

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-1200617

投 诉 人: 首诺公司(SOLUTIA INC.)

**被投诉人: 杭州凯安贸易有限公司 (hang zhou kai an mao yi you xian gong si) /
张明 (zhang ming)**

争议域名: carllumar.com

注 册 商: 北京新网数码信息技术有限公司(XIN NET TECHNOLOGY ORPORATION)

1、案件程序

亚洲域名争议解决中心北京秘书处(“中心北京秘书处”)于 2012 年 10 月 25 日收到投诉人首诺公司(SOLUTIA INC.) (下称投诉人) 根据互联网名称与数字地址分配机构(ICANN) 实施的《统一域名争议解决政策》(《政策》)、《统一域名争议解决政策之规则》(《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》(《补充规则》), 针对被投诉人杭州凯安贸易有限公司(hang zhou kai an mao yi you xian gong si) /张明(zhang ming) (下称被投诉人) 注册的“carllumar.com”域名(下称争议域名) 提交的中文投诉书, 并要求组成一人专家组审理本案争议。

2012 年 10 月 26 日, 中心北京秘书处向投诉人确认收到投诉书, 并请争议域名注册商确认注册信息。注册商北京新网数码信息技术有限公司(XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION)于同日回复确认: (1) 争议域名由其提供注册服务; (2) 被投诉人为争议域名注册人; (3) 《政策》适用所涉域名投诉; (4) 争议域名注册协议使用的语言为中文。

2012 年 11 月 1 日, 中心北京秘书处向投诉人传送投诉书确认及送达通知书, 确认投诉书已经审查合格并送达被投诉人, 本案程序于 2012 年 11 月 1 日正式开始。同日, 域名争议解决中心以电子邮件/邮政快递向被投诉人传送/发送书面投诉通知, 告知被投诉人被投诉的事实, 并说明中心北

京秘书处已按《规则》和《补充规则》的规定，以电子邮件的形式向被投诉人传送了投诉书及附件。中心北京秘书处并于同日以电子邮件向 ICANN 和注册服务机构北京新网数码信息技术有限公司（XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION）传送程序开始通知。

2012 年 11 月 14 日，中心北京秘书处收到署名为“杭州凯安贸易有限公司”的答辩书。同日，中心北京秘书处向投诉人传送答辩转递通知，将上述答辩书转递给投诉人。

2012 年 11 月 15 日，中心北京秘书处向迟少杰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 11 月 16 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 11 月 16 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，指定迟少杰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 11 月 16 日）起 14 日内即 2012 年 11 月 30 日前（含 30 日）就本案争议作出裁决。

2、基本事实

投诉人：

本案投诉人为首诺公司(SOLUTIA INC.)，住所地为美国密苏里州圣路易斯马里维拉中心大道 575 号(575 MARYVILLE CENTRE DRIVE, ST. LOUIS, MISSOURI, U.S.A.)。本案中，投诉人的代理人为刘建强、屈小春。

被投诉人：

本案被投诉人为杭州凯安贸易有限公司(hang zhou kai an mao yi you xian gong si)/张明(zhang ming)，地址为 hang zhou qian jiang lu 518 hao, Hangzhou, Zhejiang。本案被投诉人于 2009 年 6 月 21 日通过域名注册商

北京新网数码信息技术有限公司 (XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION)注册了本案争议域名“carllumar.com”。

3、当事人主张

投诉人诉称：

(1) Solutia Inc. (首诺公司) 于 1901 年在美国圣路易斯创立，原名孟山都化学品公司。1997 年 9 月 1 日，孟山都化学品业务部正式从母公司分离，成立了独立的首诺公司。首诺公司的产品主要用于汽车、建筑、交通和生产等领域。2006 年销售额达 34 亿美元。目前，首诺已经成为世界级跨国化工集团，全球 500 强之一，美国化工前 25 强。作为一个有活力的、立足于完善的商业策略的全球化企业，首诺公司涵盖了众多领先市场的业务，每一种业务均为用户提供了顶尖的品牌、全球竞争力和出色的技术支持。CPFilms Inc. 是首诺公司的子公司，是全球最大的贴膜产品制造商和全球公认的贴膜行业领导者。CPFilms Inc. 所生产的 LLUMAR/龙膜系列产品，在全球销量位居首位，产量占 IWFA (世界窗膜协会) 承认的 11 家世界膜生产厂家总产量的 58%，并且是世界上很多知名贴膜品牌的基片或半成品供应商。

