



(香港秘书处)

行政专家组裁决

案件编号:	HK-1400617
投诉人:	HUGO BOSS TRADE MARK MANAGEMENT GMBH & CO. KG (德国雨果博斯商标管理有限公司)
被投诉人:	John Steves
争议域名:	hugoboss66.com

1. 当事人及争议域名

本案投诉人为 HUGO BOSS TRADE MARK MANAGEMENT GMBH & CO. KG (德国雨果博斯商标管理有限公司)，地址为 DIESELSTRASSE 12, D-72555 METZINGEN, GERMANY。

被投诉人为 John Steves，地址为香港。

争议域名为 hugoboss66.com, 由被投诉人通过 HICHINA ZHICHENG TECHNOLOGY LTD. (北京万网志成科技有限公司) 注册，地址为：北京市东城区鼓楼外大街 27 号万网大厦一层南侧(100120)。

2. 案件程序

2014 年 5 月 23 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香港秘书处 (以下简称“中心香港秘书处”) 提交了投诉书，选择由一人专家组进行审理。

2014 年 5 月 23 日，中心香港秘书处向投诉人传送通知，确认收到投诉书。同日，中心香港秘书处向 ICANN 和域名注册商北京万网志成科技有限公司发出注册信息确认函，要求其确认注册信息。同日，注册商北京万网志成科技有限公司回复确认：(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。

2014 年 5 月 29 日，中心香港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 2014 年 5 月 29 日正式开始。

同日，中心香港秘书处以电子邮件向被投诉人传送书面投诉通知，告知被投诉人被投诉的事实，并说明中心香港秘书处已按《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，并要求其应于程序开始之日起 20 天内，即 2014 年 6 月 18 日之前（含 6 月 18 日），向中心香港秘书处提交答辩书及其附件。中心香港秘书处并于同日以电子邮件向 ICANN 及争议域名的注册商北京万网志成科技有限公司传送程序开始通知。

截止至答辩期限 2014 年 6 月 18 日，被投诉人未提交答辩。2014 年 6 月 19 日，中心香港秘书处向投诉人及被投诉人传送缺席审理通知。

2014 年 6 月 19 日，中心香港秘书处向高卢麟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，候选专家回复中心香港秘书处，同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2014 年 6 月 19 日，中心香港秘书处向双方当事人及上述专家传送专家指定通知，指定高卢麟先生为本案独任专家，成立一人专家组审理本案。同日，中心香港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 2014 年 6 月 19 日）起 14 日内即 2014 年 7 月 3 日前（含 3 日）就本案争议作出裁决。

3. 事实背景

投诉人为 HUGO BOSS TRADE MARK MANAGEMENT GMBH & CO. KG（德国雨果博斯商标管理有限公司），地址位于 DIESELSTRASSE 12, D-72555 METZINGEN, GERMANY。投诉人在本案中的授权代理人为罗衡。

被投诉人为 John Steves，地址位于香港。2013 年 7 月 6 日，被投诉人 John Steves 通过域名注册服务机构北京万网志成科技有限公司注册了争议域名“hugoboss66.com”。

4. 当事人主张

A. 投诉人

一、投诉人的主张如下：

投诉人为雨果博斯股份有限公司（“雨果公司”）的商标管理公司，而雨果公司是一家根据德国法律于 1923 年成立的公司，“HUGO BOSS”正是投诉人创立者的姓名。自 1923 年起，Hugo Boss 这个名字就成为了时尚男士服装的代名词，如今投诉人已经是世界范围高端奢侈品市场的领导者之一，主要致力于设计及销售高档女士及男士时装及配饰。除此之外还拥有品牌特许经营品类包括香水、眼镜、腕表、童装、摩托车头盔、手机及配件和家用纺织品。第一款 BOSS 香水于 1993 年推出，自此之后，BOSS 一直是全球香氛市场的主要领军者。投诉人的产品一直以品位和华贵气质备受推崇，也以其优秀的品质，获得市场的认可。

