



Asian Domain Name Dispute Resolution Centre  
hong kong

(香港秘书处)

## 行政专家组裁决

---

案件编号: **HK-1600868**  
投诉人: **LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE LTD. (株式会社 LG 生活健康)**  
被投诉人: **Ohui**  
争议域名: **ohuishop.com**

---

### 1. 当事人及争议域名

本案投诉人: **LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE LTD. (株式会社 LG 生活健康)**, 地址为韩国汉城市永登浦区汝矣岛洞二十番地。

被投诉人: **Ohui**, 地址为 Yinqiao Road No.58, Pudong, Shanghai。

争议域名: **ohuishop.com**

注册商: **江苏邦宁科技有限公司**, 地址为: 中国江苏省南京市雨花大道 2 号邦宁科技园 2-3 层。

### 2. 案件程序

亚洲域名争议解决中心香港秘书处 (“香港秘书处”) 于 2016 年 5 月 11 日收到投诉人根据互联网络名称及数码分配公司 (ICANN) 实施的《统一域名争议解决政策》与《统一域名争议解决政策规则》, 以及亚洲域名争议解决中心 (ADNDRC) 就《统一域名争议解决政策》和《统一域名争议解决政策规则》所作的补充规则提交的投诉书, 要求指定一位专家组成专家组审理本案。

香港秘书处于 2016 年 5 月 12 日向争议域名的注册商传送电子邮件, 请求确认争议域名的注册信息, 注册商于同日回覆了有关的注册信息。

2016 年 5 月 12 日, 香港秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知, 确认收到了投诉人的投诉书。

香港秘书处依据《统一域名争议解决政策》与《统一域名争议解决政策规则》的要求对投诉人提交的投诉书进行了形式审查，发现投诉书存在形式缺陷。故此，于 2016 年 5 月 24 日向投诉人发出投诉修改形式缺陷通知，要求投诉人作出修正。投诉人于 2016 年 5 月 26 日提交修正过的投诉书，在期限内满足了香港秘书处的要求。

2016 年 5 月 26 日，香港秘书处向被投诉人传送投诉通知，并告知本案程序于当日正式开始，被投诉人应在 2016 年 6 月 15 日或之前提交答辩书。鉴于被投诉人并未于规定答辩时间内提交答辩，香港秘书处于 2016 年 6 月 17 日向投诉人发出缺席审理通知。

2016 年 6 月 21 日，香港秘书处向关燮健先生发出专家组指定通知，关燮健先生于同日回覆香港秘书处，同意接受指定，并保证独立及公正地审理本案。香港秘书处于 2016 年 6 月 22 日向双方当事人及上述专家传送专家确定通知，确认指定关燮健先生为本案独任专家，成立一人专家组审理本案。根据《统一域名争议解决政策规则》第 15(b) 段的规定，专家组应当在 2016 年 7 月 6 日或之前就本争议作出裁决。

### 3. 事实背景

#### 投诉人及其商标

(一) 争议域名注册前，投诉人在中国在第 3 类的商品上注册有如下商标：

(1) 注册号：1902778

商标：OHUI

类别：3

商品：除指甲油制剂；防晒霜；非医用漱口水；肥皂；护肤液；花露水；化妆用粉底；洁肤霜；口红；脸部用凝胶（化妆用品）；美容面膜；剃须后用液；香水；牙膏；眼影；浴液

注册日期：2002-08-28

有效期至：2022-08-27

(2) 注册号：5981620

商标： OHUI（指定颜色）

类别：3

商品：牙齿美白剂；牙齿增白笔；牙齿美白贴片；牙膏；非医用洗牙剂；非医用漱口剂；清洁假牙用制剂

注册日期：2010-01-07

有效期至：2020-01-06

(3) 注册号：4612721

商标： OHUI（指定颜色）

类别：3

商品：润肤液；剃须后用液；香水；口红；花露水；胭脂；化妆用粉底（粉状）；眼影；洗发香波；香皂

注册日期：2008-08-14

有效期至：2018-08-13

(4) 注册号：4612724

商标：欧蕙

类别：3

商品：润肤液；剃须后用液；香水；口红；花露水；胭脂；化妆用粉底（粉状）；眼影；洗发香波；香皂

注册日期：2008-08-14

有效期至：2018-08-13

除了在中国注册上述商标以外，投诉人还在香港、澳门、台湾、韩国、美国、日本、法国、俄罗斯、阿根廷、阿曼、蒙古、卡塔尔、阿联酋、越南、泰国、巴西、加拿大、巴林、新加坡、印度、马来西亚、哈萨克斯坦、澳大利亚等国家和地区在第3类化妆品等产品上注册了“OHUI”等商标。

