

亚洲域名争议解决中心

北京秘书处

专家组裁决

案件编号: CN-1200631

投 诉 人: 首诺公司(SOLUTIA INC.)

被投诉人: Zhu Yanli

争议域名: llumarstore.com

注 册 商: 厦门东南融通在线科技有限公司 (BIZCN.COM.INC.)

一、案件程序

2012年10月25日, 投诉人根据互联网名称与数字地址分配机构(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, 选择由一人专家组进行审理。

中心北京秘书处收到投诉书后, 于2012年10月29日向ICANN和域名注册商厦门东南融通在线科技有限公司(BIZCN.COM.INC.)发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。注册商厦门东南融通在线科技有限公司(BIZCN.COM.INC.)于2012年10月31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。

2012年11月23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23日正式开始。同日, 中心北京秘书处以电子邮件/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及争议域名的注册商厦门东南融通在线科技有限公司

(BIZCN.COM.INC.)传送程序开始通知。

被投诉人于 2012 年 12 月 13 日提交答辩。中心北京秘书处于 2012 年 12 月 17 日向投诉人转递答辩材料。

2012 年 12 月 17 日,中心北京秘书处向罗东川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 12 月 19 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 12 月 25 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,指定罗东川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 12 月 25 日)起 14 日内即 2013 年 1 月 8 日前(含 2013 年 1 月 8 日)就本案争议作出裁决。

二、基本事实

投诉人:

投诉人为首诺公司(SOLUTIA INC.),地址位于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.)。投诉人在本案中的授权代理人为北京市铸成律师事务所的律师刘建强、屈小春。

被投诉人:

被投诉人为 Zhu Yanli,地址位于 10,Shucunxijie,Shangdi,Haidian District Beijing 100083(北京市海淀区上地树村西街 10 号)。被投诉人在本案中的授权代理人为上海市天寅律师事务所的律师刘兵。

根据 whois 数据库记录,2009 年 4 月 27 日,被投诉人通过域名注册服务机构厦门东南融通在线科技有限公司(BIZCN.COM.INC.)注册了争议域名“llumarstore.com”。

三、当事人主张

投诉人称：

1、投诉人的“LLUMAR”商标、“LLUMAR 及图”商标已经在国际分类第 12、17、37 等类别上获得了中国注册,因此,投诉人对上述商标享有商标专用权。

(1) 商标: LLUMAR, 注册号: 518376, 国际商品和服务分类号: 17, 商品/服务列表: 室外用适合各种天气的非包装用聚脂薄膜;有效期: 自 2010 年 4 月 30 日至 2020 年 4 月 29 日。

(2) 商标: LLUMAR 及图, 注册号: 4371574, 国际商品和服务分类号: 17, 商品/服务列表: 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等;有效期: 自 2008 年 2 月 28 日至 2018 年 2 月 27 日。

(3) 商标: LLUMAR 及图, 注册号: 4371575, 国际商品和服务分类号: 12, 商品/服务列表: 车辆内装饰品、车辆遮阳装置、车座套、车辆防眩光装置、挡风玻璃、车辆头靠;有效期: 自 2007 年 6 月 7 日至 2017 年 6 月 6 日。

(4) 商标: LLUMAR 及图, 注册号: 1958669, 国际商品和服务分类号: 37, 商品/服务列表: 清洁建筑物(内部)、机械安装、保养和修理、修复磨损或部分损坏的发动机、车辆保养和修理、车辆加润滑油、车辆润滑(润滑油)、车辆清洗、车辆服务站、车辆加油站、橡胶轮胎修补等;有效期: 自 2003 年 1 月 14 日至 2013 年 1 月 13 日。

2、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相似。

(1) 投诉人背景介绍

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。

（2）投诉人的“LLUMAR”产品

“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，并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。

（3）投诉人的“LLUMAR”系列商标

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。

（4）投诉人在与“LLUMAR”相关域名中的权益

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。

(5) 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“llumar”和“store”；其中，“llumar”与投诉人享有合法民事权利的“LLUMAR”标志完全一致；“store”则是店铺、商铺的英文，仅起到描述的作用，不具有识别性。此外，网络使用者在进入争议域名的网站后，会发现被投诉人及网站主办单位以“LLUMAR 龙膜专营店”的名义进行宣传和经营。如此状态下，认定“llumarstore”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”)。

