

**亚洲域名争议解决中心**  
**香港秘书处**  
**行政专家组裁决**  
**案件编号：HK-1100386**

---

---

投诉人：Jean Cassegrain S.A.S.

被投诉人：Zhengzhongqiang / Hualongchangye

争议域名：longchamp-lepliage.com

注册商：Xiamen eName Network Technology Corporation Limited

---

---

## 1、 案件程序

本案的投诉人是 Jean Cassegrain S.A.S.。

被投诉人是 Zhengzhongqiang / Hualongchangye。

本案的争议域名是“longchamp-lepliage.com”。争议域名的注册商是 Xiamen eName Network Technology Corporation Limited。

亚洲域名争议解决中心香港秘书处（“中心香港秘书处”）于 2011 年 8 月 11 日收到投诉人提交的投诉书。2011 年 8 月 12 日，中心香港秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知，确认已收到投诉书。同日，中心香港秘书处以电子邮件向本案争议域名注册机构传送注册信息确认函，请求提供争议域名的注册信息。2011 年 8 月 15 日，注册商回复确认，争议域名由其提供注册服务，被投诉人为争议域名注册人，注册语言为中文。

2011 年 8 月 25 日，中心香港秘书处按照被投诉人注册争议域名时提供的电子邮件地址向被投诉人发送程序开始通知，同时转送业经审查合格的投诉书及所有附件材料，要求被投诉人按照规定的期限提交答辩；经过多次尝试后，有关邮件不能有效送达。中心香港秘书处同时以电子邮件向投诉人和注册商抄送程序开始通知。同日，中心香港秘书处以快递形式将有关材料按照被投诉人注册争议域名时提供的地址发送。由于被投诉人没有在规定期限内提交答辩书，中心香港秘书处于 2011 年 9 月 20 日以电子邮件向投诉人和被投诉人发出缺席审理通知，并告知中心将会尽快指定专家，审理本案。

由于投诉人选择由一人专家组审理本案，而被投诉人既没有提交答辩，也没有就专家组作出选择，根据程序规则的规定，案件应当中心香港秘书处指定一名专家成立专家组进行审理。

2011 年 10 月 3 日，中心香港秘书处以电子邮件向赵云先生传送列为候选专家通知，并请候选专家确认：是否接受指定，作为本案专家审理案件；如果接受指定，能否在当事人间保持独立公正。同日，赵云先生表示同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。2011 年 10 月 4 日，中心香港秘书处以电子邮件通知双方当事人，确定指定赵云先生作为本案独任专家，审理案件。同日，中心香港秘书处将案件移交专家组。

根据程序规则的规定，专家组应于成立之日起 14 日内即 2011 年 10 月 18 日（含 10 月 18 日）前就本案争议作出裁决。

根据程序规则的规定，专家组决定本案程序语言为争议域名注册协议使用的语言，即中文。

## 2、基本事实

投诉人：本案的投诉人是 Jean Cassegrain S.A.S.，地址为 12, Rue Saint-Florentin, 75001 Paris, France。投诉人在本程序中的授权代理人是礼德齐伯礼律师行。

被投诉人：本案被投诉人为 Zhengzhongqiang / Hualongchangye，地址为 Liyuan Xiaoqu, 10 dong 501#, 351100。被投诉人于 2011 年 4 月 6 日通过域名注册机构 Xiamen eName Network Technology Corporation Limited 注册了本案争议域名 longchamp-lepliage.com。

## 3、当事人主张

投诉人：

投诉人乃一家根据法国法律于 1958 年 12 月 2 日注册成立的公司。投诉人在全球各地透过本身、其联营公司或认可分销商经营（其中包括）广泛系列时尚产品的设计、制造、分销及销售业务，包括但不限于手提包、服装、鞋、帽、男女装旅行包及皮夹。投诉人的历史可追溯至 1948 年，当时由 Jean Cassegrain 先生在法国成立。投诉人最初准备生产烟斗皮套。在 1950 年左右，业务发展至生产其他吸烟用品，于 1955 年开始买卖小型皮革用品。至 1957 年，投诉人在法国开设第一间工厂。在六十至七十年代，投诉人继续创作及推出新产品，尤其是手提包、旅行包及行李箱，其中

