

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-1200634

投 诉 人: **DART INDUSTRIES INC.**(达特工业公司)
被投诉人: 向利香
争议域名: **cs-tupperware.com**
注 册 商: 厦门商中在线科技有限公司 (**BIZCN. COM, INC.**)

1、案件程序

2012年11月22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。

2012年11月28日, 中心北京秘书处向投诉人传送通知, 确认收到投诉书。同日, 中心北京秘书处向ICANN和域名注册商厦门商中在线科技有限公司(BIZCN.COM, INC.)发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。

2012年11月28日, 注册商厦门商中在线科技有限公司(BIZCN.COM, INC.)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) ICANN《统一域名争议解决政策》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12月7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12月7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商中在线科技有限公司(BIZCN.COM, INC.) 传送程序开始通知。

被投诉人在答辩期限内未提交答辩。2012 年 12 月 31 日, 中心北京秘书处向投诉人及被投诉人传送缺席审理通知, 告知双方当事人, 由于被投诉人没有在规定的时间期限内提交答辩书, 中心北京秘书处将指定专家缺席审理本案, 作出裁决。

2013 年 1 月 7 日, 中心北京秘书处向李勇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。同日, 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。

2013 年 1 月 11 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, 指定李勇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》的规定, 专家组应当在成立之日起 14 日内即 2013 年 1 月 25 日前就本案争议作出裁决。

专家组认为, 专家组的成立符合《政策》和《规则》的规定, 根据《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。据此专家组决定本案的程序语言为中文。

2、基本事实

投诉人:

本案投诉人为 DART INDUSTRIES INC.(达特工业公司), 地址为美国佛罗里达州 32837 奥兰多市奥兰治布洛索姆道南 14901 号。在本案中投诉人委托北京市铸成(广州)律师事务所的黄全来作为其代表参与域名争议解决程序。

投诉人在世界上多个国家和地区注册了“Tupperware”商标。

被投诉人:

本案被投诉人为向利香, 地址为中国湖南省长沙市芙蓉区杨家山北宝庆金都 604。

被投诉人于 2012 年 2 月 18 日通过注册商厦门商中在线科技有限公司 (BIZCN.COM, INC.) 注册了争议域名“cs-tupperware.com”。

3、当事人主张

投诉人主张:

本案投诉人 DART INDUSTRIES INC. (达特工业公司)是依据美国法律成立的公司, 地址位于美国佛罗里达州 32837 奥兰多市奥兰治布洛索姆道南 14901 号, 是特百惠公司 (Tupperware Brands Corporation) 的全资子公司, 亦是国际知名名牌 Tupperware 商标的所有人。

Tupperware® 品牌产品上市已超过 60 年。特百惠起源于上个世纪 30 年代, Earl S. Tupper 先生创立了特百惠公司的前身特百塑料制品公司 (Tupper Plastics Company)。特百塑料制品公司于上世纪 40 年代后期开始销售 Tupperware® 塑料食物保鲜容器。1946 年, Tupper 先生发明了传奇的密封盖。经过在美国十年的成功经营, 于上世纪 60 年代早期, 特百惠扩张至欧洲。特百惠业务一直在全球范围内持续而迅速地扩张, 如今 Tupperware® 品牌产品已在全球近百个国家销售。

Tupperware® 品牌产品在全球获奖无数, 家喻户晓。1942 年, 特百惠产品因其对人类家居生活的杰出贡献, 被载入《吉尼斯 20 世纪大全》; 1999 年被美国《财富》(Fortune) 杂志誉为“20 世纪经典产品”; 根据美国著名的家居用品杂志《HFN》调查显示, 特百惠在食品保鲜容器类别和家居用品综合评比中均名列前茅, 被美国消费者评为全球 20 大品牌之一; 2004 年 1 月, 《环球金融》杂志宣布: 特百惠被评为 2003 年世界具有社会责任感的公司之一。同获此殊荣的, 还包括奔腾、3M、索尼、佳能、戴尔、达能、强生等六十多家国际著名公司; 特百惠的“神奇折盖保鲜盒”(Stuffables Storage Containers) 被美国著名时尚杂