投诉人还致力于体育和文化活动赞助以及举办丰富的市场活动，这些都大大提高了 HUGO BOSS 的国际认知度及品牌形象。投诉人每年都会在各世界时尚之都举行盛大的时装活动。自 1996 年开始，HUGO BOSS 和纽约 Guggenheim 基金合作，颁发 HUGO BOSS 奖。2013 年 6 月“HUGOBOSS 亚洲艺术大奖”正式在上海宣告成立。在体育方面，HUGO BOSS 赞助一级方程式赛车，IRL，高尔夫球，网球和滑雪等各项体坛盛事。

自投诉人成立以来，投诉人一直以“HUGO BOSS”为主的名称及商标于世界各地经营业务。在这 90 多年中，投诉人一直都是使用“HUGO BOSS”为其商名及商标，并在世界各地大力宣传，投诉人的商名及商标“HUGO BOSS”因而举世知名，“HUGO BOSS”在中国被广泛使用和大力宣传推广。目前 Hugo Boss 已经在全世界 100 多个国家和地区开设了专卖店。投诉人在亚洲区的发展起步于 70 年代，自 1973 年开始销售至香港，每年的销量持续增长。投诉人在香港的第一家专卖店亦于 1990 年成立，投诉人更于 1994 年在香港成立香港雨果博斯有限公司分公司，统筹一切有关中港澳及亚洲其他地区的业务。投诉人现在在港澳地区共有 10 间专卖店。随着中国经济改革、市场开放，投诉人亦发展中国内地的广大市场，投诉人于 1994 年进入中国市场，在上海开设第一间专卖店，目前投诉人在中国内地 22 个主要城市都设有专卖店。2006 年 HUGO BOSS 首家中国直营店正式入驻历史悠久的上海外滩，投诉人中国地区官方网上商城也已经于 2013 年上线，中国将成为投诉人的第三大市场。

二、投诉人据以提出投诉的事实及法律理由为：

(一) 争议域名与投诉人享有民事权益的商标等相同或者具有足以导致混淆的近似性

投诉人一贯重视对知识产权的保护，投诉人商号及商标“HUGO BOSS”多年前已在许多国家包括德国在内获准注册，其中早于 1986 年已在中国取得注册。HUGO BOSS 的“BOSS”注册商标更在 2004 年已经被认定为驰名商标。【附件二 中国工商报第 2990 期】

除了“HUGO BOSS”注册商标之外，投诉人也在中国内地取得包括“BOSS HUGO BOSS”、“HUGO HUGO BOSS”等商标注册和相关的国际注册核准。投诉人持有的“HUGO BOSS”等商标在中国的商标专用权，均保护投诉人的合法权利不受侵犯。【附件三 投诉人商标列表和部分注册证】

投诉人在中国、香港及台湾的部分注册商标列表：

	商标	注册号/申请号	类别	注册日期
1	HUGO BOSS	949338	25	1997-02-21
2		253481	25	1986-06-30
3		1794538	41	2002-06-21
4		1754922	38	2002-08-28

5		978561	16	2008-07-10
6		9277541	24	2012-04-28
7		637658	29, 30, 31, 32, 33	1995-05-31
8		1960721	35	2002-09-14
9		765707	35, 38, 41	2001-06-01
10		1956143	42	2002-09-07
11		964782	9	2008-04-26
12		1076645	9, 27	2011-03-15
13	BOSS HUGO BOSS	1251089	9	
14		1244327	18	
15		1285824	25	
16		1252525	28	
17		1651715	38	
18		G831152	3	国际注册
19	HUGO HUGO BOSS	1251061	9	
20		1244328	18	
21		1244505	28	
22		1250621	25	
23		G604811	9, 42, 35, 34, 3, 28, 27, 25, 24, 20, 18, 16, 14	国际注册
24	BOSS;HUGO BOSS	G754225	9, 42, 35, 34, 3, 28, 25, 24, 18, 14	国际注册
25		G782587	9, 3, 25, 18	国际注册
26		G860974	3	国际注册
HONGKONG				
1	HUGO BOSS	13601/1999	14	1999-11-08
2		301156879	16	2008-07-09
3		1991B0042	25	1991-01-11
4		1991B0043	25	1991-01-11