(6) 本案背景

2012 年初，投诉人发现 Zhu Yanli 于 2009 年 4 月 27 日注册了域名“llumarstore.com”，Wei Danping 于 2009 年 4 月 10 日注册了域名“beijingllumar.com”，并将其指向北京恒信中达贸易有限公司（ICP 备案的涉及两域名的网站主办单位）“LLUMAR/龙膜产品专营店”的网站。同时，投诉人发现 Wang Qi 于 2011 年 4 月 13 日同时注册了域名“llumarstore.net”及“llumarstore.org”；北京龙兴阳科技有限公司为 ICP 备案的涉及两域名的网站主办单位。经过比较，投诉人发现“llumarstore.net”的网站与“llumarstore.com”所显示内容完全相同，均突出使用了投诉人  商标，并在网站首页有包括“北京龙膜”等多处误导性宣传；根据工信部 ICP 备案主体信息：“beijingllumar.com”与“llumarstore.com”的主办单位均为北京恒信中达贸易有限公司，“llumarstore.net”及“llumarstore.org”的主办单位均为北京龙兴阳科技有限公司。且“beijingllumar.com”、“llumarstore.com”及“llumarstore.net”的网站均为北京恒信中达贸易有限公司及其龙兴阳贴膜中心 LLUMAE/龙膜业务宣传，内容密切关联。更为重要的是，

“beijingllumar.com”、“llumarstore.com”、“llumarstore.net”及“llumarstore.org”的域名注册人的联系方式（电子邮件：wert167@sina.com）完全相同。据此，投诉人合理推断前述四域名处于相同主体控制之下，这一事实在之后的律师函跟进过程中也得到了确认。

随后，经投诉人核实，投诉人的“LLUMAR”产品分销商--首诺国际贸易（上海）有限公司曾与北京恒信中达贸易有限公司有过经销关系，然而，该合作因北京恒信中达贸易有限公司违约，早已于2012年2月27日被首诺国际贸易（上海）有限公司终止。投诉人发了多次律师函及后续跟进未果，只好于2012年9月21日又将“beijingllumar.com”、“llumarstore.com”、“llumarstore.net”网站上的网络侵权行为投诉到工商行政管理机关；前述投诉均已被受理。

3、被投诉人对争议域名并不享有权利或合法权益；

（1）争议域名均注册于2009年4月27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的时间。

（2）被投诉人及其关联公司的名称表明，被投诉人对“LLUMAR”标识或争议域名并不享有合法权益。

（3）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或注册。

（4）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)。

（5）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）。

（6）被投诉人选择此争议域名时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”。

(7) 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)

综上，被投诉人对争议域名不享有合法权益。

4、被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

(1) 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。

(2) 被投诉人及其关联主体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。

(3) 被投诉域名“beijingllumar.com”及“llumarstore.com”的主办单位北京恒信中达贸易有限公司曾经是投诉人的经销商；“llumarstore.net”及“llumarstore.org”的主办单位北京龙兴阳科技有限公司为其关联公司。根据投诉人的“LLUMAR”产品分销商--首诺国际贸易（上海）有限公司与北京恒信中达贸易有限公司签订的《二级分销商协议》第 1.3 条，北京恒信中达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。【注：本域名争议为投诉人与被投诉人之间相对独立的争议，其法律关系不同于前述首诺国际贸易（上海）有限公司与北京恒信中达贸易有限公司曾经的经销协议关系；故《二级分销商协议》中的争议解决方式并不适用于本域名争议。】

因此，被投诉人及其关联主体对于投诉人的 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。被投诉人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)。

(4) 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主要营业场所在北京，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.....)。