志《好管家》(Good Housekeeping)评选为 2003 年度值得购买的 7 大件产品之一; 2009 年, 特百惠公司第六次被《福布斯》(Fobes.com) 评为“白金 400 强之美国最佳大公司之一”; 2010 年, 特百惠公司连续第二年被《财富》杂志评为“全球最受赞赏的公司”(the most admired company)之一, 在家居设备和家具类公司中综合排名第二。

投诉人对“Tupperware”享有在先的商标权。投诉人已经在世界上多个国家和地区对其“Tupperware”商标进行了注册。在中国, 自 1979 年以来, 投诉人向中国国家商标局提交了在国际分类第 3、7、8、9、10、11、14、16、18、20、21、24、25、26、28、30、37 类的相关商品上注册“Tupperware”及其中文音译“特百惠”的申请, 并获得多项注册。其中包括:

第 157509 号 TUPPERWARE 商标于 1982 年 5 月 15 日获准注册, 经过续展, 有效期为 2012 年 5 月 15 日至 2022 年 5 月 14 日。指定商品为“塑料家庭用具和器皿; 塑料储存容器; 塑料炊具等”。第 1052032 号 Tupperware 商标于 1997 年 7 月 14 日获准注册, 经过续展, 有效期为 2007 年 7 月 14 日至 2017 年 7 月 13 日。指定商品为“非贵重金属厨房器皿; 非贵重金属厨房用容器; 非贵重金属家庭或厨房用容器; 午餐盒; 饮料杯等”。第 1170558 号 TUPPERWARE 商标于 1998 年 4 月 28 日获准注册, 经过续展, 有效期为 2008 年 4 月 28 日至 2018 年 4 月 27 日。指定商品为“非贵重金属厨房器皿; 非贵重金属厨房用容器; 非贵重金属家庭或厨房用容器; 午餐盒; 饮料杯等”。第 1170559 号  商标于 1998 年 4 月 28 日获准注册, 经过续展, 有效期为 2008 年 4 月 28 日至 2018 年 4 月 27 日。指定商品为“非贵重金属厨房器皿; 非贵重金属厨房用容器; 非贵重金属家庭或厨房用容器; 午餐盒; 饮料杯等”。第 1170560 号 Tupperware 商标于 1998 年 4 月 28 日获准注册, 经过续展, 有效期为 2008 年 4 月 28 日至 2018 年 4 月 27 日。指定商品为“非贵重金属厨房器皿; 非贵重金属厨房用容器; 非贵重金属家庭或厨房用容器; 午餐盒; 饮料杯等”。第 157510 号“特百惠”商标于 1982 年 5 月 15 日获准注册, 经过续展, 有效期为 2012 年 5 月 15 日至 2022 年 5 月 14 日。指定商品为“盘; 碗; 咖啡杯; 奶油瓶(餐桌用具); 饮料混合器; 面包盘; 罐及罐塞; 漏斗; 肥皂盒; 牙刷盒; 盐瓶; 调味瓶; 搅拌棒等”。第 6974718 号“特百惠”商标于 2010 年 8 月 21 日获准注册, 有效期为 2010

年8月21日至2020年8月20日。指定商品为“日用塑料器皿(包括盆、碗、盘、壶、杯); 家用或厨房用容器; 盆(碗); 烹饪锅; 成套的烹饪锅; 瓶; 金属烤肉叉; 调味品瓶; 炖锅; 家用过滤器; 水果杯; 桌用刀架; 勺形铲(餐具); 厨房用切菜板等”。同时, 上述“Tupperware”商标的注册日期均远远早于争议域名的注册日期2012年2月18日。因此, 投诉人对“Tupperware”享有在先的注册商标专用权。

投诉人的“Tupperware”商标具有极强的显著性和极高的知名度。“Tupperware”并不是英语的字典词汇, 而是投诉人所创设的品牌。“Tupperware”由两部分组成, “Tupper”是投诉人创始人Earl S. Tupper先生的姓氏, “ware”是英文“器皿”、“用品”的意思。“Tupperware”意为“Tupper的家品”。可见“Tupperware”具有极强的显著性, 并且与特百惠公司紧密联系在一起。同时, 投诉人的“Tupperware”商标和产品在中国经过长期的使用和广泛的宣传, 在中国具有极高的知名度和美誉度, 已达到驰名。