5		1988B2027	28	1988-06-28
6		200209436AB	35, 38, 41, 42	2000-11-27
7		301103598	9	2008-04-28
8		1988B2025AA	9, 18	1988-06-28
TAIWAN				
1	HUGO BOSS	412320		1988-09-01
2		419767	14	1988-11-01
3		1364300	16	2009-06-01
4		1551077	25	2012-12-01
5		427201	40	1989-01-16
6		414343	41	1988-09-16
7		472992	43	1990-01-16
8		1337142	9	2008-11-16
9		467072	9	1989-11-16

投诉人的企业名称为“HUGO BOSS TRADE MARK MANAGEMENT GMBH & CO. KG”，“HUGO BOSS”为投诉人在全世界宣传、销售的相关产品经常使用的部分。根据《巴黎公约》的规定，企业名称应该受到成员国的保护。

投诉人已经注册了包含 hugoboss 的多个域名：1997 年注册域名<hugoboss.com>和<hugoboss.net>，2001 年注册域名<hugoboss.com.cn>，2005 年注册域名<hugoboss.cn>等等，并借助这些域名设立的网站 www.hugoboss.cn 发展和推广 HUGO BOSS 的品牌理念和产品。【附件四 投诉人域名注册信息查询结果和网页主页】。

争议域名“hugoboss66.com”由主要部分“hugoboss66”，以及域名后缀“.com”组成。域名后缀部分属于争议域名的次要部分，对判断争议域名与投诉人“享有民事权益的名称或者标志”是否相同或近似，不具有实质意义。主要部分“hugoboss66”由“hugoboss”和数字“66”组合而成。很明显，“hugoboss”为争议域名的显著识别部分，数字“66”为非显著性数字组合，争议域名在投诉人知名商标“HUGO BOSS”后面加上不具有显著性的数字“66”，并不能将其与“HUGO BOSS”商标识别，反而容易让相关公众误以为其与投诉人相关或者存在某种商业上的关联，从而导致混淆。（参见 HK-1100350, JEAN CASSEGRAIN S. A. S v. PAN BING/PAN BING HUANG; CN-1000384, 3M 公司 v. Li Xuchen）

由此可见，争议域名中可识别部份“hugoboss66”与投诉人在中国享有合法在先权益的商标、商号和在先注册使用的域名等标志完全相同或极其相似，容易引起混淆，符合《政策》第 4a (i) 的规定。

(二) 争议域名持有人对域名和/或者其主要部份不享有合法权益

如上所述，鉴于被投诉人对域名和/或者其主要部份不享有合法权益，投诉人对于“HUGO BOSS”拥有无可质疑的合法的商标权益。投诉人从未许可被投诉人使用上述商标标识或与其有关的任何标识，也从未授权被投诉人注册带有“HUGO BOSS”或与其构成混淆性相似的争议域名。

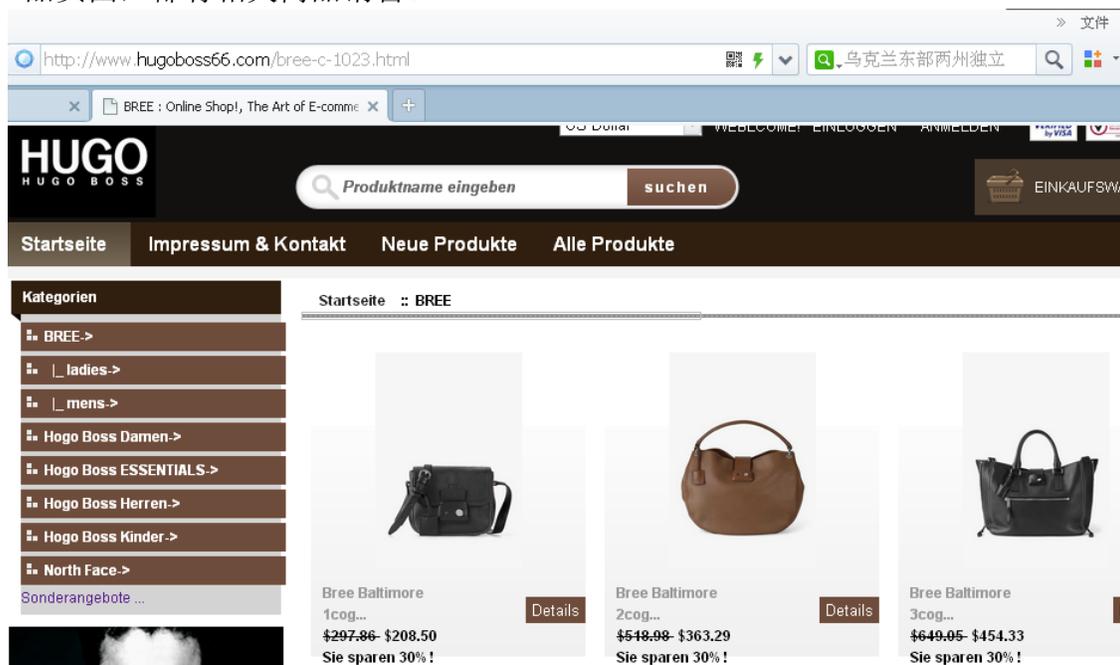
因此，争议域名所有人对争议域名不享有合法权益，投诉人的投诉符合《政策》第4a(ii)条的规定。

