诉人对“LANCOME/兰蔻”商标享有受中国法律保护的注册商标专用权。

投诉人LANCOME PARFUMS ET BEAUTE & CIE（兰金香水美容有限公司）创立于1935年，总部设在法国巴黎，其产品包括护肤、彩妆、及香水系列。

投诉人的“LANCOME/兰蔻”品牌于1935年创立于法国，1964年加盟世界上最大的跨国化妆品集团——欧莱雅公司。目前，“兰蔻/LANCOME”品牌已成为以法国式高贵、优雅闻名于世的全球顶级化妆品品牌。在中国，自1977年起，投诉人在第3、18、25和42类分别注册了一系列“LANCOME”商标。这些商标在争议域名注册时均处于有效期内。

除此之外，投诉人的LANCOME商标还在世界范围内广泛注册和使用。

（二）投诉人拥有各类“lancome”域名。

在中国，投诉人LANCOME PARFUMS ET BEAUTE & CIE（兰金香水美容有限公司）注册了一系列以“lancome”为名的域名，诸如“lancome.com”、“lancome.net”、“lancome.org”、“lancome.info”、“lancome.name”、“lancome.mobi”等等；以及“lancome”的CNNIC通用网址。

（三）投诉人的“LANCOME/兰蔻”商标在中国享有很高的知名度，已被认定为驰名商标。

在国家工商行政管理总局商标局2004年上半年认定的26件驰名商标中，投诉人的“LANCOME/兰蔻”商标名列其中，根据中国《商标法》，作为驰名商标受到特殊的保护。

下面，投诉人将具体阐述“LANCOME/兰蔻”商标的知名度：

如前所述，投诉人公司创立于1935年，总部设在法国巴黎，产品包括护肤、彩妆、及香水三大系列。其拥有遍布全球的科研机构，包括在法国、日本和美国的三大科研中心。投诉人公司自成立后，就推出了5种香水以及两种古龙水等产品，并以其华贵和新颖的风格风靡三十年代。1964年LANCOME品牌归入欧莱雅（L' OREAL）旗下，成为第一个进入欧莱雅集团的高档品牌，并开始迈向国际化发展的道路。1983年，LANCOME产品进入美国最大的百货公司之一——梅西百货，凭借其专业且亲切化的面孔，LANCOME产品当年获得了增幅25%的销售额。经过数十年的发展，到如今，投诉人的LANCOME品牌已发展成为全法国第一和全世界第二的世界高档化妆品品牌。

1993年初，LANCOME品牌正式在中国大型高档百货商店设立专柜，并拥有一批经过专业培训的美容顾问。

1996年，投诉人在上海成立了在中国的第一个专业美容护肤中心及设备完善的美容中心。迄今为止，投诉人在中国22个城市已有45个专柜，在高档百货商店里，其不但出售产品，还提供专业的美容顾问咨询服务，满足了更多目标消费精神层面的需求。据统计，上海太平洋百货淮海店LANCOME专柜年销售额可达到800万元；2003年，杭州大厦的LANCOME销售总额达到1700万元；同年，成都太平洋百货在LANCOME十周年庆典活动中，曾创下单天销售83万的全国纪录。2006年是LANCOME正式进入中国市场的第14个年头。在过去短短十几年间，LANCOME已经跃升成为中国高档化妆品市场的第一品牌，其睫毛膏，眼霜以及晚霜等明星产品的市场份额均超过50%。

为了不断提高自己的知名度和认可度，投诉人通过互联网、电视、广播、VCD、DVD、杂志、报纸、彩色印刷品等多种媒介进行“LANCOME”产品及品牌的宣传和推广，并聘请世界著名电影克林汀娜·荷雅莉（Cristiana Real），依蕾莎·丝特（Ines Sastre），茱莉叶·毕诺许（Juliette Binoche）以及韩国女星李美妍作为兰蔻产品的代言人。2000年，投诉人全年的广告投入达人民币1270万元。另据中国广告网发布的全媒体监测中心出具的资料显示，在2004年1月的全国化妆品平面媒体广告投放排行榜中，投诉人为其“LANCOME”品牌进行了13次广告宣传，广告费用为237.34万元。在2005年3月的全国化妆品平面媒体广告投放排行榜中，投诉人为其