“Tupperware 特百惠”产品在巴渝都市报、北方新报、成都商报、重庆晨报、重庆时报、重庆晚报、昆明·春城晚报、达州晚报、德阳日报、都市消费晨报、广州青年报、贵州都市报、汉中日报、呼伦贝尔日报、华商报、兰州晚报、泸州晚报、绵阳晚报、南充晚报、攀枝花晚报、三峡都市报、乌鲁木齐晚报、西宁晚报、现代快报、新消息报、扬子晚报及玉溪日报等多家报纸上都进行了广告宣传, 所有广告都在昭示“特百惠”系列产品的品质及其特色。“Tupperware 特百惠”系列产品还在《电影故事》、《都市生活》、《都市主妇》、《好管家》、《健康之友》及《世界经理人》等一系列杂志上进行了广告宣传。为推广其“Tupperware 特百惠”系列品牌产品, 特百惠公司(Tupperware Brands Corporation)的中国全资子公司特百惠(中国)还特别制作了每月一期的会员刊物《特百惠生活》。《特百惠生活》图文并茂, 内容丰富多彩, 为顾客提供轻松理家、生活资讯、最新产品和促销信息, 以及沟通交流的平台, 并对其“Tupperware 特百惠”系列品牌产品进行了特色推介, 以方便广大公众和消费者对其进行更深入的了解。特百惠公司不仅对其产品及服务精益求精, 还时刻不忘其所肩负的社会责任, 不遗余力地投身于各种社会活动当中, 包括: 2008年, 捐助汶川地震灾民; 2010

年1月至3月，捐款海地、玉树地震灾区；2005年至今，与“春蕾”携手救助失学女童；2006年9月，捐助云南石林贫困地区。通过这些社会活动，特百惠公司可以造福更多的社会人群，同时也更好地推广和宣传了其公司的产品和服务，使“Tupperware 特百惠”品牌深入人心，得到了来自多方的肯定与赞誉。以上对“Tupperware 特百惠”品牌的宣传极大推动了产品的销售。“Tupperware 特百惠”产品的销售点遍布中国的各大城市。大范围、遍布全国的经销网点使得中国多数地区的消费者均可轻松购买“Tupperware 特百惠”产品，参与投诉人举办的各种现场促销活动，从而有更多的机会接触并熟识投诉人的“Tupperware 特百惠”商标。

上文提及的相关证据的日期都早于争议域名注册日期，且都有一一对应的原件。综上所述，早在争议域名注册日之前，“Tupperware”商标通过在中国长期的使用、广泛的宣传，在中国具有极高的知名度和美誉度，无论在行业内部还是消费者心中均已成为驰名商标。

争议域名的可识别部分为“cs-tupperware.com”，由“cs”和“tupperware”两部分组成。其中，争议域名的显著部分“tupperware”与投诉人具有极强显著性和极高知名度的“Tupperware”商标在字母本身及排列顺序方面均完全一致。从争议域名的 Whois 信息可以看出，被投诉人来自长沙，所以在争议域名中使用了“长沙”拼音的首字母“cs”。“cs”并没有改变或阐明商标，反而误导网络使用者以为“cs-tupperware”即“长沙特百惠”，或争议域名与投诉人间存在其他关联。尤其是，当消费者登录争议域名所指向的网站并看到“Tupperware 特百惠”产品在销售时，更会误认为争议域名所指向的网站与投诉人存在关联。普通公众看到“cs-tupperware.com”字样时，不可避免地会联想到投诉人及其具有极强显著性和极高知名度的“Tupperware”商标。被投诉人对争议域名的使用必然会导致互联网用户误以为争议域名是由投诉人创建或与投诉人有着密切的联系，从而引起混淆甚至毁损投诉人的良好声誉。（*PRL USA Holdings, Inc. v. Yan Shif*, WIPO Case No. D2006-0700: 当注册商标与争议域名的联系会使用户可能认为相关的产品/服务来自于同一企业，则构成混淆性相似）争议域名的后缀“.com”应不被纳入到认定争议域名与投诉人“Tupperware”商标是否相似的认定中。（*Pomellato S.p.A. v. Richard Tonetti*, WIPO Case No. D2000-0493, 专