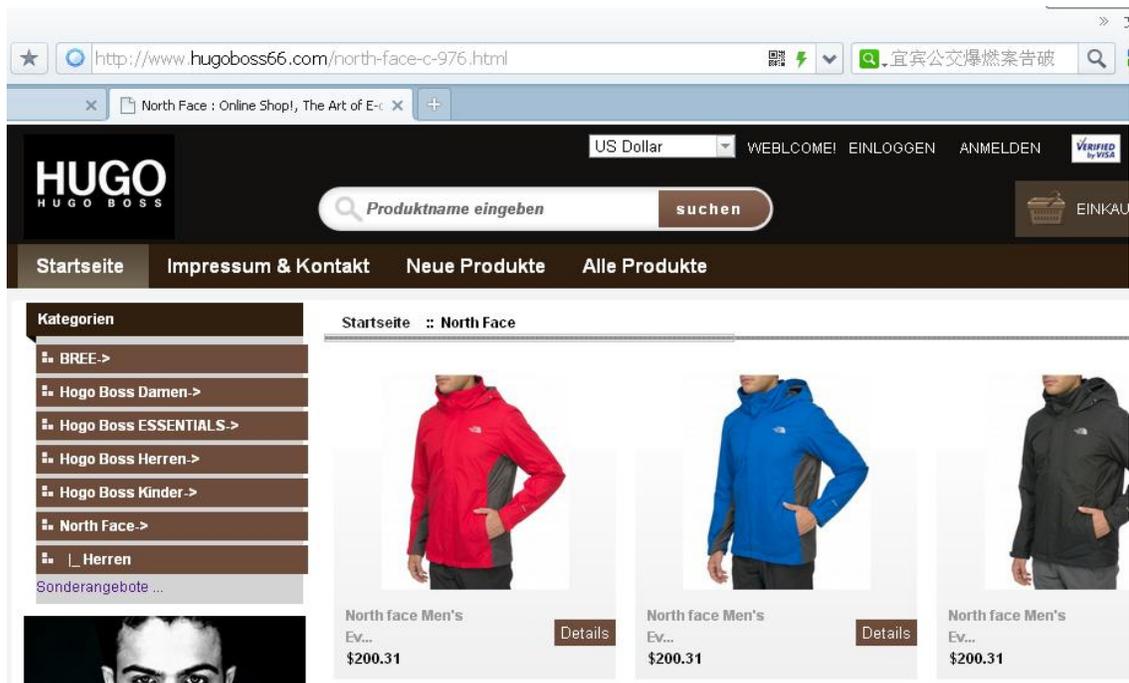
(三) 被投诉人注册、使用争议域名具有明显恶意

如上所述，通过投诉人的不懈努力、市场推广和广告宣传，“HUGO BOSS”这一投诉人享有民事权益的企业名称/商号、注册商标及已注册域名在包括中国在内的世界各地具有极高知名度。被投诉人2013年7月6日注册争议域名，争议域名所指向的网站为一个