(二) 投诉人已在先注册了含有“OHUI”的域名

1999年，投诉人注册了<ohui.co.kr>域名，并通过www.ohui.co.kr网站面向全球公众推广和宣传OHUI（欧蕙）品牌的化妆品。2005年投诉人通过其在中国的子公司乐金生活健康贸易（上海）有限公司注册了<ohui.com.cn>域名，并通过www.ohui.com.cn网站面向中国公众进行推广和宣传OHUI（欧蕙）品牌的化妆品。

## 被投诉人

被投诉人于2012年5月25日通过江苏邦宁科技有限公司注册了本案争议域名。

## 4. 当事人主张

### A. 投诉人

投诉人的主张如下：

#### 1. 争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆

争议域名“ohuishop.com”由作为顶级域名的.com和二级域名“ohuishop”组成，但是起区别作用的显著部分是二级域名“ohuishop”。争议域名的前半部分“ohui”与投诉人的商标“OHUI”完全相同，而后半部分的shop中文意思是“店铺、商店”等。

首先，被投诉人将shop作为域名的一部分，只是表明争议域名网站为一家网店，并不具有区分性。因此shop作为争议域名“ohuishop.com”的一部分，并不具有显著性，真正起到识别作用和具有显著性的是“ohui”，即，被投诉域名“ohuishop.com”与投诉人的商标“OHUI”构成近似。

其次，“ohuishop”的中文意思是“欧蕙商店”或“欧蕙店铺”，而且争议域名对应的网站上销售的都是OHUI品牌的化妆品，这使得相关公众在看到争议

域名时会认为该域名是投诉人或者投诉人的关联公司开设的专门销售 OHUI 品牌化妆品的官方网站，进而对被投诉人的身份资质产生混淆和误认。

鉴于此，争议域名与投诉人的商标“OHUI”极其相似，容易引起混淆。

## 2. 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法利益；且

被投诉人不拥有任何含有“OHUI”字样的商标注册，且投诉人作为“OHUI”注册商标的在先权利人，与被投诉人不具有任何商业往来，也从未许可被投诉人使用“OHUI”商标，或授权其注册任何含有“OHUI”的域名或其它商业性标志。

综上，被投诉人没有任何理由可以解释其使用“ohui”作为域名主体部分的原因，投诉人也未发现被投诉人有善意使用“ohui”的证据，因此，被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法利益。投诉人的投诉满足《政策》的第 4 (a) (ii) 所述的条件。

## 3. 被投诉人的域名已被恶意注册并且正被恶意使用

投诉人成立于 1947 年，是韩国最大的集化妆品、牙膏、饮料等产品为一体的公司，在中国已设立了四家关联公司。投诉人 OHUI（欧蕙）品牌化妆品早在 1997 年就推出了，并通过其于 2000 年成立的乐金生活健康贸易（上海）有限公司在中国地区推广销售 OHUI（欧蕙）化妆品。通过多年的宣传和销售，投诉人 OHUI（欧蕙）品牌的化妆品在争议域名注册日前就已经在中国市场具备了一定的知名度。

首先，在争议域名于 2012 年 5 月 25 日注册前，投诉人的“OHUI”已经获得注册并取得了一定的知名度，被投诉人在注册此域名时对“OHUI”商标及其归属不可能一无所知。此外，“OHUI”属于无含义词，被投诉人偶然选取“ohuishop.com”作为域名的主要部分的可能性几乎为零。

其次，被投诉人使用争议域名建立网站内容表明，被投诉人注册争议域名完全是出于制造混淆、误导公众之目的：

(1) 争议域名所有者为：Ohui，联系人为：Hui Ou，注册人地址为：Yinqiao Road No.58 Pudong。由此可以看出，争议域名注册人实际是中国的企业或个人，而中国的企业或个人不大可能将自己的名称取为英文“Hui Ou”或“Ohui”，唯一的解释就是被投诉人为了使消费者以为争议域名网站是投诉人授权开设的官方网站而杜撰的名称，恶意十分明显。