LLUMAR/龙膜是首诺公司在全球推广其玻璃功能膜时所用的统一品牌，进入中国市场已经有 11 年之久。至今，LLUMAR/龙膜品牌在全国已经发展了 6000 家的零售网点以及 3000 多家的工程安装商，以及近 200 家的全国经销商，广泛分布在北京、江苏、广东、福建等区域。LLUMAR/龙膜品牌已经成为中国玻璃窗贴膜市场的领军品牌，并占有了高端汽车膜市场绝大多数市场份额，成为中国消费者中的一个知名品牌。

综上，通过投诉人长期、广泛的宣传及使用，投诉人及其“LLUMAR”商标在中国相关公众已广为知晓并享有极高声誉。

(2) 投诉人一直重视对“LLUMAR”商标的保护。早在 1978 年 4 月 18 日，投诉人就在美国申请注册了“LLUMAR”商标，并获准在御寒聚合膜产品上加以使用。1978 年 6 月 2 日，投诉人在中国香港注册“LLUMAR”商标，并获准在第 17 类产品上使用。在中国大陆，自 1989 年以来，投诉

人陆续向中国国家商标局提交了在国际分类第 12、17、37 类有关商品上注册 LLUMAR 系列商标的申请并获得注册，注册号为 518376、4371574、4371575、1958669 等。其指定的产品包括室外用适合各种天气的非包装用聚脂薄膜；非包装用塑料膜；非包装用聚酯膜；建筑和汽车窗玻璃用的塑料膜；车辆遮阳装置；挡风玻璃；车辆保养和修理；车辆服务站等由此可见，投诉人对“LLUMAR”商标享有注册商标专用权，其合法权利受到《中华人民共和国商标法》的切实保护。

早在 1995 年，投诉人就注册了域名“llumar.com”，在全球范围内宣传和推广其产品。随后投诉人又注册了域名“llumar.net、llumar.asia”等作为其对“LLUMAR”所现有的民事权利在互联网上的实现。

被投诉的域名与投诉人享有民事权益的名称或者标志相同，或者具有足以导致混淆的近似性。争议域名的主要组成部分为“car”和“llumar”；其中，“llumar”与投诉人享有合法民事权利的“LLUMAR”标志完全一致；而“car”为汽车的英文，是汽车膜产品的适用对象，仅起到描述的作用，不具有识别性。此外，网络使用者在在进入争议域名的网站后，会发现被投诉人突出使用“美国 LLUMAR 龙膜杭州形象店”、“杭州龙膜形象店”和龙膜/LLUMAR 商标标识，并声称“美国龙膜汽车膜施工连锁形象店 NO1858”等；网页内容均为“龙膜”产品宣传，包括但不限于“龙膜新闻”、“龙膜质保卡”等以及龙膜官方宣传图片、龙膜施工过程视频。如此状态下，认定“carllumar.com”与投诉人注册商标“LLUMAR”混淆性近似具有充足依据。（3M 公司 v. Xiaofeng Sun Case No. CN-0800202 专家组认为从一般逻辑角度分析，如果被投诉人注册争议域名时，有意使两者之间具有明显区分度，那么它可以将“3mzj”作其他解释。只有这样，才不至于使网络使用者将“3mzj”理解为“3M 浙江公司”）。

2012 年 7 月，投诉人发现杭州凯安贸易有限公司（hang zhou kai an mao yi you xian gong si）及张明（zhang ming）于 2009 年 6 月 21 日注册并于 2012 年 6 月 26 日更新了“carllumar.com”域名。同时，投诉人发现被投诉域名所指向的网站多处突出使用 LLUMAR/龙膜商标，网站内容中声称被投诉网站与投诉人首诺公司及其子公司 CPFilms Inc.，首诺国际贸易（上海）有限公司之间具有授权许可、合作等关联关系；突出使用“美

