Asian Domain Name Dispute Resolution Centre

ADNDRC beijing

北京秘书处
行政专家组裁决
案件编号：CN-1500868

投 诉 人： 法国罗格朗公司（LEGRAND FRANCE）
被投诉人： xiang you san
争议域名： 罗格朗.net、legroncl.com
注 册 商： 北京万网志成科技有限公司

1、案件程序

2015 年 4 月 28 日，投诉人法国罗格朗公司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，选择由三人专家组进行审理。

2015 年 4 月 30 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。注册商于 2015 年 4 月 30 日回复确认：（1）争议域名由其提供注册服务；（2）被投诉人 xiang you san 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。

2015 年 5 月 15 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 2015 年 5 月 15 日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件和邮政快递向被投诉人传送和发送书面投诉通知，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。

截止至答辩期限届满，中心北京秘书处未收到被投诉人提交的答辩书。

2015 年 6 月 9 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，通知双方，由于被投诉人未提交答辩书，中心北京秘书处将指定专家，成立专家组缺席审理本案。

2015 年 6 月 9 日，中心北京秘书处向拟指定首席专家马来客先生、投诉人指定的专家郭禾先生、拟代被投诉人指定的专家吴玉和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。2015 年 6 月 9 日至 6 月 11 日，上述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。

2015 年 6 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，确定指定马来客先生，郭禾先生、吴玉和先生成立三人专家组审理本案,其中指定马来客先生为首席专家。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 2015 年 6 月 11 日）起 14 日内即 2015 年 6 月 25 日前（含 25 日）就本案争议作出裁决。因案件审理需要，经专家组请求，本案裁决期限延长至 2015 年 7 月 2 日（含 2 日）。

2、基本事实

本案投诉人为法国罗格朗公司（LEGRAND FRANCE），住所地为法国利摩日市拉德泰斯尼大街 128 号（128 AVENUE DU MARECHAL DE LATTRE-DE-TASSIGNY, F-87000 LIMOGES, FRANCE），投诉人指定的代理人为北京市联德律师事务所的刘元月、高冰。

本案被投诉人为 xiang you san，住所地为 shachengzhen qijiajie

88hao,wen zhou shi,zhe jiang, China（中国浙江省温州市沙城镇七甲街88号）。本案争议域名为“罗格朗.net”和“legroncl.com”，注册日期均为2013年8月9日，注册机构为北京万网志成科技有限公司。

3、当事人主张

投诉人主张:

投诉人对“legrand”和“罗格朗”享有在先商标权、商号权以及域名权。早在争议域名注册日2013年8月9日之前，投诉人就已经将“legrand”和“罗格朗”作为商标、商号和域名进行登记或注册。早在争议域名注册日之前，投诉人业已将“legrand”和“罗格朗”在中国用于以“电开关”、“插座”为主的低压电气产品上，并已经在相关公众中获得极高知名度。

投诉人在全球电气电工领域拥有巨大的影响力。投诉人创始于1860年，是专注于电气电工等产品的全球专业制造商，也是世界上最大的低压电气生产商。截至2006年，投诉人已在包括中国在内的全球60多个国家设立了分支机构，在160多个国家开展业务，年销售额超过人民币310亿元，尤其是其开关插座业务的全球市场份额已高达18%。

(1) 投诉人商号及商标在中国具有相当高的知名度

投诉人在中国大陆设立多家子公司、经营业绩显著，销售区域涵盖被投诉人所在的浙江省等全国大部分省市。自1995年以来，投诉人已在中国大陆陆续设立了罗格朗（上海）贸易有限公司等多家子公司，这些子公司均经投诉人许可，在产品、产品包装以及宣传资料上使用“legrand”和“罗格朗”商标。2005-2006年，投诉人成功从TCL集团收购了原TCL国际电工（惠州）有限公司（该公司此前就已在电工行业排名第一），引起业界巨大震动；此外，投诉人还并购了原深圳市视得安电子股份有限公司（该公司在楼宇对讲产品的市场占有率连续多年稳居行业之冠）并持有51%股份。成功地收购和注资于行业领先企业活动迅速提升了“legrand”和“罗格朗”品牌在中国的知名度和市场占有率。投诉人在中国的子公司经营业绩优异，仅以TCL—罗格朗国际电工（惠州）为例，其2012年的主营业务收入就超过人民币17亿元，人民币达2.3亿元，所得税则高

达人民币 9 千万元。凭借骄人的经营业绩，申请人的子公司——TCL-罗格朗国际电工（惠州）有限公司于 2007-2010 年蝉联家用开关插座系列产品行业排名前列。

