

# 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-1200577

---

投 诉 人: Otis Elevator Company (奥的斯电梯公司)

被投诉人: XiAo elevator (西奥电梯)

争议域名: chinaots.com

注 册 商: 北京新网数码信息技术有限公司

---

## 1、案件程序

2012年7月6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。

2011年7月9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和域名注册商北京新网数码信息技术有限公司发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。2012年7月9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7月11日, 中心北京秘书处向被投诉人传送投诉书传递封面, 转去投诉人的投诉书。

2012年7月19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, 确认投诉书已于同月经审查合格并送

达被投诉人，本案程序于 2012 年 7 月 19 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北京新网数码信息技术有限公司传送程序开始通知。

由于被投诉人未在规定期限内就本案域名争议向投诉人及中心北京秘书处提交答辩，中心北京秘书处于 2012 年 8 月 9 日向投诉人和被投诉人传送缺席审理通知。

2012 年 8 月 9 日，中心北京秘书处向唐广良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。2012 年 8 月 10 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 8 月 10 日，中心北京秘书处以电子邮件向双方当事人及上述拟指定专家传送专家指定通知，确定指定唐广良先生为本案专家，成立一人专家组，审理本案。案件于同日移交专家组。

根据《规则》以及《补充规则》的规定，专家组应于成立之日（即 2012 年 8 月 10 日）起 14 日内，即 2012 年 8 月 24 日前（含 24 日）就本案作出裁决。

## 2、基本事实

投诉人：

本案投诉人是 Otis Elevator Company (奥的斯电梯公司),注册地址是美国康涅狄格州法明顿镇农庄泉 10 号。在本案中，投诉人委托的代理人是广东实德律师事务所的郭旭辉。

被投诉人：

本案被投诉人是 XiAo elevator (西奥电梯)，其在域名注册信息中预留的地址是中国广东省佛山市南海区里水镇和顺共同工业区 1113 号。被投诉人于 2010 年 1 月 9 日通过域名注册商北京新网数码信息技术有限公司注册了本案争议域名“chinaots.com”。

### 3、当事人主张

#### 投诉人诉称：

(1) 投诉人对“OTIS”享有受中国法律保护的权利，依据包括：

投诉人于 1898 年在美国成立，一直致力于研究、开发和制造各类电梯、升降设备以及其他水平运输系统。一百多年后的今天，投诉人已经成为世界上最大的电梯、升降设备及其他水平运输系统生产商。目前，共有 190 万部 OTIS 电梯及 13 万部 OTIS 扶梯运行在全球各个国家和地区。与此同时，投诉人负责维修并保养着全球 160 万部直梯及扶梯。投诉人的产品覆盖全球 200 多个国家和地区。投诉人是目前世界上最大的电梯公司，其电梯年销售是排名第二位和第三位的总和。世界上最高的 100 座建筑物中有 64 座采用了 OTIS 品牌电梯。世界著名的建筑物如纽约帝国大厦、巴黎艾菲尔铁塔、世界第一高塔——加拿大多伦多电视塔、香港汇丰银行大厦、香港中环广场、迪拜塔等等均采用了 OTIS 电梯。投诉人在全球共有 62,000 名员工，其中 53,000 工作在除美国之外的其它国家和地区。投诉人 2006 年收入达 103 亿美元，其中 80% 来自于美国之外的全球其他公司。

OTIS 电梯是进驻中国市场最早的电梯品牌，早在 1902 年上海已经有了 OTIS 电梯的身影（1902 年上海和平饭店安装 2 台 OTIS 电梯），OTIS 在中国的发展已经有了 100 多年的历史。改革开放以来，投诉人先后在国内多个地方设立了多家子公司，如奥的斯电梯（中国）有限公司、奥的斯电梯（中国）投资有限公司、天津奥的斯电梯有限公司、广州奥的斯电梯有限公司、上海奥的斯电梯有限公司、北京奥的斯电梯有限公司等。这些公司都在生产和销售各类型的 OTIS 品牌电梯。目前中国众多著名建筑均采用了投诉人在华子公司生产的 OTIS 电梯，其中包括东方明珠塔、广州塔、中国科学技术馆、国家游泳中心（水立方）等。而中国上海 2010 年世博会中，投诉人作为最大的电梯供应商为世博会提供了 169 部电梯和自动扶梯。

