

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：CN-1200533

投 诉 人：东方风行（北京）商贸有限公司
被投诉人：Li xiaolong
争议域名：lafasotuan.com
注 册 商：江苏邦宁科技有限公司

1、案件程序

2012年3月2日，投诉人根据互联网名称及数字地址分配机构（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，并选择由一人专家组审理本案。

2012年3月13日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人发出通知，确认收到投诉书。同日，中心北京秘书处向ICANN和域名注册商江苏邦宁科技有限公司发出注册信息确认函，要求其确认注册信息。2012年3月13日，注册商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。

2012年3月14日，中心北京秘书处向被投诉人传送了投诉书传递封面，并转去投诉人的投诉书。

2012年3月20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，转送已经审查合格的投诉书及其附件，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投诉人传送投诉书确认及送达通知，确认投诉书已于同日经审查合格并送达被投诉人，本案程序于2012年3月20日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件向ICANN和争议域名的注册商江苏邦宁科技有限公司传送程序开始通知。

2012年4月8日，中心北京秘书处收到被投诉人提交的答辩书。2012年4月9日，中心北京秘书处向投诉人传送答辩转递通知，将被投诉人的答辩书转递给投诉人。

2012年4月9日，中心北京秘书处向投诉人和被投诉人传送专家选择通知，要求双方对五位候选专家进行排序选择。

2012年4月9日，中心北京秘书处收到投诉人提交的专家排序。

2012年4月10日，中心北京秘书处收到被投诉人提交的专家排序

2012年4月11日，中心北京秘书处根据双方当事人对专家的选择，向高卢麟先生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。2011年4月11日，候选专家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。

2012年4月11日，中心北京秘书处向双方当事人及上述拟指定专家传送专家指定通知，指定高卢麟先生为本案独任专家，成立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《规则》第6(f)条和第15(b)条，专家组应当在成立之日（即2012年4月11日）起14日内即2012年4月25日前（含25日）就本案争议作出裁决。

2、基本事实

投诉人：

本案的投诉人是东方风行（北京）商贸有限公司，地址为北京市朝阳区八里庄东里1号莱锦创意产业园CN13号楼。本案中，投诉人授权的代理人为李非。

被投诉人：

被投诉人是Li xiaolong。其在域名注册信息中预留的电子邮件地址是hxwlong@163.com。被投诉人于2011年6月13日通过江苏邦宁科技有限公司注册了本案争议域名“lafasotuan.com”。

3、当事人主张

投诉人诉称：

“LAFASO”是投诉人所运营网站乐蜂网的英文名称，投诉人自2008年起在多个类别上注册了“LAFASO”及“LAFASO 乐蜂网”商标，同时注册并持有“lafaso.com”域名。通过持续使用，“LAFASO”及乐蜂网为公众广泛知晓。被投诉人注册的“lafasotuan.com”域名主体部分与投诉人享有在先权利的“LAFASO”商标构成混淆性近似，被投诉人对“lafasotuan”没有在先权利，其对争议域名的注册及使用均有恶意。故此，投诉人请求专家组裁决将争议域名转移给投诉人。

(1) 投诉人基本情况

投诉人负责运营国内第一个拥有专家明星进驻、以提供“女性时尚解决方案”为服务宗旨的大型 B2C 电子商务网站——乐蜂网(www.lafaso.com)，乐蜂网销售的商品涵盖化妆品、护肤品、服装服饰、保健品等女性时尚产品。自2008年上线以来，乐蜂网的业务规模增长迅速，目前用户已达400余万。

“LAFASO”既是乐蜂网的英文名称也是该网所用域名的主要构成部分，其由网站服务宗旨的英文表述“Lady Fashion Solution（女性时尚解决方案）”三个英文单词的各自前两个字母组合而来。网站的中文名称“乐蜂网”，除了与“LAFASO”发音近似之外，也来自于“快乐的小蜜蜂”的概念。

随着乐蜂网业务规模和影响力的不断扩大，“LAFASO”具有了越来越高的显著性和知名度，同时也在消费者眼中和乐蜂网形成了唯一对应关系。

(2) 被投诉的域名与投诉人享有民事权利的名称或标志构成混淆性近似

为保护“LAFASO”和“乐蜂网”两个无形资产，投诉人自2008年起在第35类注册了“LAFASO 乐蜂网”商标，在第3、4、5、8、9、10、11、16、18、20、21、22、23、24、26、27、30、35、41类注册了“LAFASO”商标。投诉人还在2008年4月注册了“lafaso.com”域名并一直持有该域名。