投诉人多渠道、多方式的宣传其商号及商标“legrand” 和“罗格朗”。投诉人对引证商标进行了长期、广泛、深入的广告宣传，仅以投诉人子公司——TCL 罗格朗国际电工（惠州）有限公司为例，其 2007-2009 年在全国范围内在电视、平面及其他类型的广告投放金额就达人民币 12，699 万元。

国内大批著名标志性工程相继采用投诉人的“legrand”/“罗格朗”品牌商品。这些工程项目包括：“鸟巢”（国家体育场）、国家体育馆、水立方；华晨宝马厂房建设工程；夏普电子车间建设工程；潍柴动力工程、中国重汽工程；TCL（无锡）数码工业园、苏州欧莱雅工厂、长虹集团、美特斯邦威、第一拖拉机制造厂；中华世纪坛、国家开发银行、中国农业银行、上海地铁地铁、厦门大学；上海国际会展中心、广州国际会议展览中心、北京饭店、长城饭店、北京友谊饭店，等。

投诉人的“legrand”品牌及产品在中国获得大量省部级以上奖项。2011 年，广东省名牌产品评价中心授予 TCL-罗格朗国际电工（惠州）有限公司生产的“legrand 牌家用及类似用途开关插座”产品为“广东省名牌产品”；2009 年，中国电器工业协会授予的“中国电器电工协会质量可信产品推介证书”；2010 年，中国工程建设标准化协会信息通信专业委员会综合布线工作组授予的“2010 中国十大布线品牌”；2009 年，住房和城乡建设部颁发的“2008 中国建筑电气行业电工十大品牌”等。综上，投诉人对“legrand”和“罗格朗”在中国享有合法的在先民事权利，经长期使用，投诉人商号及商标“legrand” 和“罗格朗”在包括中国在内的全球范围内享有极高的知名度。

(2)法律理由

第一，争议域名与投诉人享有民事权利的名称或标志构成混淆性近似。“罗格朗”和“legrand”是投诉人在中国大量使用并注册的商标、商号以及域名，享有极高知名度和影响力。争议域名“罗格朗.net”和“legroncl.com”中的“net”和“com”部分是顶级域名，不具有显著性，争议域名的识别部分“罗

格朗”和“legroncl”与投诉人享有在先权利并具有极高知名度的“罗格朗”和“legrand”的完全相同或高度近似（争议域名“legroncl”结尾的两个字母“cl”与字母“d”高度近似），必然会导致相关公众的混淆误认。

第二，被投诉人（域名持有人）对争议域名不享有任何权利和合法权益。被投诉人的名称为“xiang you san”，为中国籍个人，被投诉人对“legrand”和“罗格朗”不享有任何合法权益，投诉人亦从未授予被投诉人有关“legrand”和“罗格朗”的任何权利。

第三，被投诉人注册和使用争议域名具有明显的恶意。“legrand”和“罗格朗”并非词典中的既有词汇，没有含义，不存在语义上的对应关系，一般人难以想到将两者中的任何一个作为商标使用，更不用说将两者作为对应商标使用。仅仅是通过投诉人在中国宣传和使用，该两词汇才成为了低压电气产品上享有极高知名度的商标、才与投诉人建立了直接且唯一的联系。被投诉人对“legrand” 和“罗格朗”不享有任何权利，却在投诉人的商号和总商标早已知名的情况下将“罗格朗”和与“legrand”高度近似的“legroncl”均注册为域名，显然是抄袭投诉人商标并恶意抢注的行为。争议域名目前均已投入使用，主要用于电开关、插座产品的销售。鉴于该争议域名识别部分与投诉人在先商标商号的近似性，以及双方产品的同一性，争议域名的使用极易导致相关公众误以为该网站为投诉人的官方网站，并使相关公众认为其所售商品源于投诉人，最终造成消费者的误认、误购，这无疑会给投诉人、投诉人的子公司的合法权益带来巨大损害。

综上，投诉人请求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，并裁定将争议域名“罗格朗.net”和“legroncl.com”转移给投诉人。

投诉人同时提交以下附件作为证据:

附件 1: 投诉人法国罗格朗公司（LEGRAND FRANCE）主体资格证明及中文翻译;

附件 3: 数据库查询结果的副本;

附件 4: 投诉人在华子公司营业执照;

附件 5: 第 G778657 号、第 G775833 号、第 G700522 号商标在中国第 9 类的注册证明及商标信息;

