

亚洲域名争议解决中心

北京秘书处

行政专家组裁决

案件编号: CN0900285

投 诉 人: 古乔古希股份公司 (Guccio Gucci SPA)

被投诉人: Maya

争议域名: guccieshop.com

注册商: XIAMEN CHINASOURCE INTERNET SERVICE CO., LTD.

1、案件程序

2009年6月25日, 投诉人根据互联网络名称及数码分配公司(ICANN)施行的《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之规则》(以下简称《规则》)及亚洲域名争议解决中心(ADNDRC)施行的《统一域名争议解决政策之补充规则》(以下简称《补充规则》), 向亚洲域名争议解决中心北京秘书处(以下简称“中心北京秘书处”)提交了投诉书。

2009年6月25日, 中心北京秘书处向投诉人发送通知, 确认收到投诉书。同日, 中心北京秘书处向域名注册商 XIAMEN CHINASOURCE INTERNET SERVICE CO., LTD.发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。注册商于2009年6月26日回复, 确认争议域名系在该公司注册, 注册人为本案被投诉人。

2009年8月12日, 中心北京秘书处向被投诉人送达了投诉书传递封面, 并转去投诉人的投诉书。

2009年8月28日, 中心北京秘书处在审查认定投诉书符合规定形式, 并收到投诉人缴纳的费用, 的情况下向投诉人、被投诉人及域名注册商发送程序开始通知, 同时告知被投诉人按照《规则》及《补充规则》之规定, 于20个日历日内提交答辩书。

被投诉人未在规定期限内提交答辩书。2009年9月21日, 中心

北京秘书处发出缺席审理通知。

2009年9月21日，中心北京秘书处向薛虹女士发出列为候选专家通知，请其确认是否接受指定，作为本案专家审理案件，并在当事人间保持独立公正。候选专家于2009年9月22日回复中心北京秘书处，同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2009年9月28日，中心北京秘书处向双方当事人及上述专家传送专家指定通知，指定薛虹女士组成一人专家组审理本案。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。

根据《统一域名争议解决政策细则》第6(f)条和第15(b)条，专家组应当在2009年10月12日之前（含12日）将裁决告知中心北京秘书处。

专家组认为，专家组的成立符合《统一域名争议解决政策》和《统一域名争议解决政策规则》的规定。根据《统一域名争议解决政策规则》第11(a)条的规定，除非当事人另有约定或者域名注册协议另有规定，案件程序语言为域名注册协议使用的语言，但是审理案件的专家组有权根据案件的具体情况另行决定。本案域名注册协议使用的语言为中文，因此专家组决定本案的程序语言为中文。

2、基本事实

投诉人：

投诉人古乔古希股份公司（GUCCIO GUCCI SPA）是服装、鞋、皮革制品、包、珠宝、眼镜、香水等时尚奢侈品生产商。“GUCCI”商标是投诉人最重要的时尚品牌，被广泛使用在投诉人生产销售的商品上。在中国，投诉人最早于1983年5月获得对“GUCCI”商标的注册。

被投诉人：

被投诉人是 Maya，于2009年3月27日注册了争议域名 guccishop.com。

3、当事人主张

投诉人：

(1) 投诉人对“GUCCI”享有注册商标专用权，争议域名 guccieshop.com 与投诉人的在先“GUCCI”商标构成混淆性相似。

投诉人对争议域名的显著部分“GUCCI”享有注册商标专用权，并且“GUCCI”商标具有极高的知名度。投诉人古乔古希股份公司（GUCCIO GUCCI SPA）是世界著名的时尚奢侈品生产商，其高档豪华产品（包括服装、鞋、皮革制品、包、珠宝、眼镜、香水等）畅销全世界。“GUCCI”商标是投诉人名下最重要的时尚品牌，被广泛使用在投诉人生产销售的商品上。

在中国，投诉人最早在 1983 年 5 月获得对“GUCCI”商标的注册，包括在国际分类第 18 类的 177032 号和 178080 号注册；在第 3 类的 177031 号和 178081 号注册；在第 6 类的 177030 号注册；在第 14 类的 177034 号和 178082 号注册；在第 25 类的 177033 号和 178083 号注册；在第 34 类的 177035 号和 178085 号注册。这些注册经续展至今有效。目前，投诉人的“GUCCI”商标已分别在中国第 2、3、6、8、9、14、16、18-30、32 和 34 类等 22 个类别商品上获得注册。