争议域名的显著部分由“lafaso”和“tuan”两部分组成。就后一部分“tuan”而言，由于目前电子商务领域团购业务的普遍开展，许多网站在一级域名或二级域名中使用“团”的汉语拼音“tuan”来表示其开展的团购业务，如 F 团(ftuan.com)、窝窝团(55tuan.com)、京东团购(tuan.360buy.com)，因此争议域名中的“tuan”属于行业通用语，除标识业务类型外，不具有显著的识别性，起到识别作用的实际是争议域名的前一部分“lafaso”。而“lafaso”与投诉人享有权利的商标“LAFASO”的拼写相同，由此导致争议域名与投诉人的注册商标构成近似。

“LAFASO”不是英文单词，没有固定含义，但投诉人通过乐蜂网的持续经营行为使“LAFASO”不再是字母的任意组合，而成为具有独特含义与显著识别性的商业标识，并在消费者中间与“乐蜂网”形成唯一对应关系，在此前提下，消费者很容易将争议域名误认作“乐蜂团”或者误认为争议域名与乐蜂网存在关联关系。由于电子商务领域团购业务的普及，并且投诉人的乐蜂网也开展了此项业务，因此争议域名与投诉人的商标间的这种近似关系足以导致消费者产生混淆。

基于上述分析，投诉人认为争议域名由投诉人具有独特识别性的商标与团购行业的通用语组合而成，能够对消费者产生误导，因此同投诉人商标构成混淆性近似。

(3) 被投诉人对该域名或其主要部分不享有合法权益

投诉人在中国商标网上的查询结果显示，被投诉人目前对争议域名的主要部分“lafasotuan”未注册任何商标，其名称“li xiaolong”与“lafasotuan”也没有任何关系，因此对争议域名的主要部分不享有合法权益。

(4) 被投诉的域名持有人对域名的注册和使用具有恶意

投诉人早在 2008 年就注册了“LAFASO”商标及域名，通过后续使用已使“LAFASO”商标的知名度日益提升，为广大消费者所熟知，在这种情况下，被投诉人在 2011 年 6 月 13 日注册了与投诉人商标近似的域名，属于利用他人商业影响力为自己牟利的典型搭便车行为，其注册具有明显的恶意。

争议域名被用于开展服装和鞋类团购业务，网站最初名称为“乐蜂团”，

2011 年底投诉人发现该网站后，曾致函要求其更改名称并停止使用争议域名，此后网站更名为“645 团”并使用至今，但该网站上的一些商品图片仍保留有“乐蜂团”字样。由于投诉人的乐蜂网也开展团购业务并在相应页面使用了“玩转乐蜂团”名称，可见，“645 团”网站使用与投诉人商标近似的网站名称和域名，意在混淆市场，引诱消费者访问并利用投诉人商标的知名度谋取不当利益。

由于争议域名网站的备案信息显示其为个人网站，且网站仅有 QQ 号作为联系方式，投诉人无法确定该网站是否为被投诉人所实际使用。如果被投诉人与争议域名网站的使用人系同一人，则前面所述“645 团”网站的使用状况足以说明被投诉人对争议域名的使用具有恶意。

如果被投诉人注册争议域名目的是供他人使用，那么由于争议域名利用了投诉人“LAFASO”商标及域名的知名度，从而使被投诉人通过争议域名牟取不当利益的机会显著提高，因此被投诉人的恶意仍然存在。实际上，如果将争议域名与“645 团”网站之前使用的名称、从事的业务类型联系起来看，投诉人认为被投诉人即便不是争议域名网站的实际使用人也必然与该实际使用人存在直接利害关系，否则无法解释被投诉人如何可以预知未来使用者的业务需求而提前为其量身定制注册了争议域名。

综上，“LAFASO”是投诉人所运营网站乐蜂网的英文名称和注册商标，为公众广泛知晓。被投诉人注册的“lafasotuan.com”域名主体部分与投诉人享有在先权利的“LAFASO”商标构成混淆性近似，被投诉人对“lafasotuan”没有在先权利，其对争议域名的注册及使用均有恶意。因此，根据解决办法的规定，并基于上述事实 and 理由，投诉人请求本案专家组裁决：将本案争议域名“lafasotuan.com”转移给投诉人。