国 LLUMAR 龙膜杭州形象店”、“杭州龙膜形象店”和龙膜/LLUMAR 商标标识，并声称“美国龙膜汽车膜施工连锁形象店 NO1858”等；网站中网页内容均为“龙膜”产品宣传，包括但不限于“龙膜新闻”、“龙膜质保卡”等以及龙膜官方宣传图片、龙膜施工过程视频。根据工信部 ICP 备案主体信息：“carllumar.com”的主办单位为杭州凯安贸易有限公司，网站负责人为张明。随后，经与投诉人核实，投诉人的 LLUMAR 产品分销商--首诺国际贸易（上海）有限公司曾与杭州凯安贸易有限公司有过经销关系，然而，该合作已终止。投诉人针对杭州凯安贸易有限公司实体店及网站“carllumar.com”的侵权行为，向杭州市工商局进行了投诉；后杭州市工商行政管理局上城分局确认了其实体店对投诉人的商标侵权行为并于 2012 年 8 月 22 日对杭州凯安贸易有限公司发出了《责令改正通知书》；杭州市工商局也正在对其网站侵权内容进行监督整改。

(3) 被投诉人对争议域名不享有合法权益。

争议域名注册于 2009 年 6 月 21 日，大大晚于投诉人著名商标“LLUMAR”在世界各地包括中国建立了名声及商誉之后。

被投诉人的名称表明，被投诉人对“LLUMAR”标识或争议域名并不享有合法权益。

投诉人在中国商标局的官方网站上进行了对商标注册、申请信息的查询，结果显示被投诉人并不拥有与“LLUMAR”相关的任何商标申请/注册。

仅仅是注册本身不足以使被投诉人获得合法权益(Educational Testing Service v. TOEFL, WIPO Case No. D2000-0044)。

当一个争议域名只包含一个注册商标，且又被使用于与商标所有人完全没有任何关系的网站时，被投诉人不享有任何合法权益。(Segway LLC v. Chris Hoffman, WIPO Case No. D2005-0023)。

被投诉人选择此争议域名是要故意利用投诉人的商誉来吸引网络使用者到该网站而获利。此等故意利用他人声誉来获利的使用是不能构成“合理地使用或非商业性地合法使用该域名”。

关于本项条件的举证责任，当投诉人初步证明被投诉人不享有合法权

益后，被投诉人则应承担相应举证责任证明其本身享有合法权益。
(Neusiedler Aktiengesellschaft v. Kulkarni, WIPO Case No. D2000-1769)

(4) 被投诉人对争议域名的注册具有恶意。

被投诉人并未得到投诉人的授权注册或使用含有投诉人商标的域名。LLUMAR 是世界范围内的知名商标且在玻璃膜等领域拥有极高的知名度。被投诉人及其关联人违背经销商协议，注册并使用了争议域名并在其网站上推销 LLUMAR 产品，具有明显误导公众的故意，容易在域名持有人、网站使用人及商标所有人之间造成混淆。

被投诉人注册和使用的争议域名，与投诉人的 LLUMAR 注册商标和在先注册的域名“llumar.com,llumar.net”等拥有相当高的近似性。而 LLUMAR 商标在行业内的知名度更加加深了这种近似性。寻找投诉人 LLUMAR 产品的相关网络用户会对被投诉人的网站来源产生混淆，将其误认为是投诉人所运营的网站加以访问，增加了被投诉人的商业机会，势必将对投诉人及其正规授权经销商的经营产生不良影响，破坏了投诉人的正常业务活动，构成了对投诉人的不正当竞争。

被投诉人曾经是投诉人的产品经销商；被投诉人对于投诉人的 LLUMAR 商标及其产品，乃至争议域名的经济及商业价值是完全知晓的。此外，根据投诉人的 LLUMAR 产品分销商--首诺国际贸易（上海）有限公司与被投诉人杭州凯安贸易有限公司的《二级分销商协议》第 1.3 条，杭州凯安贸易有限公司明确同意不注册含有投诉人“LLUMAR”商标的域名；若有注册则同意根据首诺国际贸易（上海）有限公司要求将该域名的所有权益转让给首诺国际贸易（上海）有限公司或其指定的关联公司。被投诉人违反前述承诺故意注册包含投诉人商标的域名来吸引互联网用户，并在被投诉人网站的来源、赞助、关联、协助等方面与投诉人的商标制造混淆从而获取商业利润，其恶意是明显的。(Croatia Airlines d.d. v. Modern Empire Internet Ltd., WIPO Case No. D2003-0455) 。