(5) 2012年7月6日，投诉人向被投诉域名“llumarstore.com”的主办单位北京恒信中达贸易有限公司发出了律师函，并随后对“beijingllumar.com”、“llumarstore.com”、“llumarstore.net”的网上侵权行为进行了工商投诉；北京市工商行政管理局朝阳分局对北京龙兴阳科技有限公司“llumarstore.net”、“llumarstore.org”的链接网站主办单位在其公司门头使用“龙膜”商标构成侵犯投诉人商标权进行了认定，并下发了责令改正通知；北京市工商行政管理局海淀分局也对北京龙兴阳科技有限公司“beijingllumar.com”及“llumarstore.com”的链接网站主办单位进行了检查。经投诉人查看，该两公司已经将实体店门头的“LLUMAR”标识进行了撤换，将“llumarstore.com”、“llumarstore.net”上的“LLUMAR/龙膜”标识进行了更改，并将“beijingllumar.com”的网站内容进行了删除。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。

(6) “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)。

根据《政策》的规定，并基于上述理由，投诉人请求本案专家组裁决：本案争议域名“llumarstore.com”应转移给投诉人。

被投诉人辩称:

(1) 被投诉人自 2006 年起就作为龙膜 (LLumar) 产品在北京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 “llumarstore.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 2006 年起, 依据双方签订的《分销商协议》, 被投诉人每年向投诉人购买数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北京地区的总经销商, 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 “llumarstore.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) 自被投诉人注册使用 “llumar” 等相关域名以来, 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 “llumarstore.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 “llumarstore.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“llumarstore.com”等域名。

北京恒信中达贸易有限公司是上海首诺的龙膜经销商，从 2006 年起经销龙膜产品，在北京经销龙膜产品、发展龙膜销售渠道，每年从上海首诺购买大量的龙膜产品，经过多年的辛苦努力，发展销售渠道上百家。

被投诉人基于销售通过合法渠道购买的龙膜产品正品的目的，合法注册了“llumarstore.com”域名和建设了相关网站进行龙膜产品销售宣传并使用龙膜产品商标，完全符合我国商标法的规定，不存在任何违反商标法第五十二条规定的任何侵犯商标权的行为。

当前，被投诉人存有大量上海首诺公司销售给我司的龙膜产品库存，尚未销售，上海首诺、甚至美国首诺均无权也没有任何法律依据禁止被投诉人销售曾由上海首诺出售给我司的龙膜产品，并且被投诉人也完全有权基于销售这些库存龙膜产品的目的（包括网上销售）使用龙膜产品商标，并通过目前网站宣传销售产品，是完全合理的，不存在任何侵权行为。

上述所有证据表明如下事实：

（1）当初 Zhu Yanli 注册上述域名是为了恒信中达作为北京的总经销商推广、销售龙膜产品，因此其注册上述域名是出于合法目的；

（2）自 Zhu Yanli 注册使用上述域名多年以来，从未受到首诺公司的任何异议；

（3）2011 年虽然恒信中达与上海首诺因其违约拒绝供货终止协议，但有关协议的争议尚在仲裁审理之中；

（4）当前恒信中达尚有大量龙膜产品的库存产品，因此恒信中达继续使用上述域名销售库存龙膜产品不存在任何恶意，属于善意合法使用；

（5）上述域名与首诺公司的域名存在明显其别，并且网址内容除表明销售的是龙膜产品外，未声称与首诺公司存在任何关联。

请求驳回投诉人投诉，域名继续使用。

四、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。

1、关于完全相同或混淆性相似

投诉人提交的证据表明，投诉人早在 1978 年 4 月 18 日就在美国注册了“LLUMAR”商标。1978 年 6 月 2 日，投诉人在中国香港注册“LLUMAR”商标。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，上述商标目前均在有效期内。上述商标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。因此，专家组认定，投诉人对“LLUMAR”商标享有商标权。