GUCCI 品牌产品在全球六十多个国家和地区进行销售，其营业额连年递增。2001 年 GUCCI 品牌产品全球的年营业收入达 15 亿美元，到 2005 年，GUCCI 品牌产品在全球的年销售收入增至 18.07 亿欧元。通过广泛的使用和宣传，GUCCI 品牌已经在世界范围内具有极高的知名度。GUCCI 品牌在 2003 年美国《商业周刊》评出的 100 个最有价值品牌中列第 53 位，在奢侈品领域中列第二位；2006 年，GUCCI 品牌再度入选美国《商业周刊》评出的“2006 全球最佳品牌”位列第 46 位，是排名最高的意大利品牌，其品牌价值高达 71.58 亿美元。

在中国，GUCCI 商品在全国大中城市均有销售。GUCCI 商标于

1999 年和 2000 年两次被商标局列入《全国重点商标保护名录》。在北京市工商局和上海市工商局发布的禁止经销假冒外国知名品牌商品的通告中，GUCCI 均名列其中。2007 年，GUCCI 还作为国际知名品牌在中国工商报上进行集中展示。另外，中国商标局和商标评审委员会在相关异议或者异议复审裁定中都确认 GUCCI 商标系“世界驰名商标”，“已具有较高知名度”，或者“享有较高的知名度”等。

综上，投诉人对 GUCCI 拥有注册商标专用权，该商标在中国和世界范围内具有极高的知名度。

争议域名 guccieshop.com 的有效部分 guccieshop 与投诉人的 GUCCI 商标构成混淆性相似。争议域名的有效部分为“guccieshop”，由两部分组成，一部分是与投诉人的商标完全相同的“GUCCI”，另一部分是“eshop”。“eshop”的中文意思是“网店”，不具有任何显著性，相关公众难以识别。鉴于“GUCCI”商标具有极高的知名度和极强的显著性，公众容易关注“guccieshop”中的“GUCCI”部分而忽略“eshop”部分。被投诉人对争议域名的使用会使相关公众认为 guccieshop.com 与投诉人之间存在一定的联系，甚至认为使用该域名的网站是投诉人的网站之一而进入浏览。

中国商标局和商标评审委员会颁布的《商标审查标准》第三部分关于“商标相同或近似的审查”第四/16 规定：“商标完整地包含他人先具有一定知名度或者显著性较强的文字商标，易使相关公众对商品或者服务的来源产生误认的，判定为近似商标。”因此，比照该标准可以确定“guccieshop”与“GUCCI”构成混淆性近似。

实践中，任何在“GUCCI”的基础上附加字母、图形后的标志，均被商标行政机关认定为与“GUCCI”相近似。

2009 年 5 月 27 日亚洲域名争议解决中心也曾因与“GUCCI”商标构成混淆性相似而裁决撤销争议域名“guccicomte.com”。

综上，争议域名 guccieshop.com 与投诉人的“GUCCI”商标极其相似，足以导致混淆，构成混淆性相似。

（2）被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益

根据 whois 数据库查询，被投诉人为 Maya，其并未获得对“guccieshop”的商标注册，也未发现被投诉人对争议域名享有其他权利。投诉人与被投诉人之间没有任何业务往来，也从未授权或许可被投诉人使用其“GUCCI”商标。因此，被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益。

（3）被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

从使用争议域名的网站 www.guccieshop.com 来看，该网站大量销售假冒 GUCCI 品牌的包类和腰带类产品（投诉人从未授权该网站销售 GUCCI 商品），这些假冒 GUCCI 品牌的商品的销售价格与真品相差数倍，极大地破坏了投诉人的正常业务经营活动和国际豪华品牌形象，而被投诉人却从中牟取了非法商业利益。

《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第一条（三）规定：将与他人注册商标相同或者近似的文字注册为域名，并且通过该域名进行相关商品交易的电子商务，容易使相关公众产生误认的，属于商标法第五十二条第（五）项规定的给他人注册商标专用权造成其他损害的行为。