投诉人在中国具有极高的市场占有率及知名度，而被投诉网站的主办单位作为投诉人产品经销商，其主要营业场所在杭州，这一事实进一步证

明了被投诉人的恶意。(Europet Benelux, B.V. v. Theers Theerskulchai, ANDRC Case No. HK-0200006: 专家组认为当投诉人和被投诉人位于同一地区, 且应当知道投诉人的存在和商标时, 构成推定认知... ..)。

2012年7月6日, 投诉人向被投诉人发出了律师函, 并随后对其杭州实体店及“carllumar.com”网站上的侵权行为进行了工商投诉; 杭州市工商行政管理局上城分局确认了被投诉人实体店对投诉人的商标侵权行为并于2012年8月22日对杭州凯安贸易有限公司发出了《责令改正通知书》; 杭州市工商局也正在对其网站侵权内容进行监督整改。这足以证明被投诉人注册域名违法获取不正当利益的恶意。

“LLUMAR”是投诉人所独创的、与投诉人有着密不可分联系的商号及标识。显然, “LLUMAR”不属于字典中的词汇, 一旦独立于投诉人及其品牌, 则不具备任何实际意义。因为该商标与投诉人十分相关且显著性极高, 因此任何未经投诉人授权的人注册或使用争议域名的行为都会构成机会主义恶意 (opportunistic bad faith)。

综上, 投诉人认为所提投诉已满足《政策》规定条件, 并据此请求专家组裁决将争议域名转移给投诉人。

被投诉人辩称:

中心北京秘书处于2012年11月14日收到署名为“杭州凯安汽车服务有限公司, 住所地为杭州市上城区钱江路639号新城大楼16楼”、日期标为“2012年11月18日”的《答辩书》; 其中述及:

被投诉人于2012年11月1日通过电子邮件收到中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心发出的案件程序开始通知, 被正式通知投诉人已经根据中国互联网络信息中心(CNNIC)2006年3月17日实施的《中国互联网络信息中心域名争议解决办法》(《解决办法》)、2007年10月8日实施的《中国互联网络信息中心域名争议解决办法程序规则》(《程序规则》)以及中国国际经济贸易仲裁委员会2007年10月8日生效实施的《中国国际经济贸易仲裁委员会关于〈中国互联网络信息中心域名争议解决办法〉补充规则》(《补充规则》)向域名争议解决中心提出投诉, 域名争议解决中心已予以受理并已开始进行本案程序。

域名争议解决中心规定 2012 年 11 月 21 日为被投诉人提交答辩书的最后期限。

被投诉人现对投诉人在投诉书中的投诉及主张进行答辩，并请求专家组驳回投诉人的有关请求。

(1) 被投诉人自 2008 年起就作为龙膜 (LLumar) 产品在浙江地区的总经销商经营销售龙膜产品，因此被投诉人注册使用“carllumar.com”域名正是为推广销售龙膜产品，因此不存在恶意注册。

(2) 自 2008 年-2011 年 12 月 31 日依据双方签订《二级分销商协议》(其中 2008 年投诉人指定的上海金玉唐马物流公司向投诉人销售龙膜产品，2009 年以后投诉人指定首诺(上海)国际贸易公司向被投诉人供货)，被投诉人每年向投诉人购买 X 百万元的系列龙膜产品，被投诉人使用该注册域名仍是为推广销售龙膜产品，不存在任何的恶意使用该域名的问题。

(3) 2012 年初投诉人突然终止双方的协议，但被投诉人长期作为浙江地区的总经销商，负责向下属几十家零售商供货，因此长期保有大量龙膜产品的库存货物，投诉人与被投诉人突然终止协议后，没有对被投诉人已经购买货物的库存做任何回购处理，因此，被投诉人作为库存龙膜产品的所有权人，有权继续销售库存龙膜产品，因此，被投诉人使用“carllumar.com”域名销售龙膜产品，完全具有合法性，不存在任何恶意使用的问题。