争议域名“llumarstore.com”的识别部分为“llumarstore”，“store”是“商店”的英文单词，具有普通和通用词汇性质。基于投诉人及其商标“LLUMAR”的知名度和影响力，从相关公众识别的角度看，“llumarstore”通常会认为由两部分单词组成：“llumar”和“store”。显然，争议域名中的识别部分“llumar”属于有区别意义的标识，与投诉人享有商标权的“LLUMAR”商标标识除大小写外，字母完全相同。鉴于“store”属于通用词汇，没有区别意义，而“LLUMAR”又具有较强的商标显著性，一旦将“llumar”和“store”两部分组合在一起，很容易让人理解为是投诉人销售“llumar”产品的“商店”，很容易与投诉人及其商标“LLUMAR”相联系，“llumarstore.com”与“LLUMAR”在使用

中容易造成相关公众的混淆。因此，专家组认定，争议域名“llumarstore.com”与投诉人享有商标权的“LLUMAR”商标构成混淆性相似。投诉人的投诉符合《政策》第四条规定的第一个条件。

2、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权利或合法权益。理由是：争议域名注册时间大大晚于投诉人商标“LLUMAR”在世界各地包括中国建立了名声及商誉的时间；被投诉人及其关联公司的名称表明，被投诉人对“LLUMAR”标识或争议域名并不享有合法权益；被投诉人并不拥有与“LLUMAR”相关的任何商标申请、注册；仅仅是域名注册本身不足以使被投诉人获得合法权益；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。

被投诉人认为，自己基于销售通过合法渠道购买的龙膜产品正品的目的，合法注册了“llumarstore.com”域名和建设了相关网站进行龙膜产品销售宣传并使用龙膜产品商标，不存在任何违反商标法规定的侵犯商标权的行为。被投诉人存有大量上海首诺公司销售给自己的龙膜产品库存，尚未销售，上海首诺、甚至美国首诺均无权也没有任何法律依据禁止自己销售曾由上海首诺出售给自己的龙膜产品，并且被投诉人也完全有权基于销售这些库存龙膜产品的目的（包括网上销售）使用龙膜产品商标，并通过目前网站宣传销售产品，是完全合理的，不存在任何侵权行为。

专家组认为，被投诉人没有对“LLUMAR”商标或者标识主张在先权利或者合法权益，仅强调了注册争议域名和使用投诉人“LLUMAR”商标标识是为了宣传和销售通过合法渠道购买的投诉人龙膜产品。本案没有事实和证据证明被投诉人对争议域名或其主要部分享有在先权利或者合法权益，也没有事实和证据表明被投诉人获得“LLUMAR”商标或者标识的使用许可。被投诉人关于注册争议域名建立网站宣传和继续销售通过合法渠道购买的龙膜产品正品的行为不构成侵权的主张，可以作为侵权抗辩或者双方合同纠纷中抗辩的理由，但不能作为本案域名争议解决程序中拥有权利或者合法权益的理由。因此，专家组认定，被投诉人对争议域名或其主要部分不享有权利或合法权益，投诉符合《政策》第四条规定的第二个条件。

3、关于恶意

投诉人认为，被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。理由是：

（1）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，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，容易造成混淆。

（2）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。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，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。

（3）被投诉域名“llumarstore.com”的主办单位北京恒信中达贸易有限公司曾经是投诉人的经销商；“llumarstore.net”、“llumarstore.org”的主办单位北京龙兴阳科技有限公司为其关联公司。被投诉人及其关联主体对于投诉人的“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。被投诉人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。

（4）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主要营业场所在北京，这一事实进一步证明了被投诉人的恶意。

（5）投诉人对“beijingllumar.com”、“llumarstore.com”、“llumarstore.net”的网上侵权行为进行了投诉，北京市工商行政管理局海淀分局对“llumarstore.com”的主办单位进行了检查，被投诉人已将“llumarstore.com”上的“LLUMAR/龙膜”标识进行了更改。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。

（6）“LLUMAR”是投诉人所独创的、不属于字典中的词汇，与投诉人有着密不可分联系的商号及标识。

被投诉人认为：

（1）被投诉人作为“龙膜（LLumar）”产品在北京地区的总经销商经营

销售龙膜产品，注册使用“llumarstore.com”域名是为推广销售龙膜产品，因此不存在恶意注册；

(2) 被投诉人每年向投诉人购买数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) 被投诉人长期作为北京地区的总经销商，负责向下属几十家零售商供货，因此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，被投诉人有权继续销售库存龙膜产品，因此，被投诉人使用“llumarstore.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) 自被投诉人注册使用“llumar”等相关域名以来，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；