附件 6: “legrand”及“罗格朗”商标全球商标注册信息及中文摘译信息;

附件 7: 罗格朗（上海）贸易有限公司外商投资企业批准证书复印件; “legrand.com”及“legrand.com.cn”域名信息查询结果;

附件 8: 百度百科对投诉人介绍;

附件 9: 2006 年 11 期《电工技术》杂志刊载文章《罗格朗发力中国“王者归来”》;

附件 10: 投诉人在华子公司——TCL—罗格朗国际电工（惠州）有限公司 2007-2012 年的审计报告;

附件 11: 投诉人在华子公司——深圳市视得安罗格朗电子股份有限公司 2007-2012 年的审计报告;

附件 12: 投诉人在华子公司——无锡 TCL 罗格朗低压电器有限公司 2007-2012 年的审计报告;

附件 13: 投诉人在华子公司——无锡 TCL 罗格朗低压电器有限公司 2009-2010 年“legrand”产品增值税销售发票;

附件 14: 广东省惠州市惠州公证处出具的(2012)粤惠惠州第 000791 号公证书，公证内容为全国性行业协会中国电器工业协会向异议人子公司——TCL-罗格朗国际电工（惠州）有限公司出具的行业协会排名证明;

附件 15: 投诉人在华子公司——TCL—罗格朗国际电工（惠州）有限公司 2007-2010 年在《电器附件》、《新航空》、《智能建筑与城市信息》、《建筑电气资讯》、《灯光设计》等杂志上刊登的广告;

附件 16: TCL 罗格朗国际电工（惠州）有限公司 2007-2010 年广告费专项审计报告;

附件 17: 国家图书馆 2011-NLC-GCZM-566 号文献复制证明;

附件 18: 国家图书馆 2011-NLC-GCZM-067 号文献复制证明;

附件 19: 国家体育场有限责任公司推荐信;

附件 20：投诉人子公司 TCL-罗格朗国际电工（惠州）有限公司产品“legrand 牌家用及类似用途开关插座”荣获“广东省名牌产品”称号的证书；

附件 21：投诉人在华子公司——TCL—罗格朗国际电工（惠州）有限公司 2007-2010 年获得的省部级以上奖项；

附件 22：投诉人在华子公司——TCL—罗格朗国际电工（惠州）有限公司 2007-2010 年获得的部分奖项；

附件 23：北京市方圆公证处出具的第（2015）经方圆内经证字第 02613 号公证书。

被投诉人：

被投诉人未提交答辩意见。

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《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

根据投诉人提交的里摩日市商业法庭书记处出具的“商业注册证明”，投诉人名称为 LEGRAND FRANCE。注册日期为 1953 年 7 月。

根据投诉人提交的中国国家工商行政管理总局商标局出具的《商标注册证明》及中国商标网“商标的详细信息”，投诉人注册有以下商标：

G778657号商标，商标标志为“legrand”，核定使用商品第9类，有效期自2001年11月29日始（已续展）；G775833号商标，商标标志为方形标志、“legrand”及其它文字，核定使用商品第9类，有效期自2001年11月29日始（已续展）。投诉人及LEGRAND SNC注册有G700522号商标，商标标志为“罗格朗”及其它文字，其中“罗格朗”占主要及突出位置，核定使用商品第9类，有效期自2008年5月22日至2018年5月22日。

根据投诉人提交的证据，投诉人于1995年12月22日注册“legrand.com”域名，于2013年11月22日注册“罗格朗.cn”域名；罗格朗（上海）贸易有限公司于1998年9月10日注册了“legrand.com.cn”域名，

根据投诉人提交的证据，争议域名注册日前，部分媒体对投诉人及其商标进行了报道，如：2006年第11期《电工技术》杂志，有“罗格朗发力中国‘王者归来’”一文；2010年第1期《电器附件》杂志刊登的广告中，有方形标志及“legrand”文字商标、“罗格朗”商标；2007年5月号《新航空》杂志刊登的广告上，有方形标志及“legrand”文字商标；2007-2008版《智能建筑与城市信息》刊登的“品牌展示”及“产品采购篇”上，有方形标志及“legrand”文字商标，并有对TCL 罗格朗国际电工（惠州）有限公司的介绍；1996年第2期《低压电器》杂志，有“银翼电器（法国罗格朗集团成员）--质量与革新的先锋”的内容；1998年4月“浦东开发一月要闻”中，有“世界最大的低压电器生产商—法国罗格朗集团在浦东外高桥保税区注册成立企业”的内容；2005年第5期《上海建材》杂志刊登的“2005年上海装饰材料市场金枫奖获奖公告”中“2005 年上海装饰材料市场消费者满意产品”及“2005年上海装饰材料市场优质服务企业”中，有“罗格朗”的内容；2004年1月14日《人民日报》刊登有“法国企业看好中国”一文，其中有“总部设在利摩日的罗格朗集团于1860年创业，是专业生产电器电工连接设备、信息网络产品和系统的企业，百余年来，罗格朗以‘优质、安全、舒适’的人性化为宗旨……”的内容；2004年12月31日《中华建筑报》刊登有“2004年开关面板市场—国外厂商本土化进程加速”一文，其中有“罗格朗是目前世界开关面板领域的第一厂商”的内容；2006年4月17日《中国房地产》报刊登有“罗格朗并购视得安 国内安防行业国际化提速”一文。投诉人提交了中国电器工业协会电器附件及家用控制器分会于2012年3月给国家工商行