(4) 自被投诉人于 2009 年 6 月 21 日注册使用“carllumar.com”域名以来，投诉人从未提出异议，而且自始至终被投诉人使用该域名均是为推广、销售龙膜的产品，没有任何其它用途，因此无论被投诉人注册和使用该域名均不存在任何恶意，相反投诉人当前提出的投诉其目的是对其已经向被投诉人销售并获利的龙膜产品，却阻止被投诉人合法销售的恶意的、缺乏基本商业道德的行为，也是其利用市场优势地位，滥用权利的行为。

(5) 被投诉人注册的域名“carllumar.com”本质上与投诉人的商标“LLumar”存在显然的区别，并且在该网站中完全不会造成消费者认为“carllumar.com”与投诉人存在关联，除了向消费者表明是销售的龙膜产品外，不存在任何与投诉人关联的行为。

(6) 依据商标法的有关原则，被投诉人在销售龙膜产品过程中有权合理使用龙膜产品的注册商标，包括“LLumar”商标，不存在任何侵权，因此，对于投诉人就指控被投诉人侵犯注册商标的案由，经工商管理部门调查后驳回或否定了投诉人的指控，因此，被投诉人在销售龙膜产品过程中合理使用龙膜商标的问题已被工商行政机关依法认可，当前被投诉人仍然在销售库存龙膜产品，因此，被投诉人依法有权继续使用龙膜商标和合法注册的“carllumar.com”域名。

4、专家意见

为有助于争议当事人对专家组意见的理解，就本案程序及实体争议阐述意见前，有必要向双方讲明专家组审理域名争议的法律性质。本案程序不同于司法、仲裁或一般行政程序；而是域名注册与管理整体程序的组成部分。域名注册施行的是不审查制度。然而，域名注册管理机构在当事人注册域名时，与之签订注册协议，约定一旦他人对注册域名提出异议，则由经域名注册管理机构授权的域名争议解决机构组成专家组，最终决定争议域名的归属。为此，本案争议解决的实质是，域名争议解决中心基于域名注册管理机构的授权，在相关当事人就域名注册产生争议，并请求确认争议域名归属或予以注销时，依照域名注册管理机构制定的规则组成专家组，适用域名注册管理机构制定的实体判定标准，决定争议域名的归属或是否应予注销。本案投诉人对被投诉人注册的争议域名提出异议，并请专家组裁决转移争议域名。为此，专家组需要审理认定的是，基于投诉人所提理由，争议域名应否转移；从而更加有利于保护投诉人及网络使用者的合法权益，维护网络运行正常秩序。至于本案争议双方或其与案外人之间可能存在的任何民事争议，皆不在本案审理范围之内。当事人若认为必要，可另案向有管辖权的纠纷解决机构主张权利。

专家组注意到，《答辩书》具名为“杭州凯安汽车服务有限公司，住所地为杭州市上城区钱江路 639 号新城大楼 16 楼”；且递交该文件者无以被投诉人名义出具的《授权委托书》。既然投诉人根据争议域名注册信息，将“杭州凯安贸易有限公司/张明”列为“被投诉人”，那么从程序角度讲，专家组只能将“杭州凯安贸易有限公司/张明”作为本案“适格被投诉人”。

尽管如此，考虑到域名争议解决程序的特殊性，专家组至少可以将“杭州凯安汽车服务有限公司”提交的《答辩书》视为一份“书面证言”，加以评述。因为在投诉人提交的《投诉书》中，也涉及《答辩书》中提到的一些事实（尽管当事人名称不一样）。

此外，《答辩书》是“致‘中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心’”，且其所依据的实体规定，是“中国互联网络信息中心（CNNIC）2006年3月17日实施的《中国互联网络信息中心域名争议解决办法》（《解决办法》）、2007年10月8日实施的《中国互联网络信息中心域名争议解决办法程序规则》（《程序规则》），以及中国国际经济贸易仲裁委员会2007年10月8日生效实施的《中国国际经济贸易仲裁委员会关于〈中国互联网络信息中心域名争议解决办法〉补充规则》（《补充规则》）。”需要指出的是，本案涉及的是以“.com”为后缀的顶级域名(gTLD)。投诉人向“亚洲域名争议解决中心北京秘书处”提出投诉，在《投诉中》明确依据 ICANN 制定的《政策》等规定提出投诉，且中心北京秘书处亦没有就本案所依据的具体规定有过上述通知。鉴于此，专家组适用《政策》等规定，审理本案争议。