购物网站，在网站的每个页面都有明显的“BOSS”和“HUGO BOSS”标识。显然，被投诉人在争议域名所指向的网站上突出使用投诉人“HUGO BOSS”、“BOSS”等注册商标进行宣传的行为，其目的就是为了误导网络消费者，使熟悉投诉人品牌的消费者误认为被投诉人与投诉人有某种商业上的联系，或者误认为争议域名所指向的网站为投诉人的官方网站，错误地访问被投诉人的域名网站，购买该网站上的商品，被投诉人从而获取商业利益。同时，由于希望购买HUGO BOSS正品的消费者被误导，购买了被投诉人的其他产品，也使投诉人失去了一批潜在的客户，从而干扰和破坏了投诉人正常的经营活动。【附件五 争议域名网站内容】

另外，在争议域名所指向的网站的左侧商品分类栏中，可以看到除了“HUGO BOSS”系列商品外，还有德国皮具品牌“BREE”和美国户外品牌“NORTH FACE”，点击两个品牌进入产品页面，都有相关商品销售。





判断使用包含已有商标作为域名的中间商或分销商是否出于善意，主要是看其是否同时满足以下几个条件：（1）被投诉人必须在争议域名所指向的网站中实际提供商品或服务；（2）被投诉人必须使用该网站仅用于销售争议域名所包含的商标的产品，否则，被投诉人就有可能是引诱网络消费者转向其它商品；（3）该网站必须说明被投诉人与投诉人的关系，不允许错误的表明该网站就是投诉人网站，或者作为一个销售代理而声称是官方网站；（4）被投诉人不得利用争议域名垄断市场。（见 *Oki Data Americas, Inc. v. ASD, Inc.*, WIPO Case No. D2001-0903; *Experian Information Solutions, Inc. v. Credit Research, Inc.*, WIPO Case No. D2002-0095; *Intex Recreation Corp. v. RBT, Inc.*, *Ira Weinstein*, WIPO Case No. D2010-0119）。如上所述，争议域名所指向的网站是一个销售打折 HUGO BOSS 服装的网站，但网站并未说明被投诉人与投诉人的关系，却突出显著使用投诉人的“HUGO BOSS”、“BOSS”等注册商标，同时又在网站上销售其他非 HUGO BOSS 品牌的产品，被投诉人的种种行为有可能会引诱网络消费者转向其它商品。因此，被投诉人并不满足善意中间商或经销商的条件。

如上所述，被投诉人注册、使用争议域名具有明显恶意，投诉人的投诉符合《政策》第 4a(iii) 条的规定。

根据《统一域名争议解决政策》、《统一域名争议解决政策之规则》及《统一域名争议解决政策之补充规则》等相关规则的规定，投诉人请求贵中心裁定将争议域名 <hugoboss66.com> 转移给投诉人。

B. 被投诉人

被投诉人未在规定的期限内提出答辩。

5. 专家组意见

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

- (i) 争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆；且
- (ii) 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法权益；且
- (iii) 被投诉人的域名已被注册并且正被恶意使用。

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品商标或服务商标权利的名称或者标志相同或混淆性相似

根据《政策》第 4(a) (i) 条的规定，投诉人对其主张权利的商标享有在先商标权，是投诉能够得到支持的前提。

投诉人提交的 2004 年第 2990 期中国工商报中商标局认定德国雨果博斯股份公司的在第 25 类“服装”商品上的“BOSS”商标为驰名商标。可见，“BOSS”商标在中国已被认定为驰名商标，并具有极强的显著性。

投诉人提交的香港特别行政区政府知识产权署商标注册处商标查询列表及商标列表等证据显示，投诉人的“HUGOU BOSS”商标早在 1986 年已在中国香港取得注册。

投诉人的“HUGOU BOSS”商标经续展至今处于有效期内，且注册时间远早于本案争议域名的注册时间 2013 年 7 月 6 日。因此，专家组认为投诉人对“HUGOU BOSS”商标享有在先商标权。