“LONGCHAMP”及“LONGCHAMP”商标尤为著名。于 1979 年，投诉人首度进军远东，先后在香港和日本设立商店。约于 1990 年，皮具用品系列已包括手套及皮带，并于 1992 年首次推出丝巾及领带系列。于 1993 年，投诉人推出世界知名的 Le Pilage 手提包系列。投诉人的 Le Pilage 手提包非常受欢迎。在 2002 年、2003 年、2004 年、2005 年及 2006 年各年，投诉人在全球各地售出超过一百万个 Le Pilage 手提包，相信在各品牌中已跻身最畅销手提包之列。于 1996 年，投诉人首次生产其服装产品系列，包括男女现成服装，例如 T 恤、恤衫、西装及其他服装项目。所有产品均以

“LONGCHAMP”及“LONGCHAMP”商标销售。至 2011 年 1 月，投诉人在包括中国等世界各地以“LONGCHAMP”及“LONGCHAMP”商标拥有 130 家商店。由于事实上投诉人分布于世界各地的门市如此之多，投诉人的产品经常在各国的时尚杂志刊登广告。全球销售额以及在中国的销售价值都很高。

投诉人为享负盛名的 Comite Colbert 的成员。Comite Colbert 透过多家法国公司组成，目标之一是向世界推广个别品牌的超卓品质。于 1954 年，Comite Colbert 包含 12 家公司，至 2007 年已有 68 名成员。加入该组织的方法只有一个，公司加入时须经其他成员不少于 75% 票数赞成，此后须在每年的周年大会上以同样票数通过。投诉人于 2001 年获接纳加入为成员。Comite Colbert 的其他重要成员包括 Cartier、Celine、

Chanel、Christian Dior、Givenchy、Guerlain、Hermès、La Chemise Lacoste、Louis Vuitton 及 Yves Saint Laurent 等著名品牌。“LONGCHAMP”因此获 Comité Colbert 确认为已达到国际上的卓越水准，并为世界公认。打击假冒是 Comité Colbert 的一项主要工作。Comité Colbert 及其成员在本地及国际层面采取行动，成立反假冒委员会、干预“来源”国家，并且呼签国家、欧洲及国际司法系统协助打击盗版。

法国一份主要报纸《Le Figaro》于 2004 年 9 月 4 日随报附送的周末杂志《Le Figaro Magazine》的封面及相关内页 6 页长报道谈到法国的技术诀窍、创新及国际上的成就。投诉人的 Le Pilage 手提包与多项国际著名产品同列，例如 Hermès Kelly 手提包、Evian 矿泉水、Lacoste 恤衫、Donnon 乳酪及 Chanel n°5 香水。Le Pilage 手提包图

片显示在手提包盖钮及拉链上的“LONGCHAMP”及“LONGCHAMP”商标，照片下的说明文字亦称：“Longchamp 的‘Le Pilage’手提包在 10 年前推出以来，不同颜色及大小的皮包已在世界各地售出超过六百万个。这尼龙制的配饰轻巧、廉宜，而且折叠起来后细小如信封，最初在欧洲，然后在美国和日本发售，至今已有很多人使用。该系列定位于庞大市场，重新推出于 1948 年创立的 Longchamp 品牌，而不令其奢侈品形象受损。”

针对韩国人 Yeon-Gu Kim 于 2005 年 3 月 17 日使用域名 longchampkorea.net，投诉人亦向“世界知识产权组织仲裁与调停中心”作出投诉。世界知识产权组织仲裁与调停中心于 2005 年 5 月 5 日就此投诉作出决定，该决定中，投诉人取得其“LONGCHAMP”商标世界性知名度的官方确认。该决定在“讨论及裁断”中的第 6 段，明确指出“投诉人的商标在全球享负盛名”，并作出如下决定：“加上后缀‘Korea’不足以让客户将该域名预 LONGCHAMP 分辨清楚。因此，仲裁小组认为使用互联网的人想当然可能假设争议域名属投诉人所有，或由投诉人控制。”投诉人