根据被投诉人注册争议域名时与注册商订立的注册协议，被投诉人在申请注册域名时，同意受《政策》的约束。因此，《政策》项下相应规定，应作为判定本案实体争议的标准。《政策》第4条规定了“强制性域名争议解决程序”，以及“判定实体争议的标准”。根据《政策》第4条第a款规定，投诉获得专家组认可的前提，是投诉人必须同时证明以下三个条件均已满足：

（1）被投诉人注册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；

（2）被投诉人对争议域名并不享有权利或合法利益；

（3）被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

既然投诉人就投诉是否具备《政策》规定的三个条件阐述具体意见，并提交相应证据支持其转移争议域名的请求，那么专家组针对投诉人主张及相应证据，并参考《答辩书》中涉及的“事实主张”，发表下述意见。

关于完全相同或混淆性相似

依据《政策》第4条第a款第(i)项的规定，投诉人首先需要证明的是，被投诉人注册的争议域名，与投诉人享有权利的商品商标或服务商标相同，或者具有足以造成他人混淆的近似性。为此，投诉人只要证明“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“混淆性近似”，即满足《政策》规定的该项条件。根据对该条规定措辞的理解，用于比较“相同”或“近似”的两个客体，是“争议域名”和“商品商标或服务商标”。因此，投诉人主张的“注册域名”等其他民事权益，不作为判定“相同”或“近似”的因素。既然争议域名的表现形式是拉丁字母，专家组从此角度阐述相关意见。

投诉人主张并以证据证明，在被投诉人注册争议域名之前，即对注册商标“LLUMAR”在包括中国在内的世界范围内享有权利和利益；并以此为基础，主张争议域名主要识别部分，与前述商标具有足以导致混淆的近似性。因此，专家组需要判断的是，争议域名的主要识别部分“carllunar”，与投诉人享有权利的注册商标“LLUMAR”之间，是否具有近似性，并达到足以导致他人混淆的程度。专家组对此问题给出肯定答复。具体理由是：

首先需要指出的是，既然本案涉及gTLD，那么专家组必须基于全球范围视野，从与之相应的一般思维模式（而非仅从中国人的一般思维模式）出发，对本案主要争议问题做出判断。争议域名主要识别部分“carllumar”，与投诉人注册商标“LLUMAR”之间差一个“car”字。而从全球最为通行的英文角度看，“car”一般与中文中的“汽车”（尤指轿车）对应。即使在当今中国，英文已成为最为通行的外语。甚至在幼儿英语教育中，也存在“car”一词。根据投诉人陈述及相应证据，其使用“LLUMAR”商标的产品，被广泛用于“car”（汽车）。如此状态下，不用说国外一般人士对“carllumar”的认识，即使在中国，稍通英文者，也会将其与汽车联系在一起。对熟悉投诉人产品者而言，自然会将其理解为“用于汽车的llumar（龙膜）”产品。就是说，无论从全球角度分析，还是基于中国现状看，争议域名主要识别部分“carllumar”，与投诉人享有权利的商标“LLUMAR”具有足以导致混淆的近似性，是显而易见的。

需要指出的是，对“混淆性”的判断，完全基于审理者对现存事实可能导致的未来结果的主观判断。根据对《政策》第4条第a款第(i)项规

定的理解，投诉人无须证明“已经发生混淆的事实”，而是以充足理由使专家组相信，二者可能会对一般网络使用者的识别能力产生干扰，从而产生无法确切区分二者的结果。换一个角度思维，若被投诉人在主观上不想使网络使用者混淆，那么即使他钟爱“汽车(car)”与“膜(film)”的结合，他可注册“carfilm”或“carcoating”之类的域名。如果是这样的话，投诉人不会对其提出投诉；即使投诉，获得专家组支持的概率很低。显然，被投诉人使用“car”与“llumar”组合注册域名的主观目的，是想使网络使用者混淆其与投诉人之间的关系，并进而获取不当利益。投诉人有关争议域名如何被使用的证据，进一步证明前述专家组判断，是可靠的。