被投诉人答辩称：

lafasotuan.com 简介：注册于 2011 年 6 月 13 号，并在 2011 年 7 月上旬上线（取名：乐蜂团）。于 2011 年 12 月 31 日收到东方风行（北京）商贸有限公司侵权通知函。收到后已及时将“乐蜂网”等相关信息删除，并将网站名称改为“645 团”。

针对 CN-1200533 号“lafasotuan.com”域名争议案被投诉人做出以

下辩驳:

(1) 域名“lafasotuan.com”与普通商标“LAFASO 乐蜂网”(3、4、5、8、9、10、11、16、18、20、21、22、23、24、26、27、30、35、41类)无直接关系。

(2) 2012年1月1日之前网站名称“乐蜂团”并非恶意使用与“乐蜂网”竞争(lafasotuan.com创建早于tuan.lafaso.com乐蜂网团购频道),且“乐蜂团”与商标“LAFASO 乐蜂网”(3、4、5、8、9、10、11、16、18、20、21、22、23、24、26、27、30、35、41类)无直接关系。

(3) 在收到侵权通知函时已积极给予配合,删除相关信息,并将网站名称修改为:“645团”。“645团”与普通商标“LAFASO 乐蜂网”无直接关系。

(4) 商标权人一般不得以商标先占权而剥夺他人的域名权。更何况域名“lafasotuan.com”与普通商标“LAFASO 乐蜂网”(3、4、5、8、9、10、11、16、18、20、21、22、23、24、26、27、30、35、41类)无直接关系。

(5) 若东方风行(北京)商贸有限公司恐“lafasotuan.com”存在不利于“乐蜂网”,被投诉人愿意以合理的价格将域名转让给东方风行(北京)商贸有限公司。

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《政策》的约束。《政策》适用于本项争议解决程序。

《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。

关于完全相同或混淆性相似

专家组认为，根据《政策》第 4(a)(i)条的规定，投诉人对其主张权利的商标享有在先商标权，是投诉能够得到支持的前提。

投诉人提交的商标注册证复印件及商标信息打印件表明：投诉人在第 35 类“为零售目的在通讯媒体上展示商品；数据通讯网络上的在线广告；广告设计；商业管理咨询（顾问）；为消费者提供商业信息和建议（消费者建议机构）；进出口代理”等服务项目上申请了第 6843973 号“LAFASO 乐蜂网”商标，该商标于 2010 年 7 月 28 日获准注册；同时，投诉人还在第 3、4、5、8、9、10、11、16、18、20、21、22、23、24、26、27、30、35、41 类等商品或服务类别上申请注册了“LAFASO”商标，上述商标经核准注册，至今合法有效。

专家组注意到，除了投诉人申请注册在第 35 类服务上的第 8824571 号“LAFASO”商标的注册日期为 2011 年 12 月 7 日，投诉人据以提出投诉的其他商标的注册日期均早于本案争议域名的注册日期（2011 年 6 月 13 日）。因此，专家组认定投诉人对“LAFASO”享有在先的商标权利。

下面进一步分析本案争议域名与投诉人享有在先权利的商标是否构成混淆性近似的问题：

专家组认为，争议域名“lafasotuan.com”的可识别部分为“lafasotuan”，其中，“lafaso”与投诉人享有在先商标权利的标志“LAFASO 乐蜂网”中的“LAFASO”除大小写的细微差别外毫无二致，与“LAFASO”商标除字体上的细微变化外极为近似。

对于“lafasotuan”中的“tuan”，投诉人主张，许多网站在一级域名或二级域名中使用“团”的汉语拼音“tuan”来标示其开展的团购业务，如 F 团(ftuan.com)、窝窝团(55tuan.com)、京东团购(tuan.360buy.com)，因此争议域名中的“tuan”属于行业通用语，除标识业务类型外，不具有显著的识别性。被投诉人未对此予以反驳，同时，投诉人提交的证据显示，被投诉人将争议域名网站用于团购业务，被投诉人亦在答辩中承认其曾将