(5) 被投诉人注册的域名“llumarstore.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“beijingllumar.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。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“llumarstore.com”等域名。

专家组认为，依照《政策》规定，域名争议解决是一种协议约定的行政强制性程序，本案审理的范围是双方之间因域名注册和使用引起的争议，不涉及双方之间的合同纠纷或者侵权纠纷的处理，包括仲裁程序正在处理的纠纷。本案审理的依据是《政策》及相关规定。投诉人提交的证据表明，首诺属于跨国化工集团，全球 500 强之一。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，所生产的“LLUMAR/龙膜”系列产品，在全球销量位居首位。“LLUMAR 龙膜”品牌进入中国市场已经 11 年，在中国发展了 6000 家零售网点以及 3000 多

家工程安装商，以及近 200 家全国经销商。“LLUMAR/龙膜”品牌已经成为玻璃窗贴膜市场的领军品牌。投诉人在国际分类第 12、17、37 类有关商品上注册了“LLUMAR”系列商标。专家组认为，通过投诉人长期、广泛的宣传及使用，投诉人的“LLUMAR”商标品牌在中国相关公众已广为知晓并享有极高声誉。

投诉人提交的证据证明，北京恒信中达贸易有限公司是被投诉人关联公司，曾经是投诉人的经销商。根据投诉人子公司首诺国际贸易（上海）有限公司与北京恒信中达贸易有限公司签订的协议，北京恒信中达贸易有限公司明确表示不注册含有投诉人商标的域名；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。从上述事实看，被投诉人及其关联公司对投诉人及其商标“LLUMAR”的情况是清楚的，其注册和使用争议域名是明知会涉及投诉人“LLUMAR”商标的使用，但其并没有事先获得投诉人的授权或者使用许可。

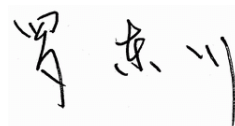
从争议域名“llumarstore.com”的使用情况看，投诉人证明相关公众在进入争议域名网站后，会发现被投诉人及网站主办单位以“LLUMAR 龙膜专营店”的名义进行宣传和经营，被投诉人对在网上宣传和销售投诉人“LLUMAR 龙膜”产品和使用投诉人商标“LLUMAR”予以认可。虽然投诉人的“LLUMAR”产品分销商首诺国际贸易（上海）有限公司曾与被投诉人的关联公司北京恒信中达贸易有限公司有过经销关系，后者有权销售投诉人的“LLUMAR 龙膜”产品，可以在合理范围内依法使用投诉人的商标，但这并不能认为被投诉人在网站域名和宣传上使用含有“LLUMAR”商标的标识就获得了许可或者属于合理使用，这种许可应当得到投诉人的明确表示，并有明确使用范围。被投诉人及其关联公司注册和使用争议域名的该种使用方式显然属于故意吸引相关公众访问被投诉人网站，会使被投诉人的商品与服务与投诉人及其“LLUMAR”商标产生混淆，从而使被投诉人获得商业利益。在没有获得投诉人商标使用授权或者许可情况下，被投诉人强调作为经销商有权在域名注册和使用中使用投诉人含有“LLUMAR”商标的标识，没有法律依据。至于被投诉人所称的大量库存的“LLUMAR 龙膜”产品继续销售问题，不属本案考虑范围，双方应当通过协商或者合同纠纷来处理。

综上，专家组认定，被投诉人注册和使用争议域名的行为具有恶意，投诉符合《政策》第四条规定的第三个条件。

五、裁 决

根据《政策》的规定，本案投诉人的投诉事实和理由符合《政策》第四条规定的全部三个条件，其请求应予支持，故专家组裁决：本案争议域名“llumarstore.com”转移给投诉人首诺公司（SOLUTIA INC.）。

独任专家：



二〇一三年一月八日