下面进一步分析本案争议域名与投诉人享有在先权利的商标是否构成混淆性近似：

争议域名“hugoboss66.com”中，“hugoboss66”是争议域名中具有识别作用的部分，分为“hugoboss”和“66”两个部分。首先，“hugoboss”除英文字母大小写的细微差别外与投诉人的“HUGOU BOSS”商标完全相同。其次，争议域名中的“66”为数字，其本身无含义，显著性较弱。因此，专家组认为，被投诉人在“hugoboss”后增加“66”，并不能使争议域名实质性的区别于投诉人的商标，极易使相关公众误认为其与投诉人或与投诉人有关联关系的主体相关，进而导致混淆。

综上，专家组认为，争议域名与投诉人的在先商标“HUGOU BOSS”具有足以导致混淆的相似性。投诉满足《政策》第 4(a) (i) 条所述的条件。

B) 关于被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权益

投诉人主张被投诉人对域名和/或者其主要部分不享有合法权益，投诉人对于“HUGO BOSS”拥有无可质疑的合法的商标权益。投诉人从未许可被投诉人使用上述商标标识或与其有关的任何标识，也从未授权被投诉人注册带有“HUGO BOSS”或与其构成混淆性相似的争议域名。因此，争议域名所有人对争议域名不享有合法权益，投诉人的投诉符合《政策》第 4a(ii) 条的规定。

被投诉人未在规定的期间内提交答辩书，也并未对其就本案争议域名享有的任何商标权及其它合法权益进行说明，也没有提供相应的证明材料予以证明。

专家组认为，投诉人已经提供了初步的证据，完成了《政策》第 4(a)(ii)条所要求的举证责任，举证责任应当转移到被投诉人一方，被投诉人需自己证明其权利或合法利益。然而被投诉人却未对此提出具体答辩与证据材料，未能完成其所承担的举证责任。专家组也无法基于现有证据得出被投诉人就争议域名享有权利或者合法利益的结论。

因此，专家组认为，投诉人的投诉符合《政策》第 4(a)(ii)条所述的条件。

C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

根据《政策》第 4(b)条之规定，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，被投诉人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) 被投诉人注册行为本身即表明，被投诉人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) 被投诉人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，被投诉人通过制造被投诉人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被投诉人网站或其它联机地址者。

根据投诉人提供的附件五，即争议域名网站内容，专家组注意到：

(1) 争议域名所指向的网站为一个在线购物网站，在网站的每个页面的上方都有明显的“BOSS”和“HUGO BOSS”标识。

(2) 争议域名指向网站的“产品目录”栏目中显示有“HOGO BOSS DAMEN”，“HOGO BOSS ESSENTIALS”，“HOGO BOSS HERREN”，“HOGO BOSS KINDER”等标注“HOGO BOSS”的类别目录。

根据投诉人提交的上述证据材料，专家组可以认定，被投诉人在争议域名网站上宣传、销售的产品与投诉人的在先商标核定使用的商品构成相同、类似商品，同时争议域名网站上显著标示“HUGO BOSS”、“BOSS”字样，多次出现与投诉人享有权益的标识完全相同的文字“HUGO BOSS”，网络用户在访问争议域名网站时可能会误认为该网站所提供的商品来源于投诉人，或被投诉人与投诉人之间存在某种关系，比如投资关系、许可关系或合作关系等。被投诉人的上述行为足以表明，其以使用域名的手段，为商业利益目的，通过制造被投诉人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其网站，被投诉人的行为构成《政策》第 4 条 b(iv)条规定的恶意情形。

综上，投诉人的投诉符合《政策》第 4(a)(iii)条所述的条件，被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

6. 裁决

综上所述，专家组认为，投诉同时符合《政策》第 4(a)条规定的三个条件。因此，根据《政策》第 4 条和《规则》第 15 条的规定，专家组支持投诉人的请求，裁决将争议域名“hugoboss66.com”转移给投诉人 HUGO BOSS TRADE MARK MANAGEMENT GMBH & CO. KG（德国雨果博斯商标管理有限公司）。

专家组：高卢麟

日期：二零一四年七月三日