争议域名网站命名为“乐蜂团”。

结合被投诉人的答辩及其将争议域名用于团购业务的相关证据，专家组认可投诉人关于“tuan”为业务类型的描述用语的主张。由于“lafaso”为投诉人独创的臆造词，具有较强的内在显著性，应视为争议域名的主要识别部分。被投诉人将“lafaso”与“tuan”组合注册争议域名，极易使相关公众误认为其与投诉人或与投诉人有关联关系的主体相关，进而导致混淆。因此，争议域名“lafasotuan.com”与投诉人的在先商标“LAFASO 乐蜂网”以及“LAFASO”构成混淆性近似。

综上所述，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。

关于被投诉人权利或合法权益

投诉人主张，其在中国商标网上查询，被投诉人目前对争议域名的主要部分“lafasotuan”未注册任何商标，其名称“li xiaolong”与“lafasotuan”也没有任何关系，因此对争议域名的主要部分不享有合法权益。

被投诉人虽然提交了答辩，但并未对其就本案争议域名享有的权利或合法权益进行说明，也没有提供相应的证明材料予以证明。

专家组认为，投诉人已经提供了初步的证据，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，被投诉人需自己证明其权利或合法权益。然而被投诉人却未对此提出具体答辩与证据材料，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，投诉人的投诉符合《政策》第 4(a)(ii)条所述的条件。

关于恶意

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。

投诉人主张其负责运营乐蜂网(www.lafaso.com)，该网站销售的商品涵盖化妆品、护肤品、服装服饰、保健品等女性时尚产品，目前用户已达400余万；“LAFASO”既是乐蜂网的英文名称也是该网所用域名的主要构成部分，随着其经营的乐蜂网业务规模和影响力的不断扩大，“LAFASO”具有了越来越高的显著性和知名度，同时也在消费者眼中和乐蜂网形成了唯一对应关系。

投诉人对于其主张仅仅提供了乐蜂网(www.lafaso.com)的网站页面打印件以及该网站的域名注册信息，除此之外没有提供其他能够证明其商标及网站享有较高知名度的证据。

但是，专家组注意到，投诉人提供的争议域名网站页面打印件显示，争议域名网站描述为“乐蜂 乐蜂网 乐蜂团购官网”，争议域名网站ICP备案信息显示，网站名称为“乐蜂网”。而“乐蜂网”与投诉人的注册商标“LAFASO 乐蜂网”的中文部分以及投诉人网站的中文名称完全一致。争议域名网站页面还突出显示了“乐蜂团”、“乐蜂团在线客服”等字样。被投诉人在答辩中亦承认争议域名网站于2011年7月上旬上线，并取名“乐蜂团”。被投诉人还答辩称争议域名网站名称“乐蜂团”并非恶意使用与“乐蜂网”竞争，且“lafasotuan.com”的创建早于“tuan.lafaso.com”乐蜂网团购频道。专家组注意到投诉人的团购频道页面上也显示“玩转乐蜂团”字样。

基于投诉人提供的争议域名网站的使用证据、争议域名网站ICP备案

信息以及被投诉人的答辩，专家组可以合理推定，被投诉人在注册争议域名前已经知晓投诉人的“LAFASO 乐蜂网”、“LAFASO”商标以及投诉人所经营的网站(www.lafaso.com)；同时，投诉人提交的证据表明争议域名网站出售服装，而服装亦是投诉人所营销的产品类型之一。因此，被投诉人对争议域名网站的命名、描述以及相关使用表明，其意图制造争议域名网站与投诉人商标之间在来源者、赞助者、附属者方面的混淆，从而吸引网络用户访问争议域名网站，谋取商业利益。

尽管被投诉人答辩称“在收到侵权通知函时已积极配合，删除相关信息，并将网站名称修改为：‘645 团’”，但是专家组注意到争议域名网站在“合作伙伴”一栏仍然显示“乐蜂团”字样。考虑到投诉人“LAFASO 乐蜂网”、“LAFASO”的较强显著性，以及其与“乐蜂网”之间的密切联系，经被投诉人修改后的争议域名网站仍有误导相关公众之嫌。

因此，专家组认为，本投诉符合上述《政策》第 4(b)(iv)条规定的恶意情形，被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

5、裁决

综上所述，专家组认为，投诉符合《政策》第 4(a)条规定的所有三个条件。因此，根据《政策》第 4 条、《规则》第 15 条的规定，专家组裁决将争议域名“lafasotuan.com”转移给投诉人东方风行（北京）商贸有限公司。

独任专家：高长麟

二〇一二年四月二十五日