基于上述，专家组认定，争议域名“carllumar.com”与投诉人享有权利的注册商标“LLUMAR”近似，且易于造成消费者混淆；并进而认定，投诉人满足《政策》第4条第a款第(i)项规定条件。

关于被投诉人权利或合法权益

按照《政策》第4条第a款第(ii)项规定，专家组需要认定的第二个争议事实是，被投诉人是否对争议域名享有权利或合法权益。从《政策》相应规定的措辞角度看，似应由投诉人承担举证责任，证明被投诉人不对争议域名或其主要识别部分“享有权利或合法权益”。但从事实主张与举证责任关系角度讲，提出否定事实主张的当事人，很难就其认为不存在的客观事实举证。因此，专家组更为关注被投诉人是否主张对争议域名享有权利或合法权益。专家组亦注意到《答辩书》及《投诉书》叙述的某些事实。投诉人主张其分销商曾与被投诉人有过经销关系，并因后者违反规定而解除。专家组已指出，不审理争议当事人之间或与案外人之间可能存在的其他民事争议。为此，专家组不关注当事人之间是否存在经销法律关系，或其是否仍旧有效；而关注是否有证据证明被投诉人注册争议域名，是经投诉人授权而为。被投诉人未提交任何足以证明前述事实的证据。至于被投诉人是否可以基于案外法律文件，主张对投诉人“LLUMAR”商标享有使用权或其他权益，则非专家组管辖。而专家组在本案可以认定的争议事实是，没有任何证据显示，被投诉人在接到有关争议通知之前，即对争议域名享有权利或合法权益；或者其注册争议域名是经投诉人授权或认可。从另外一个角度考虑问题，专家组从一般常识角度出发，很难认定居于中国

境内的被投诉人，会与拉丁文字“LLUMAR”之间，存在什么超出其与投诉人之间的联系。既然如此，专家组认定，被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益。

从另一角度分析，投诉人以充分证据证明，在被投诉人注册争议域名之前，自己对该域名主要识别部分即享有权利及合法利益。需要指出的是，鉴于本案涉及“.com”域名争议，专家组分析认定前述事实时，应从全球视角出发；分析材料不仅包括投诉人提交的相应权利性文件，而且包括投诉人证据中涉及全球范围的内容；还包括网络下载的各种资料。在投诉人与被投诉人之间，投诉人作为成立并居于美国的当事人，对以拉丁文字形式体现的“LLUMAR”享有权利或合法利益的渊源，大大明显于被投诉人。

基于上述，专家组没有任何理由认定，被投诉人对争议域名或其主要识别部分享有权利或合法利益；并进而认定，投诉人满足《政策》第4条第a款第(ii)项规定的第二个条件。

关于恶意

根据《政策》第4条第a款第(iii)项规定，投诉人需要证明的第三个争议事实是，被投诉人注册和使用域名具有恶意。投诉人主张，被投诉人注册争议域名的目的，就是为误导消费者混淆其与投诉人之间的关系。专家组基于下述理由，认定被投诉人注册和使用争议域名具有恶意。

首先指出的是，所谓“恶意”，是行为人从事某种行为时的一种“主观状态”。故，分析“注册和使用争议域名是否具有恶意”时，不能不对行为人注册争议域名的“主观状态”进行分析。一般说来，任何“行为”必定受某种“动机”驱使；而受“某种动机”驱使的“行为”，必定产生与“动机”一致的“效果”。专家组认定“llumar”字母组合，与投诉人具有不可割裂的密切联系；而无任何证据显示，该字母组合与被投诉人有任何自然关联性。如果一个人将与他人有密切关联性、而与自己无联系的字母组合，在无权利人授权情形下，用作主要识别部分注册域名，则其主观动机不具有“恶意”的概率应当很低。换言之，若为“善意”的注册行为，那么从“善意”思维角度考虑问题，当事人注册域名首先应当考虑的是，如何使网络使用者通过域名，易于在互联网上找到存在于现实世界的自己。为此，

注册争议域名应体现自己在现实世界中为人所知的显著元素；或者独创与与众不同的显著元素，并使他人逐步将如此独创元素与自己联系在一起。被投诉人注册的域名，显然不具备如此条件。