(2) 争议域名对应的网站上曾有“欧蕙 OHUI 官方站点：<http://www.ohuishop.com/>”字样，经过投诉人数次与被投诉人沟通，目前该等字样已经删除。另外，争议域名对应的网站在百度搜索结果中曾经的标题为：“OHUI 欧蕙官方网站”，经过投诉人向百度发出《律师函》指出这样的不法行为，这样的搜索结果已不再显示。但上述行为均能证明被投诉人是故意将自己的网站称为投诉人 OHUI 品牌的官方网站的，其恶意十分明显。

(3) 无论争议域名网站销售的 OHUI 品牌的产品是正品还是假冒品, 被投诉人均无权使用投诉人的商标恶意注册争议域名。被投诉人通过争议域名销售 OHUI 品牌的产品, 还在网站中对 OHUI 品牌进行了详尽的介绍, 表明被投诉人是熟知投诉人 OHUI 品牌的。况且在争议域名注册前, 投诉人的商标已经具有了一定的知名度, 被投诉人在注册域名时就应该进行合理避让。但被投诉人不但不避让, 还注册了与投诉人商标极其近似的域名, 并称争议域名网站为“OHUI 欧蕙官方网站”。在亚洲域名争议解决中心北京秘书处审理的关于域名“wella555.com”争议一案中, 专家组认为被投诉人虽然有权销售投诉人的正品, 但是无权未经授权申请注册与投诉人商标相同或近似的域名, 消费者看到争议域名会将其与投诉人或投诉人的商标联系在一起, 因此, 被投诉人注册使用争议域名具有恶意。同理, 无论本案争议域名网站销售的 OHUI 产品是否为正品, 被投诉人均无权注册使用与投诉人商标极其近似的域名, 并具有恶意。

综上, 被投诉人的种种行为显示其正通过包括注册争议域名在内的一系列方式故意制造其网站为投诉人 OHUI 品牌官方网站的假象, 企图用这种方式误导消费者, 利用投诉人商标的知名度为其招徕商业机会, 谋取不正当利益。因此, 被投诉人已构成《政策》第 4 (a) (iii) 条规定的恶意情形。

## B. 被投诉人

被投诉人并未在规定的期限内提交答辩书。

## 5. 专家组意见

### 《统一域名争议解决政策》第 4(a) 段的规定

根据《ICANN 统一域名争议解决政策》第 4(a) 段规定, 符合下列条件的投诉应当得到支持

:

- (i) 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; 且
- (ii) 被投诉人对争议域名并不享有权利或合法利益; 且
- (iii) 被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

投诉人在行政程序中必须举证证明以上三种情形同时具备。

### A) 关于争议域名与投诉人享有商标权利的名称或者标志相同或混淆性相似

投诉人在世界各地注册了众多包含“OHUI”字样的商标, 是“OHUI”商标的合法权利人。

争议域名“ohuishop.com”在除去表示通用顶级域名的“.com”后, 就剩下“ohuishop”部分。将争议域名这个识别部分与投诉人的“OHUI”商标比较, 就发现这个部分与投诉人商标的差别就只是在“ohui”后面加上“shop”(含义为店铺、商店等)而已。在投诉人的商标“OHUI”后面加上“shop”并未使争议域名这个部分与投诉人或其商标分辨开来, 反而因为被投诉人将争议域名指向一个被称为

欧蕙 OHUI 官方站点的网站，更容易使人误认为争议域名是个为销售 OHUI 产品而设的域名。

故此，专家组认为争议域名与投诉人享有权利的商标混淆性相似，投诉人已满足《统一域名争议解决政策》第 4(a)(i) 段的条件。

## **B) 关于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**

投诉人是“OHUI”商标的权利人，其商品在相关行业内享有一定的知名度，其商标为消费大众普遍知晓。投诉人指被投诉人不拥有任何含有“OHUI”字样的商标注册，投诉人与被投诉人没有任何的商业往来，也从未许可被投诉人使用其“OHUI”商标，或授权被投诉人注册任何含有“ohui”的域名或其它商业性标志。故此，被投诉人未就“OHUI”享有任何权利。

投诉人称被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益的主张已经构成表面证据（见：*Conforama Holding v. Ying Liu*, WIPO 案号：D2010-0094）。一旦投诉人一方提供了表面证据，举证责任就转移到被投诉人一方。但是，被投诉人并未于答辩期限内提供其就争议域名或其主要部分享有任何权利或合法利益的证据。