“LONGCHAMP”及“LONGCHAMP”商标的全球知名度从上文可见一斑。

#### 1. 争议域名与投诉人拥有权利的商标相同或极为相似

争议域名“longchamp-lepliage.com”完全复制投诉人的“LONGCHAMP”及“LE PLIAGE”标记。额外的字完全是描述性的，这不会分别出争议域名与投诉人的商标。因此，该域名与投诉人标记相同及/或极为相似。投诉人投资大笔金钱发展其业务及“LONGCHAMP”及“LE PLIAGE”品牌。投诉人已于世界各地（包括在中国）注册其商标，而且透过多个域名在互联网占有重要地位。倘若被投诉人或任何其他公司使用争议域名（包含投诉人的“LONGCHAMP”及“LE PLIAGE”商标），公众人士及互联网使用者将会被混淆，以致相信投诉人为其业务使用争议域名及/或争议域名的所有人与投诉人有关。

#### 2. 被投诉人对于争议域名没有权利或合法权益

被投诉人与投诉人概无关联，亦非投诉人的被许可人，且未获投诉人授权使用“LONGCHAMP”或任何其他类似标记作为域名或作其他使用。互联网使用者在互联网上浏览争议域名后会被接往一个网站，其中包含了大量的投诉人的上述商标。在被投诉人网站的头版，置顶的横幅复制了“LONGCHAMP”。在横幅的下方，有注有“LONGCHAMP”名称的手提包的图片。事实显示争议域名包含“longchamp”及“lepliage”字，被投诉人显然试图将该网站显示为 LONGCHAMP 手提包的认可销售店。然而，这并非实情。被投诉人网站确实在销

售各类型注有“LONGCHAMP”及“LE PLIAGE”名称的袋。被投诉人网站销售大量的袋，所有被投诉人的袋都被列作为新的货品，以这折扣出售，不可能是投诉人的正版袋。此外，被投诉人网站中的图片显示不同颜色和不同尺寸的袋。所有投诉人正版产品都通过授权销售商出售，被投诉人是不可能具有这样多数量不同大小和颜色的正版 LONGCHAMP 袋销售。因此，争议域名没有被合法使用。相反，被投诉人注册争议域名是为了经营被投诉人网站，提供伪造的 LONGCHAMP 手提包（及其他品牌项目）出售。

### 3. 争议域名在不真诚的情况下注册及使用

事实上争议域名包含“LONG-CHAMP”及“LE PLIAGE”字，而有关的网站目前正用以提供伪造的 LONGCHAMP 手提包出售，这表示争议域名在不真诚的情况下注册，并显示出被投诉人试图不公平地从投诉人的标记及手提包的名声获取利益。使用争议域名相当可能令人与投诉人的标记“LONGCHAMP”及“LE PLIAGE”在来源、赞助、透过争议域名接达的网站的关联或认可各方面，乃至网站发售的伪造 LONGCHAMP 手提包产生混淆。

根据《域名争议解决政策》的规定，投诉人请求专家组裁定被投诉人将“longchamp-lepliage.com”域名转移给投诉人。

被投诉人：

被投诉人在规定的期限内没有提交答辩意见。

### 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《统一域名争议解决政策》（《政策》）的约束。《政策》适用于本项行政程序。

《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

投诉人的“LONGCHAMP”、“LONGCHAMP”及“LE PLIAGE”等标志在全球许多国家和地区都获得了商标注册。投诉人在中国就“LONGCHAMP”标志早于 1983 年 6 月 15 日就获得了商标注册；“LONGCHAMP”标志于 2001 年 8 月 22 日就已经获得了商标注册；“LE PLIAGE”标志则于 2003 年 6 月 11 日在中国获得了商标注册。现这些标志仍处于商标的有效保护期内。这些商标自注册以来一直为投诉人使用。毋庸置疑，投诉人就“LONGCHAMP”及“LE PLIAGE”标志享有受法律保护的合法权益。投诉人还以“longchamp”为主要部分注册了有关网站开展业务。“LONGCHAMP”及“LE