家组认为后缀“.com”与认定相同或混淆性近似无关)

被投诉人对争议域名不享有商标权、商号权，亦未获投诉人授权注册或使用与争议域名相关的任何权利。首先，被投诉人对“tupperware”不享有商标权。通过中国商标局的官方网站对被投诉人“向利香”的商标注册、申请信息进行查询，证实被投诉人没有注册或申请任何商标。同时，被投诉人从未注册或使用与“tupperware”相关的任何商号。被投诉人亦未获投诉人授权注册或使用与争议域名相关的任何权利，包括商标、商号及域名。

被投诉人不具有《政策》第 4 (c) 条规定之的任何情形，不能声称其对争议域名有任何权利或合法权益。首先，被投诉人注册和使用争议域名是违法和侵权的。被投诉人未经任何授权，擅自注册争议域名并将其用作宣传和销售与投诉人主营产品完全相同的产品，即家居厨房用品。在争议域名指向的网站 <http://www.cs-tupperware.com/> 上，投诉人的“特百惠”和“Tupperware”商标被广泛使用，大量来源不明、真假难辨的“Tupperware 特百惠”产品被宣传和销售。依据中国法律，被投诉人的上述行为构成法律所禁止的商标侵权和不正当竞争。为此，投诉人已申请将该网站进行网页公证以固定相关证据。因而，被投诉人绝不能声称其“使用域名或与该域名对应的名称来用于提供诚信商品和服务”，如《政策》第 4 (c) (i) 条之规定；也不能声称其善意使用了争议域名而合法获得一定的知名度，如《政策》第 4 (c) (ii) 条之规定。同时，被投诉人正商业性地使用争议域名，并存在为非法获取商业利益而误导消费者之意图。如前所述，被投诉人将争议域名用作宣传和销售所谓“Tupperware 特百惠”产品，这是纯粹和典型的商业性使用。在争议域名对应的网站上，被投诉人不仅经营与投诉人完全相同的产品，还侵权使用投诉人的注册商标。所有这一切，无不表明被投诉人为非法获取商业利益而误导消费者之意图，这完全与《政策》第 4 (c) (iii) 条规定之情形相反。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*)，否则应承担举证不能的不利法律后果。

被投诉人注册和使用争议域名，明显存在《政策》第 4 (b) (iv) 条规定之情形，即：使用该域名是企图故意吸引互联网用户访问你方网站或

其他在线网址以获得商业利益，方法是使你方网站或网址或者该网站或网址上的产品或服务的来源、赞助商、从属关系或认可与投诉人的标记具有相似性从而使人产生混淆。

首先，被投诉人是在明知投诉人的著名商标“Tupperware”及“特百惠”的情况下抢注争议域名的。如前所述，投诉人的“Tupperware”商标具有极强的显著性，“Tupperware”及“特百惠”商标和产品在中国经过长期的使用和广泛的宣传，在中国有极高的知名度和美誉度，已达到驰名。而被投诉人在争议域名指向的网站上大量使用“Tupperware”及“特百惠”销售与投诉人完全相同的产品，并自称“特百惠北京辉煌网上专卖店”。由此，从“Tupperware”及“特百惠”商标的知名程度，以及被投诉人的行为来看，被投诉人不可能不了解“Tupperware”及“特百惠”商标。被投诉人明知“Tupperware”为投诉人的著名商标仍然抢注争议域名，其行为构成恶意。

(*Victoria's Secret et al v. Atchinson Investments Ltd*, NAF Case No. FA0101000096496; *Victoria's Secret et al v Plum Promotions*, NAF Case No. FA0101000096503)。其次，被投诉人注册和使用争议域名的行为构成机会主义恶意。“Tupperware”不属于字典中的词汇，一旦独立于投诉人及其品牌，则不具有任何实际意义。因为该商标与投诉人十分相关，因此任何与投诉人无关的人注册或使用与“Tupperware”相同或近似的域名的行为都会构成机会主义恶意 (opportunistic bad faith)。(*Deutsche Bank AG v. Diego-Arturo Bruckner*, WIPO Case No. D2000-0277)。更为重要的是，被投诉人注册和使用争议域名主观上出于故意引诱网络用户访问其网站，客观上也会导致网络用户对投诉人和被投诉人网站和产品产生混淆和误认。这种主观上引诱网络用户访问其网站的故意在被投诉人设置的网站标题上表现无遗。被投诉人为其网站设置了以下标题：特百惠-北京辉煌专卖店、特百惠网上商城、长沙特百惠购物商城、特百惠购物、特百惠专卖。显然，这是为了让对“Tupperware 特百惠”产品感兴趣的网络用户更容易搜索到该网站。客观方面，由于消费者很容易把“cs-tupperware.com”与投诉人的知名品牌“Tupperware”相联系，从而容易错误地进入争议域名对应的网站并误以为进入了投诉人或其关联公司的官网；而该网站的访问者通过网站上宣传的“Tupperware 特百惠”产品和服务等信息，很可能进一步确信被投诉