“LANCOME”品牌做了31次广告宣传，广告费用达536万元。

通过有效的经营策略和大量的广告宣传，“LANCOME”品牌获得了极高的知名度和美誉度。国家工商总局商标局在（2003）商标异字第00239号“兰蔻/LANCOME”商标异议裁定书中指出：“异议人商标（兰蔻/LANCOME）经过广泛的宣传和使用，已经成为我国消费者所熟悉的化妆品品牌……”。由此可以看出，行政机关曾对投诉人的“LANCOME”商标的知名度给予了充分肯定。

综上所述，投诉人的“兰蔻/LANCOME”商标作为世界驰名商标当之无愧。

（四）被投诉人注册的域名“mylancome.net”中的主体“mylancome”中的“lancome”部分与投诉人的商标“LANCOME”在读音、字母排序上完全一致，仅仅是大小写的方式不同。且mylancome仅仅是在lancome的前面加上了“my”两个英文字母，“my”的中文翻译为“我的”，容易让消费者将争议域名的主体部分理解为“我的lancome”，具有混淆的可能性。

（五）被投诉人对已注册的“mylancome.net”不享有任何权利和合法的利益关系。

（1）被投诉人不享有“LANCOME”商标专用权。

（2）投诉人从未授权或许可被投诉人使用“LANCOME”商标，也未将“LANCOME”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“LANCOME”商标。

(3) 通过调查证实，争议域名的注册人zhao zuopeng系自然人，他不仅不是投诉人的职员，也没有得到投诉人的授权去注册争议域名，而且，投诉人和被投诉人之间也没有形成诸如委托、合作等任何联系。

(4) 通过调查，被投诉人自抢注争议域名后，一直未实际使用。

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

(六) 被投诉人对争议域名的注册具有恶意。

“LANCOME”作为投诉人的驰名商标，经过投诉人多年的苦心经营和大量的广告宣传，及在世界范围内的广泛注册和使用，已被世界范围内的广大消费者接受和喜爱，在世界上任何一个国家都可以看到投诉人的LANCOME产品。尤其是，“LANCOME”商标在中国已被认定为驰名商标，在质量和服务上享有盛誉，受到特别的关注和保护。因此，被投诉人对投诉人的“LANCOME”品牌理应知晓。在此情况下，被投诉人将投诉人的驰名商标抢注为域名，其恶意十分明显。

另经查询，被投诉人系自然人，并且未与投诉人形成雇佣、授权、委托、合作等任何关系，与争议域名主体的主要部分“lancome”没有丝毫关联，其注册行为不具有任何合法前提。“LANCOME”系投诉人的驰名商标，具有独创性和显著性。被投诉人将投诉人的驰名商标“lancome”作了某种程度的变形后，以“mylancome”的形式注册了争议域名，但是该变形并不能将其域名与投诉人的驰名商标显著区分开来，反而充分暴露了其“搭驰名商标便车”的意图，被投诉人的行为就是故意使相关公众误认为两者之间存在特定的联系，从而发生混淆和误认。

此外，众所周知，注册域名只有和特定的网站联系，才能实现其功能和价值。被投诉人2006年3月就已经完成争议域名的注册，但是，时至今日，将近一年，争议域名仍然处于未使用的状态，“mylancome.net”域名没有指向任何网页，当访问该域名时，网页显示“无法显示网页”。因此，投诉人有理由认为，被投诉人将投诉人的驰名商标申请注册为争议域名不是出于偶然，而是蓄意为之，并且，其目的并不是为了使用，也没有为使用做任何准备，而是为了阻止投诉人合法地注册和使用争议域名。

综上所述，被投诉人注册争议域名的行为具有明显故意性，已属于《统一域名争议解决政策》第4条(b)项之(ii)所指的恶意注册情形，即“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”。并且，根据《最高人民法院关于审理计算机网络域名民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第五条之规定，被投诉人这种将他人的驰名商标注册为域名，并且域名注册后自己并不使用也未准备使用，有意阻止权利人注册该域名的行为，应依法认定为恶意。