自上世纪 70 年代始，投诉人即在多个类别向中国商标局申请注册“OTIS”商标并获准注册。截至目前，投诉人在中国已享有超过

20个与“OTIS”相关的商标专用权，核定的商品和服务类别遍及第3类、第4类、第6类、第7类、第9类、第12类、第16类、第37类以及第42类。“OTIS”商标作为投诉人使用于电梯、升降设备以及运输机等商品和相关服务的注册商标。

此外，自上世纪初开始，投诉人便开始在美国、新加坡、英国、日本、澳大利亚、新西兰等全球一百多个国家和地区注册了“OTIS”商标。

投诉人不但拥有“OTIS”的商标专用权，更在世界各地注册和长期使用了大量“OTIS”及包含“OTIS”的域名，其中包括 otis.com、otis.com.cn、expressotis.com.cn 等。

此外，“OTIS”作为投诉人的商号，经过投诉人的长期宣传使用，在中国大陆地区已经具有一定的知名度。国家工商行政管理总局商标评审委员会于《关于第4624115号 XIOTIS 商标异议复审裁定书》中予以确认。

(2)被投诉域名与投诉人享有民事权益的注册商标及商号相似，具有足以导致混淆的相似性。

投诉人称，被投诉域名“chinaots.com”中的可识别部分“chinaots”系由“china”与“ots”两部分构成，“china”的中文意思为“中国”，而核心部分“ots”是对投诉人“OTIS”注册商标的减字母变形，与“OTIS”注册商标构成近似，且读音相同。虽然被投诉人在“ots”前加上“china”，但“chinaots”整体无含义，不具备任何显著性和独创性，反而使相关公众误以为是“中国奥的斯”的意思。被投诉人在其宣传的过程中，也是对争议域名所指向的网站以中国奥的斯名义进行宣传，故意引诱网络用户访问被投诉人网站，借助投诉人的知名度和信誉度，企图牟取不正当商业利益。被投诉人在相关的网页上均特别表述为其“公司网站www.chinaOTS.com（中国奥的斯）”，被投诉人故意突出与OTIS注册商标相近似的“OTS”，且在旁边特别标注为中国奥的斯的网站，其行为就是刻意模仿投诉人享有盛誉的“OTIS”商标，造成网络用户以为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存在关联关系，严重混淆市场秩序。

投诉人的“OTIS”商标并非英文中的常用词汇，而是投诉人创始人伊莱沙·格雷夫斯·奥的斯先生的姓氏。被投诉域名包含了“OTIS”注册商标的主要内容，“OTS”为被投诉域名的显著识别部分。同时，奥的斯公司成立于美国，在中国各地投资成立了多个子公司和关联公司，被投诉域名在“OTS”注册商标前加上“china”，即“中国”之意，直接让相关公众误以为就是中国奥的斯的网站。因此，被投诉域名很容易让相关公众误认为该域名链接的网页是投诉人在中国地区或投诉人的子公司中国奥的斯公司或关联企业的网页，严重混淆视听，误导相关公众。

同时，投诉人所注册的“OTIS”商标主要是在电梯产品及相关服务上使用的。而被投诉人所注册的争议域名“chinaots.com”指向的网站系用于生产、销售、保养服务。两者属于同一种类的商品和服务。