PLIAGE” 商标已经成为投诉人独有的商号和标志。本案争议域名的主要部分为“longchamp-lepliage”，除去其中的一条横线外，该主要部分有两部分构成，即“longchamp”与“lepliage”。这两部分分别与投诉人的两个注册商标“LONGCHAMP”及“LE PLIAGE”完全相同；而其中连接的横线，并没有特殊含义，也不具有任何显著性，不能起到与投诉人注册商标相区别的作用。专家组认为，投诉人的“LONGCHAMP”及“LE PLIAGE”商标是具有显著性的独特性标志，并非通用词汇。争议域名极有可能使人误认为这一域名的注册人是投诉人，或足以导致相关公众误认为被投诉人及该争议域名与投诉人存在一定联系。因此，争议域名的主要部分与投诉人拥有的在先权利的商标构成近似，足以引起混淆。

鉴于此，专家组裁定投诉人的投诉已满足了《政策》第 4（a）条中的第一项条件。

### 关于被投诉人权利或合法权益

按照《政策》第 4（a）条的规定，专家组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。就认定该争议事实而言，一般应由被投诉人承担举证责任。投诉人提交的证据表明，投诉人对有关商标享有充分的在先权利和合法权益；投诉人并主张与被投诉人没有任何关系，也从未授权被投诉人使用这些标志。被投诉人没有提出任何抗辩及证据，证明其对这些标志的任何权益。因此，专家组能够认定的争议事实是，投诉人对注册商标“LONGCHAMP”及“LE PLIAGE”享有权利和合法权益；与此同时，没有任何证据足以让专家组认定被投诉人对争议域名享有任何先于投诉人的权利或合法权益。

综上，专家组认定被投诉人不对争议域名享有任何权利或合法权益；并进而认定，投诉人请求转移争议域名的第二个条件已经满足。

### 关于恶意

根据《政策》第 4（a）条的规定，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。根据《政策》第 4（b）条的规定，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，你方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）你方注册行为本身即表明，你方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）你方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，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他联机地址者。

投诉人提供的证据充分表明，投诉人就“LONGCHAMP”及“LE PLIAGE”标志享有受法律保护的在先商标权；而且这些商标经过投诉人的宣传和市场运作，已成为凝聚投诉人商誉的商业标识。专家组认为，这些商标在包括中国在内的许多国家和地区享有极高的声誉和价值，存在广泛的影响。“LONGCHAMP”及“LE PLIAGE”也并非通用词。这些事实足以令专家组确信被投诉人知道投诉人及其注册商标的存在。被

投诉人明知自己对“LONGCHAMP”及“LE PLIAGE”商标不享有任何合法权益，仍然将这一品牌注册为自己的域名，其注册行为本身即具有恶意。

投诉人提交的证据还显示，该争议域名的网站大量使用投诉人的商标，伪装投诉人生产的产品进行销售活动。该情形已经构成《政策》第 4（b）条所规定的典型恶意情形之一，即以使用域名的手段，为商业利益目的，通过制造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网站或其他联机地址者。此外，被投诉人注册争议域名时提供的电子邮件并不能有效使用，该情形也可被认为是“恶意”因素的表现形式之一。

据此，专家组认定，投诉人请求转移争议域名的第三个条件已经满足。

## 5、裁决

基于上述事实与推理，专家组认定，投诉人的投诉满足了《政策》第 4（a）条所规定的全部三个条件。

专家组依据《政策》第 4（a）和《规则》第 15 条的规定，以及投诉人的投诉请求，裁决被投诉人将争议域名“longchamp-lepliage.com”转移给投诉人。

专家：赵云  
二〇一一年十月十八日