综观投诉人提供的证据、争议域名指向的网站的内容和实际使用情形，专家组认为：

(i) 争议域名网站未获得投诉人的任何授权，却曾昧于事实地声称是欧蕙 OHUI 官方站点，而且该网站现在的标题仍然是 OHUI 欧蕙网上商城。这表示被投诉人绝对不是使用争议域名或与争议域名对应的名称来提供诚信商品或服务；

(ii) 在百度网站以“OHUI”进行的搜索，结果是首几版所搜到的几乎都是与投诉人或其 OHUI 商品相关的。虽然其中两条连接指向争议域名网站，但却都是为投诉人 OHUI 品牌作介绍的。所以，很难说即使被投诉人未获得商标或服务标记，但被投诉人作为个人、企业或其它组织，一直以争议域名而广为人知；及

(iii) 被投诉人在经营网上商店，当然是以营利为目的，而且依其行为（详见下述）来看，的确存在为商业利润而误导消费者之意图。

再者，纵使专家组暂且不质疑 Ohui 是否被投诉人的真正名字或名称，但被投诉人并未提供任何证据，证明被投诉人在营业的过程中，以这名字或名称与其本身或其商品联系在一起，而且这名字或名称已经成为分辨被投诉人与他人的特殊识别标记。故此，被投诉人无法就“OHUI”主张任何权利或合法权益。

因此，专家组有理由相信被投诉人未就争议域名或其主要部分享有任何权利或合法利益，而且《统一域名争议解决政策》第 4(c) 段列举的情况亦不存在。

综上所述，专家组认为投诉人已满足《统一域名争议解决政策》第 4(a)(ii) 段的条件。

## **C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意**

(1) 被投诉人注册争议域名是否具有恶意

“OHUI”是投诉人的注册商标，也是 LG 集团旗下的顶级护肤品牌，在韩国久负盛名。于 2005 年进入中国后，通过多年的宣传和销售，投诉人 OHUI（欧蕙）品牌的化妆品已经在中国市场具备了一定的知名度。被投诉人应该是知晓投诉人的“OHUI”商标和商品，却以“ohuishop”作为识别部分来注册争议域名。加上争议域名指向的网站的使用情形，专家组有理由相信被投诉人在注册争议域名时，就已经处心积虑要以争议域名及指向的网站来制造与投诉人及其商品有关联的假象。

故此，被投诉人注册争议域名的行为是具有恶意的。

## （2） 被投诉人使用争议域名是否具有恶意

首先，争议域名的含义（OHUI 商店）容易使人联想到其指向的网站，是一家专门销售 OHUI 产品的网上商店。其次，争议域名网站曾有“欧蕙 OHUI 官方站点：<http://www.ohuishop.com/>”字样，而且现在仍然以“OHUI 欧蕙网上商城”作为其标题，只销售 OHUI 欧蕙产品，并且在其网页内对投诉人的商标以及商品作详尽的介绍。

凡此种种，争议域名容易误导消费者，使消费者误信争议域名是投诉人所拥有或经营的，或者与投诉人存在某种关系。被投诉人使用争议域名，明显是想搭乘投诉人的便车，引诱或误导网络用户或潜在顾客访问其网站，并通过上述的误导，使消费者认为其网站和该网站上的产品与投诉人存在某种联系，以达到混淆消费者的目的。

被投诉人的上述行为明显是要使网络用户或潜在顾客就其网站和在该网站上提供的商品与投诉人并投诉人的商品之间在来源、附属、关联等方面产生混淆，以获取不当的商业利益。

故此，被投诉人就争议域名的使用是具有恶意的，这并不会因被投诉人在争议域名网站销售的 OHUI 产品是否正品，而有所改变。

综上所述，专家组认为被投诉人在注册和使用争议域名两方面皆具有恶意，投诉人已满足《统一域名争议解决政策》第 4(a)(iii) 段的条件。

## 6. 裁决

既然投诉人的投诉已满足了《统一域名争议解决政策》第 4(a) 段规定的全部三个条件，其投诉应当获得支持。根据《统一域名争议解决政策》第 4(i) 段和《统一域名争议解决政策规则》第 15 段的规定，专家组裁定被投诉人须将争议域名转移给投诉人。

---

独任专家：关燮健

日期：2016 年 7 月 6 日