因此，把投诉人持有的“OTIS”商标简易变形为“chinaots”并注册为域名，将误导消费者，并容易使相关公众误以为该域名与投诉人及投诉人在华子公司相关。鉴于投诉人所持有的“OTIS”商标在我国已经具有较高的知名度，且为显著性较强的文字，被投诉人将其注册为域名足以导致消费者混淆该域名的持有人，以及通过该域名发布消息的行为人。

**(3) 被投诉域名的持有人对争议域名和/或其主要部分不享有合法权益**

首先，投诉人早在 1979 年就开始在中国境内申请注册多个“OTIS”商标。目前，投诉人所持有的“OTIS”商标的注册日期均远远早于争议域名的注册日期。因此，除非获得投诉人的许可，任何人不得以任何方式使用“OTIS”商标或故意使用与“OTIS”相近似的商标。而投诉人从未授予被投诉人以任何方式使用“OTIS”商标。

其次，根据投诉人在中国商标局的官方网站（<http://sbcx.saic.gov.cn/trade/index.jsp>）上对被投诉人名下的商标进行的查询结果，被投诉人并未就“OTIS”或“chinaots”享有任何注册商标专用权。

#### （4）被投诉人对被争议域名的注册具有恶意。

投诉人的“OTIS”商标并不具有通常含义。同时，投诉人在中国及世界范围内均具有极高的知名度和美誉度。关于“OTIS”注册商标的知名度和美誉度在亚洲域名争议解决中心多个裁决中均已予以认定。投诉人目前在中国电梯行业的市场占有率高居前四。根据2012粤广广州第104397号公证书显示，该被投诉域名所指向的网页主要用于电梯生产、销售、保养、服务等方面的宣传。作为从事电梯的生产销售和维修保养等服务的企业，被投诉人不可能不认识投诉人的注册商标。在这种情况下，被投诉人注册与投诉人商标构成混淆性近似的争议域名显然是出于恶意的。

此外，进入被投诉域名所指向的网页，在其左上方使用了“亚太西奥”的标识，同时被投诉人的商号为“亚太西奥”，被投诉人使用“西奥”也是为了使相关公众以为被投诉人与投诉人是有关联关系。其一，西子奥的斯电梯有限公司（下称“西子奥的斯”）是投诉人在中国最大的控股子公司，行业内以“西奥”将其与投诉人其他在华子公司，如“广奥”（广州奥的斯电梯有限公司）、“天奥”（天津奥的斯电梯有限公司）、“上奥”（上海奥的斯电梯有限公司）等进行区分。

“西奥”已成为西子奥的斯的代名词，是西子奥的斯的商号。而被投诉人故意使用“西奥”在侵犯了西子奥的斯的商号权的同时，就是想通过该为电梯行业熟知的商号及西子奥的斯与投诉人之间的关系，混淆被投诉人与投诉人之间的关系，让相关公众以为被投诉人与投诉人直接存在关联关系，这样的行为明显损害了投诉人的声誉和在先权利，并严重损害消费者权益。其二，投诉人还持有“XI AO”注册商标，为“西奥”的中文拼音，被投诉人在其网站上使用“西奥”标识，也是企图利用投诉人的另一注册商标“XI AO”的知名度和信誉度，

混淆其与投诉人的关系。因此，被投诉人注册并使用所争议域名具有明显的故意。

根据以上事实，投诉人认为，被投诉人的行为符合《政策》4.b.(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他联机地址者。”被投诉人的行为已经构成了恶意注册和使用域名。

基于以上主张，投诉人寻求的救济方式是将争议域名转移给投诉人。

#### **被投诉人辩称：**

被投诉人未提供答辩意见。

#### **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条a的规定，投诉人必须证明以下三个条件均已满足，其投诉主张方能获得专家组的支持：

(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。

根据以上规定，专家组就投诉发表如下意见：

#### **关于完全相同或混淆性相似**

投诉人声称并举证证明，自上世纪70年代始，投诉人即在多个

类别向中国商标局申请注册“OTIS”商标并获准注册。截至目前，投诉人在中国已享有超过 20 个与“OTIS”相关的商标专用权，核定的商品和服务类别遍及第 3 类、第 4 类、第 6 类、第 7 类、第 9 类、第 12 类、第 16 类、第 37 类以及第 42 类。“OTIS”商标作为投诉人使用于电梯、升降设备以及运输机等商品和相关服务的注册商标。此外，自上世纪初开始，投诉人便开始在美国、新加坡、英国、日本、澳大利亚、新西兰等全球一百多个国家和地区注册了“OTIS”商标。