《答辩书》中显示了一个与投诉人陈述一致的事实，即被投诉人曾与投诉人关联公司之间存在某种产品经销关系。法律上讲，一般经销法律关系，并不使经销商自动获取使用供应商（或其授权者）知识产权的权利，除非获得后者专门授权。就是说，在无明确授权情况下，以他人享有权利的元素，注册为自己享有权利的客体，该行为本身即违反民事行为必须遵守的“诚实信用”的一般行为准则，从而构成“驱使行为的主观‘恶意’”。为此，专家组仅从被投诉人注册争议域名的行为角度分析，很难得出其“主观动机”是“善意”而非“恶意”。

(2) 根据《政策》规定，专家组不仅需认定被投诉人注册争议域名的“恶意”，同时还要认定其使用争议域名的“恶意”。正常情况下，注册域名是为使用域名，包括注册人自行或许可他人正常使用或合理转让等行为。从“动机与效果一致性”角度分析，如果被投诉人注册争议域名不具有“恶意”，那么他应当具有与该“动机”相一致的“善意”使用争议域名的行为。就本案而言，投诉人就“使用‘恶意’”提出的主要事实主张是，

“2012年7月，投诉人发现杭州凯安贸易有限公司(hang zhou kai an mao yi you xian gong si)及张明(zhang ming)于2009年6月21日注册并于2012年6月26日更新了“carllumar.com”域名。同时，投诉人发现被投诉域名所指向的网站多处突出使用LLUMAR/龙膜商标，网站内容中声称被投诉网站与投诉人首诺公司及其子公司CPFilms Inc.，首诺国际贸易(上海)有限公司之间具有授权许可、合作等关联关系；突出使用“美国LLUMAR龙膜杭州形象店”、“杭州龙膜形象店”和龙膜/LLUMAR商标标识，并声称“美国龙膜汽车膜施工连锁形象店NO1858”等；网站中网页内容均为“龙膜”产品宣传，包括但不限于“龙膜新闻”、“龙膜质保卡”等以及龙膜官方宣传图片、龙膜施工过程视频。根据工信部ICP备案主体信息：“carllumar.com”的主办单位为杭州凯安贸易有限公司，网站负责人为张明。随后，经与投诉人核实，投诉人的LLUMAR产品分销商--首诺国际贸易(上海)有限公司曾与杭州凯安贸易有限公司有过经销关系，然而，

该合作已终止。投诉人针对杭州凯安贸易有限公司实体店及网站“carllumar.com”的侵权行为，向杭州市工商局进行了投诉；后杭州市工商行政管理局上城分局确认了其实体店对投诉人的商标侵权行为并于2012年8月22日对杭州凯安贸易有限公司发出了《责令改正通知书》；杭州市工商局也正在对其网站侵权内容进行监督整改。”投诉人提交相应证据证明前述某些事实。

专家组基于投诉人相应证据认定，被投诉争议域名的使用，显示使用者的“恶意”。因为，从该网站相应内容看，网站所有者旨在向访问者表达的一个重要信息是，其与投诉人或其关联公司及产品有某种合法关系。《政策》第4条第b款规定：“……，尤其是如下情形但并不限于如下情形，如经专家组发现确实存在，则构成恶意注册和使用域名的证据：……；(iv)以使用域名的手段，为商业目的，你方通过制造你方网站/网址或网站/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、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你方网站或其他链机地址者。”显然，被投诉争议域名的使用方式，显示了《政策》第4条第b款规定的“恶意”。

既然专家组认定被投诉人注册和使用争议域名具有“恶意”，那么应当认定投诉人满足请求转移争议域名的第三个条件。

综上全部所述，专家组认定，投诉人同时满足《政策》第4条第a款所规定三个条件；从而应当支持投诉人转移争议域名的请求。

5、裁决

专家组基于以上意见认定，

争议域名“carllumar.com”与投诉人注册商标“LLUMAR”近似并足以造成混淆；被投诉人对争议域名或其主要识别部分不享有权利或合法权益；被投诉域名的注册和使用具有恶意。专家组裁决：争议域名“carllumar.com”应转移给投诉人首诺公司(SOLUTIA INC.)。

(此页无正文)

独任专家: 

二〇一二年十一月三十日