(七) 投诉人的补充理由为：

投诉人于2006年12月11日向中心北京秘书处提交了mylancome.net域名投诉，并在12月27日收到来自中心北京秘书处的确认信。

在此期间，投诉人一直在监控争议域名mylancome.net的使用状态，发现在12月11日之前，争议域名一直未投入使用。正如投诉人在投诉书中说明的，当访问该域名时，显示“无法显示网页”。但是12月28日，当投诉人再次访问该争议域名时，该域名指向了一个名为“兰蔻伊人体验中心”的网站。该网站标明其版权所有人为：兰蔻伊人名妆体验中心，其内容包括兰蔻化妆品、兰蔻眼霜、兰蔻香水和兰蔻彩妆。其网站首页的flash图片的左下角有一个长方形的图标，图标中写有“myLANCOME”“兰蔻伊人”，以及“BELIEVE IN BEAUTY”字样。其中，“myLANCOME”中的“LANCOME”与投诉人的商标完全相同，都是大写英文字母，并且“O”上有一撇；“兰蔻伊人”中的“兰蔻”也使用与投诉人中文商标“兰蔻”完全相同的字样。

该网页首页目前正处在被维护的状态，几秒钟后，就会跳转到一个提示“网站正在维护，请稍候访问”的界面。但是通过搜索，投诉人发现了网页www.mylancome.net/51travel.htm，即争议域名的实际内容，从中可以发现，争议域名在大量使用兰蔻产品图片，并宣称自己的业务范围是批发零售进口护肤、香水、洗护等化妆品。据投诉人目前掌握的证据，投诉人从未授权该网站销售兰蔻化妆品。由此可见，争议域名正被人用以非法经营兰蔻品牌的化妆品，并通过争议域名本身及其指向的网页，故意混淆其产品和服务与投诉人的产品和服务的区别，使消费者误认为其就是投诉人，或经投诉人合法授权的兰蔻产品经营者，从而获得非法利益。被投诉人注册和使用该域名的恶意不言自明。其行为不仅符合投诉书所述的《统一域名争议解决政策》第4条b项之(ii)所指的“注册或获得域名的目的是为了阻止商标和服务标记的持有人通过一定形式的域名在互联网上反映其商标”的情形；还符合第4条b项之(iv)所指的“以牟取商业利益的目的出发，故意以连接来源者、赞助者或联接者的形式造成与投诉人所持有的商品或服务标记间的混淆，从而诱使互联网络用户访问其的网站或者其他联机地址，以及订购其的产品或服务”的规定。

## Respondent

被投诉人：

被投诉人没有在规定期限内提交答辩书。

## Findings

### 4、专家意见

根据被投诉人与注册商之间的注册协议，被投诉人同意受《统一域名争议解决政策》（《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) 被投诉人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

关于完全相同或混淆性相似

根据投诉人提交的证据，投诉人的LANCOME商标在世界范围内广泛注册和使用，在中国，投诉人自1977年起分别在第3、18、25和42类注册了一系列“LANCOME”商标。投诉人享有上述商标权利日期早于被投诉人注册争议域名“mylancome.net”的日期（2006年3月14日），并且大多数商标已经完成了续展，目前处于有效期内，如“LANCOME”（注册号：775926），申请日为1993年9月28日，投诉人于2005年5月31日完成续展，有效期至2015年1月13日。据此专家组认定投诉人对于“LANCOME”享有在先的商标权利。

经专家组查证，由于投诉人的规模、影响力以及在中国和世界各个国家和地区的大量的商业活动，投诉人的“LANCOME”商标在中国享有很高的知名度，并在2004年上半年被中国国家工商行政管理局商标局认定为驰名商标。专家组注意到，争议域名的可识别部分“mylancome”实际上是在投诉人的商标标识前增加英文单词“my”而构成的。其中“Lancome”与投诉人的商标“LANCOME”只有大小写的差别，难以起到与投诉人注册商标区分的作用，而“my”系“我的”的意思，在英文中相当常见，应用非常广泛，将两部分组合在一起，通常的含义应当是“我的lancome产品”。鉴于投诉人商标的内在显著性和很高知名度，极易使相关公众误认为该争议域名是投诉人自身所特意使用的，或是误认为该域名是经过投诉人授权使用的，从而认为被投诉人与投诉人具有某种联系，因此，争议域名与投诉人的商标之间存在着足以导致混淆的相似性。