人的网站上所出售的“Tupperware 特百惠”产品或提供的服务与投诉人之间在来源、技术支持、赞助、附属等方面存在某些关联关系。

被投诉人注册和使用争议域名，存在《政策》第 4 (b) (iii) 条规定之情形，即“注册该域名，主要用于破坏竞争对手的业务”。被投诉人将投诉人的“Tupperware”商标略加改变，加上“长沙”汉语拼音首字母“cs”注册为域名的行为，使被投诉人构成了在《政策》4b(iii)条意义上的“竞争对手”。(*Mission KwaSizabantu v. Rost, WIPO Case No. D2000-0279*: 专家组认为“竞争对手”的自然定义是与一方对立的人，而被投诉人注册与投诉人注册商标相近似的域名的行为，使其符合“竞争对手”的定义。) 同时，在争议域名对应的网站上，被投诉人不仅经营与投诉人完全相同的产品，还侵权使用投诉人的注册商标，种种侵权行为的结果必然是给投诉人的利益造成损害，构成《政策》 4b(iii)条规定的“破坏竞争对手的业务”之情况。(*Express Messenger Systems, Inc. v. Golden State Overnight Delivery Service, Inc., WIPO Case No. D2001-0063*)

在认定被投诉人是否具有恶意时，应综合考虑各种情况后而加以判断。且认定标准应为优势证据原则，即现有证据表明被投诉人具有恶意的可能性大于没有恶意的可能性即可。(*Telstra Corporation Limited v. Nuclear Marshmallows, WIPO Case No. D2000-0003*)

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：争议域名“cs-tupperware.com”转移给投诉人。

被投诉人主张：

被投诉人没有提交答辩书。

4、专家组意见

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

投诉人提供了证据以证明投诉人对于“Tupperware”系列商标享有注册商标专用权。专家组核查了投诉人的相应证据，确认投诉人对于“Tupperware”系列商标享有注册商标专用权，其权利受到《中华人民共和国商标法》保护。同时，专家组确认，投诉人获得上述注册商标专用权的日期早于被投诉人注册争议域名的时间。

通过比较投诉人的注册商标文字和本案争议域名的主体部分可知，争议域名完整地使用了投诉人的注册商标文字。争议域名主体部分与投诉人的商标文字的不同之处在于增加了前缀“cs-”。专家组认为，根据在先的多个域名争议案例所确立的原则，争议域名完整地使用他人的注册商标文字，同时附加不具备显著性的前缀或后缀，不能避免争议域名与注册商标的混淆，构成混淆性相似。专家组认为本案即属于此种情形。关于域名中的“.com”部分，由于它对于判断域名与注册商标是否相同或是否混淆性相似不具有意义，所以专家组对其不予考虑。

因此，专家组认为，争议域名与投诉人拥有权利的商品商标混淆性地相似，投诉满足《政策》第 4(a)(i)条规定的条件。

关于被投诉人权利或合法利益

投诉人主张，被投诉人对争议域名不享有商标权、商号权，也没有获得过投诉人授权，被投诉人也不具备《政策》第 4(c)中规定的任何情形。被投诉人未经任何授权，擅自注册争议域名并将其用作宣传和销售与投诉人主营产品完全相同的产品，被投诉人注册和使用争议域名是违法和侵权