另外，鉴于“GUCCI”商标自 1983 年开始在中国即获得在包类和腰带类商品上的注册，在包类和腰带类商品上具有极高的知名度，被投诉人作为同行业的经营者，在注册争议域名之前应当知道“GUCCI”为投诉人的商标，在其自身对“GUCCI”标志不享有在先权利及合法权益的情况下，以“GUCCI”为核心部分申请注册域名，足以说明被投诉人注册域名时即具有一定的傍“GUCCI”这一国际知名品牌的恶意。

由此可见，被投诉人通过注册 guccieshop.com 域名，造成与投诉人的“GUCCI”商标的混淆，诱使公众访问使用该域名的网站，然后在网站上大量销售假冒“GUCCI”商标的商品，谋取非法商业利益，极大地破坏了投诉人的正常业务经营活动和国际豪华品牌形象。

象，其注册和使用争议域名的恶意十分明显。同时也阻碍了投诉人进一步通过域名的形式在互联网上反映其商标。被投诉人的行为符合《统一域名争议解决政策》第 4 条 b 项中的 ii、iii、iv 款所规定的恶意注册和使用域名的行为。

综上所述，投诉人的投诉符合《统一域名争议解决政策》第 4 条 a 项的规定。投诉人请求专家组裁定撤销争议域名“guccieshop.com”。

被投诉人：

被投诉人没有提交答辩。

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》的约束。《统一域名争议解决政策》适用于本项争议解决程序。

《统一域名争议解决政策》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) 争议域名与投诉人拥有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性地相似；且

(ii) 被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益；且

(iii) 被投诉人对争议域名的注册和使用均为恶意。

根据以上规定，专家组就本投诉发表如下意见：

关于完全相同或混淆性相似

投诉人的商标为“GUCCI”，最早于 1983 年 5 月在中国注册。投诉人的商标注册至今合法有效。

争议域名为“guccieshop.com”。除了代表通用顶级域名的字符

“.com”，被投诉人选择注册的部分为“guccieshop”。其中“gucci”与投诉人的注册商标相同，“eshop”则是表示“电子商店”、“网络销售”等含义的通用英文词语，无法使整个争议域名实质性地区别于投诉人的商标 GUCCI。因此，专家组认为，争议域名与投诉人的注册商标混淆性近似，投诉满足《统一域名争议解决政策》第 4(a)(i) 条规定的条件。

关于被投诉人权利或合法权益

投诉人主张被投诉人对争议域名不享有任何合法权益。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《统一域名争议解决政策》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，专家组认为，被投诉人就争议域名不享有权利或者合法权益，投诉满足《统一域名争议解决政策》第 4(a)(ii) 条规定的条件。

关于恶意

根据投诉人提供的公证证据，使用争议域名建立的网站 <http://www.guccieshop.com> 大量出售假冒 GUCCI 标识的皮包等商品。被投诉人对此未加反驳，也未能提供相反证据。专家组对上述公证证据予以采信。

被投诉人作为争议域名的注册人和持有人，对争议域名的使用拥有完全的控制权，必须对由争议域名的使用所引发的纠纷负责。被投诉人并未证明存在争议域名被他人擅自使用或者劫持的情形，因此争议域名在网站上的使用即为被投诉人的使用。

投诉人的商标 GUCCI 早就注册和使用在皮包等商品上，并在相关市场建立了较高的知名度。被投诉人在争议域名网站上销售假冒 GUCCI 商标的皮包等商品，显然属于故意为之。被投诉人使用与投

诉人的注册商标 GUCCI 混淆性近似的争议域名，吸引消费者访问销售假冒 GUCCI 商品的网站，其行为足以误导互联网用户，欺骗消费者，扰乱市场秩序。

因此，专家组认定，被投诉人的争议域名“guccieshop.com”的注册和使用具有《统一域名争议解决政策》第 4(b)(iv)条所述的恶意，投诉满足《统一域名争议解决政策》第 4(a)(iii)条规定的条件。

5、裁决

综上所述，专家组认为，投诉符合《统一域名争议解决政策》第 4(a)条规定的三个条件，即“争议域名与投诉人拥有权利的商品商标或服务商标混淆性地近似”，“被投诉人就争议域名不享有权利或合法利益”，以及“被投诉人出于恶意注册并使用争议域名”。

根据《统一域名争议解决政策》第 4(i)条和《统一域名争议解决政策规则》第 15 条的规定，专家组决定将争议域名“guccieshop.com”的注册予以注销。

独任专家：薛虹

二〇〇九年十月十二日