基于以上理由，专家组认为，投诉满足《政策》第4(a)(i)条所述的条件。

### Rights and Legitimate Interests

关于被投诉人权利或合法利益

投诉人主张被投诉人不享有“LANCOME”商标专用权，投诉人从未授权或许可被投诉人使用“LANCOME”商标，也未将“LANCOME”商标转让给被投诉人，被投诉人更未能从其他渠道获得授权或被许可使用“LANCOME”商标。因此，被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法权益。被投诉人没有提交答辩书和证据材料。

专家组认为，投诉人已经就其所知所能提供了初步的证据，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人一方。被投诉人没有提交答辩书和证据材料，未能完成其所承担的举证责任。专家组也无法基于现有证据得出被投诉人就争议域名享有权利或者合法权益的结论。因此，专家组认定，投诉人的投诉符合《政策》第4(a)(ii)条所述的条件。

### Bad Faith

关于恶意

根据《政策》第4(b)条，针对第4(a)(iii)条的恶意注册和使用域名的证据包括但不限于如下情形：

- (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，其注册该域名的目的是为了阻止该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，被投诉人通过制造其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他联机地址者。

根据投诉人提供的相关证据，专家组认为，经过投诉人多年的苦心经营和大量的广告宣传，及在世界范围内的广泛注册和使用，投诉人及其商标“LANCOME”在中国具有很高的知名度。在相关公众心目中，投诉人与“LANCOME”商标已经建立起密不可分的联系。而被投诉人在其没有任何合法权益的前提下，对投诉人具有独创性和显著性的商标稍加变形后即注册为域名，并且用该争议域名注册的网站，宣传销售大量带有“LANCOME”标志的产品，由此可以断定被投诉人对投诉人的“LANCOME”商标完全知晓。在此情况下，专家组认定被投诉人注册争议域名并非巧合，而是蓄意为之，因而，被投诉人注册该争议域名具有恶意。

同时专家组注意到，争议域名在2006年12月11日之前（自注册域名起将近一年）一直处于未使用的状态，当访问该域名时，网页显示“无法显示网页”。而根据投诉人补充提交的证据，2006年12月28日争议域名指向一个名为“兰蔻伊人体验中心”的网页，网页右下角图标中清楚显示“my LANCÔME”“兰蔻伊人”字样。其中，“my LANCÔME”中的“LANCÔME”与投诉人的商标“LANCÔME”完全相同，且以大写英文字母突出使用，特别是“Ô”上的一撇，与投诉人的商标如出一辙。另外，“兰蔻伊人”中的“兰蔻”也使用与投诉人中文商标“兰蔻”完全相同的字样。以上迹象可清楚表明，被投诉人故意制造与投诉人持有的商品标记的混淆，意图诱导公众误以为描绘的是投诉人，故意吸引互联网用户访问被投诉人的网站以谋取商业利益。

此外，专家组发现，被投诉人的网页www.mylancome.net/51traval.htm上大量使用兰蔻产品图片，并宣称自己的业务范围是批发零售进口护肤、香水、洗护等化妆品。很显然，争议域名正被用以非法经营兰蔻品牌的化妆品。据此专家组分析，被投诉人使用与投诉人商标近似的争议域名“mylancome.net”，并且在该网站上大量宣

传、销售投诉人的产品，足以使消费者产生误认，将被投诉人混同于投诉人授权的产品经销商，或认为被投诉人与投诉人具有某种关联关系。因此，本投诉符合《政策》第4(b)(iv)条所述的典型特征，被投诉人注册和使用争议域名的恶意十分明显。

## Status

www.mylancome.net

Domain Name Transfer

## Decision

### 5、裁决

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“mylancome.net”转移给投诉人。

[Back](#)[Print](#)