的。在争议域名指向的网站 <http://www.cs-tupperware.com/> 上，投诉人的“特百惠”和“Tupperware”商标被广泛使用，大量来源不明、真假难辨的“Tupperware 特百惠”产品被宣传和销售。依据中国法律，被投诉人的上述行为构成法律所禁止的商标侵权和不正当竞争，因此被投诉人不能主张其“使用域名或与该域名对应的名称来用于提供诚信商品和服务”，如《政策》第 4(c)(i) 条之规定；也不能声称其善意使用了争议域名而合法获得一定的知名度，如《政策》第 4(c)(ii) 条之规定。综上，投诉人认为被投诉人对争议域名不享有任何合法权益。

根据投诉人提交的材料和理由，专家组认为，投诉人已经尽其可能说明被投诉人对于争议域名没有任何权利或合法权益，其表面证据成立。此时，被投诉人有义务证明并说明自己对于争议域名享有权利或具有合法权益，如果被投诉人放弃举证和进行相应说明的机会，专家组可以根据投诉人提出的证据和理由进行审查，从而作出判断。在本案中，被投诉人没有进行答辩和证明，专家组也没有发现本案中存在《政策》第 4(c)条所规定的表明被投诉人对争议域名具有权利或合法权益的情形。专家组认为投诉人提出的主张和理由成立。

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《政策》第 4(a)(ii)条规定的条件。

关于恶意

投诉人主张，被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意，并且提出了相应的理由和证据。被投诉人没有提交答辩，未提供反驳理由。

专家组审核了投诉人提供的有关广告、报刊宣传、获奖、扶贫救灾和助学及捐助等社会活动的大量证据之后确认，投诉人对“Tupperware”系列商标在中国进行了长期使用和广泛宣传，该注册商标在相关消费者中具有很高的知晓度和影响力。投诉人认为，被投诉人在争议域名指向的网站上大量使用投诉人的“Tupperware”商标和“特百惠”商标，销售与投诉人完全相同的产品，被投诉人还自称“特百惠北京辉煌网上专卖店”，以上都表明被

投诉人不可能不了解投诉人的商标。专家组经审核相关证据之后认可投诉人的上述主张。

专家组认为，投诉人的商标具有很高的知名度，被投诉人选择投诉人的商标进行组合并注册成具有混淆性的域名的这一事实以及被投诉人在争议域名指向的网站上大量使用投诉人的中英文商标并出售与投诉人相同产品的事实，表明了被投诉人在注册本案争议域名时就知晓投诉人的商标的影响力和商业价值，并且意在通过制造该域名与投诉人或其商标的关联性的方式，误导消费者，取得商业利益。被投诉人的行为很可能引起互联网用户的混淆，误认为争议域名所指向的网站是投诉人的网站，或者与投诉人有某种关联。

被投诉人的上述行为表明，被投诉人注册和使用本案争议域名的意图在于利用投诉人商标的声誉取得商业利益。根据《政策》第 4 (b)(iv)规定，恶意注册和使用域名的情况之一是：“以使用域名的手段，为了商业利益目的，你方通过制造你方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你方网站或其它链机地址”。专家组认为被投诉人的行为属于《政策》上述条款所规定的情况

此外，投诉人引用了在先的域名争议案例(*Deutsche Bank AG v. Diego-Arturo Bruckner, WIPO Case No. D2000-0277*)所确定的原则，认为“Tupperware”不属于字典中的词汇，一旦独立于投诉人及其品牌，则不具有任何实际意义，因此任何与投诉人无关的人注册或使用与“Tupperware”相同或近似的域名的行为都会构成恶意。专家组同意在先案例所确立的上述原则，专家组认为投诉人的商标“Tupperware”属于臆造词汇，仅与投诉人密切相关，而且在相关消费群体中具有相当的知晓度，被投诉人与投诉人无任何关联，被投诉人使用投诉人的商标文字注册争议域名不具备任何合理理由。本案中适用上述在先案例所确立的原则。

综上所述，专家组认为，被投诉人注册和使用争议域名的恶意可以得到证明，投诉满足《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《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权益”，以及“被投诉人出于恶意注册并使用争议域名”。

根据《政策》第 4(i)条和《规则》第 15 条的规定，专家组裁决将争议域名“cs-tupperware.com”转移给投诉人 DART INDUSTRIES INC.(达特工业公司)。

独任专家：



二〇一三年一月二十五日