争议域名“chinaots.com”中的可识别部分“chinaots”系由“china”与“ots”两部分构成，“china”的中文意思为“中国”，而核心部分“ots”是对投诉人“OTIS”注册商标的减字母变形，与“OTIS”注册商标构成近似，且读音相同。虽然被投诉人在“ots”前加上“china”，但“chinaots”整体无含义，不具备任何显著性和独创性，反而使相关公众误以为是“中国奥的斯”的意思。被投诉人在其宣传的过程中，也是对争议域名所指向的网站以中国奥的斯名义进行宣传，故意引诱网络用户访问被投诉人网站，借助投诉人的知名度和信誉度，企图牟取不正当商业利益。被投诉人在相关的网页上均特别表述为其“公司网站 www.chinaOTS.com（中国奥的斯）”，被投诉人故意突出与 OTIS 注册商标相近似的“OTS”，且在旁边特别标注为中国奥的斯的网站，其行为就是刻意模仿投诉人享有盛誉的“OTIS”商标，造成网络用户以为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存在关联关系，严重混淆市场秩序。

基于以上分析，投诉人认为，争议域名与投诉人的“OTIS”之间具有足以导致混淆的相似性。

被投诉人未答辩。

专家组注意到，被投诉人注册的域名为“chinaots.com”，注册时间为 2010 年 1 月 9 日。根据投诉人提交的证据，投诉人的“OTIS”商标最早于 1979 年即已在中国大陆注册。自此以后，投诉人又在多个类别上注册了“OTIS”商标。此外，投诉人的企业名称及其已经

注册的多个互联网域名中均突出了使用了“OTIS”标识。就此而言，专家组首先认定，投诉人就“OTIS”标识享有受法律保护的商标权。

争议域名为“chinaots.com”，核心部分为“chinaots”，其中除了意为“中国”的“china”外，还使用了和投诉人注册商标“OTIS”相似的字符组合“ots”。从外观构成上看，“ots”与“otis”虽然并不完全相同，但在总体视觉效果，两者之间的区别并不大。更重要的是，对于非以英语为母语的人士而言，这两个字符组合在读音上也几乎是相同的。

专家组同时注意到，被投诉人也是一家声称生产、销售电梯并提供相关服务的企业。为此，专家组有理由相信，被投诉人是在明知投诉人商标及其影响的情况下有意通过减少一个字母的方式注册本案争议域名的，目的在于制造该域名与投诉人之间的某种混淆和误认。

专家组为此认定，本案争议域名的可识别部分与投诉人享有商标权和标志之间具有足以导致混淆和误认的相似性。投诉人的投诉满足了《政策》第4条a所规定的第一个条件。

#### **关于被投诉人权利或合法权益**

投诉人称，首先，投诉人早在1979年就开始在中国境内申请注册多个“OTIS”商标。目前，投诉人所持有的“OTIS”商标的注册日期均远远早于争议域名的注册日期。因此，除非获得投诉人的许可，任何人不得以任何方式使用“OTIS”商标或故意使用与“OTIS”相近似的商标。而投诉人从未授予被投诉人以任何方式使用“OTIS”商标。其次，根据投诉人在中国商标局的官方网站（<http://sbcx.saic.gov.cn/trade/index.jsp>）上对被投诉人名下的商标进行的查询结果，被投诉人并未就“OTIS”或“chinaots”享有任何注册商标专用权。

被投诉人未答辩。

专家组认为，从现有证据上看，因“OTIS”并不是既有的英文单词，而且投诉人早在30多年前即已在中国注册，因而被投诉人不太可能针对“OTIS”或与之非常相似的标识获得什么合法权益。与

此同时，“chinaots”虽然可能构成一个独立的标识，但被投诉人并未答辩并提供证据证明其就该标识享有何种权利，专家组就此认定，被投诉人对争议域名的可识别部分不享有权利或合法权益；投诉人的投诉满足了《政策》第4条a规定的第二个条件。

### 关于恶意

根据《政策》第4条b，针对第4条a之(iii)规定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。

投诉人认为，其在中国及世界范围内均具有极高的知名度和美誉度。投诉人目前在中国电梯行业的市场占有率高居前四。根据2012粤广广州第104397号公证书显示，该争议域名所指向的网页主要用于电梯生产、销售、保养、服务等方面的宣传。作为从事电梯的生产销售和维修保养等服务的企业，被投诉人不可能不认识投诉人的注册商标。在这种情况下，被投诉人注册与投诉人商标构成混淆性近似的争议域名显然是出于恶意的。

此外，进入争议域名所指向的网页，在其左上方使用了“亚太西奥”的标识，同时被投诉人的商号为“亚太西奥”，被投诉人使用“西奥”

也是为了使相关公众以为被投诉人与投诉人是有关联关系。其一，西子奥的斯电梯有限公司（下称“西子奥的斯”）是投诉人在中国最大的控股子公司，行业内以“西奥”将其与投诉人其他在华子公司，如“广奥”（广州奥的斯电梯有限公司）、“天奥”（天津奥的斯电梯有限公司）、“上奥”（上海奥的斯电梯有限公司）等进行区分。“西奥”已成为西子奥的斯的代名词，是西子奥的斯的商号。而被投诉人故意使用“西奥”在侵犯了西子奥的斯的商号权的同时，就是想通过该为电梯行业熟知的商号及西子奥的斯与投诉人之间的关系，混淆被投诉人与投诉人之间的关系，让相关公众以为被投诉人与投诉人直接存在关联关系，这样的行为明显损害了投诉人的声誉和在先权利，并严重损害消费者权益。其二，投诉人还持有“XIAO”注册商标，为“西奥”的中文拼音，被投诉人在其网站上使用“西奥”标识，也是企图利用投诉人的另一注册商标“XIAO”的知名度和信誉度，混淆其与投诉人的关系。因此，被投诉人注册并使用所争议域名具有明显的故意。

被投诉人未答辩。

根据投诉人的投诉及其提供的证据，本案争议域名所指向的网站为“广东亚太西奥电梯有限公司”，该网站上经营的商品和服务与投诉人注册商标核定使用的商品或服务类似。专家组认为，被投诉人作为与投诉人同在电梯行业的竞争者，故意注册与投诉人注册商标“OTIS”混淆性相似的域名，并将其用于网站推广与投诉人注册商标核定使用商品或服务相同或近似的商品和服务，在一定程度上具有故意制造其与投诉人之间有某种关系，从而引诱用户选择其产品或服务的意图，有利用投诉人品牌及声誉，搭其便车的嫌疑，属于《政策》规定的第 4b (iv) 条规定的恶意情形。被投诉人注册与使用争议域名的行为具有恶意。投诉人的投诉满足《政策》第 4 条 a 规定的第三个条件。

## 5、裁决

综上所述，专家组认为，本案投诉符合《政策》第 4 条 a 规定的

三个条件，即“被投诉的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”，“被投诉人对该域名并不享有权利或合法利益”以及“被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意”。

因此，根据《政策》和《规则》的相关规定，专家组决定，将争议域名“chinaots.com”转移给投诉人Otis Elevator Company (奥的斯电梯公司)。

独任专家：



二〇一二年八月二十四日