政管理总局商标评审委员会出具的证明，主要内容为 TCL 罗格朗国际电工（惠州）有限公司系法国罗格朗集团旗下子公司，其主营业务是在中国生产和销售家用开关插座产品，生产的 TCL、罗格朗系列产品在国内市场拥有较高的知名度。投诉人还提交了其产品获奖的部分证书，如：中国建筑电器行业发展论坛于 2011 年 6 月授予 TCL 罗格朗国际电工（惠州）有限公司的方形标志及“legrand”文字商标、“罗格朗”商标为“中国电工十大品牌”及“全国保障性安居工程推荐供应商”; 2011 年 12 月广东省名牌产品评价中心授予 TCL 罗格朗国际电工（惠州）有限公司生产的 legrand 牌家用及类似用途开关插座产品为广东省名牌产品。

根据以上证据，在争议域名注册日前，投诉人对“legrand”及“罗格朗”商标享有注册商标专用权，且投诉人的注册商标“legrand”及注册商标中的“罗格朗”标志，均通过其关联公司进行了宣传、使用，享有较高的知名度，在相当数量的公众认识中，“legrand”及“罗格朗”与投诉人或其关联公司的产品产生特定联系，构成投诉人的商标标识。投诉人的名称为 LEGRAND FRANCE，其中“LEGRAND”具有较强的识别作用，构成投诉人的商号。在争议域名注册日前，部分媒体在报道中以“罗格朗”指称投诉人，故“罗格朗”作为企业名称与投诉人已产生特定指代关系，“罗格朗”构成投诉人的商号。因此，“legrand”及“罗格朗”属于投诉人享有权益的商标。

争议域名“罗格朗.net”中，具有识别作用的部分为“罗格朗”，该部分与投诉人商标的重要组成部分（“罗格朗”）相同，与投诉人的商号相同。争议域名“legroncl.com”中，具有识别作用的部分为“legroncl”，与投诉人的商标“legrand”相比较，“legroncl”由 8 个字母组成，“legrand”由 7 个字母组成，二者的第 1、2、3、4 及第 6 个字母相同，不同之处在于，前者的第 4 个字母为“a”，后者第 4 个字母为“o”，前者第 7、8 个字母为“cl”，后者为“d”，由于“a”与“o”均有环形结构，“cl”在视觉上构成与“d”近似，故“legroncl”与“legrand”在整体视觉效果上极易造成混同认识，特别是“legrand”为享有较高知名度的商标，“legroncl”更易与“legrand”形成误认，因此，“legroncl”与投诉人的“legrand”构成混淆性相似。

综上，争议域名与投诉人享有权益的商标构成相同及混淆性近似，本案投诉符合《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

被投诉人未主张自己对争议域名使用的标志享有何种权利或合法利益，投诉人主张自己从未给予被投诉人任何关于使用投诉人商标标志的授权或者许可，在被投诉人未提供相反意见的情况下，投诉人的举证责任已经完成，因此，应认定被投诉人对争议域名使用的标志不享有《政策》第4（a）(ii)条指明的权利或合法利益。本案投诉符合《政策》第 4（a）(ii)条规定的条件。

关于恶意

如上所述，“legrand”及“罗格朗”为投诉人享有权益的商标标识及字号，该标志具有较强的显著性，且具有较高的知名度。争议域名“罗格朗.net”与投诉人的商标标识及商号相同，争议域名“legroncl.com”与投诉人的商标相近似，对此，被投诉人未提供解释。根据投诉人提交的北京市方圆公证处出具的第（2015）经方圆内经证字第 02613 号公证书的内容，争议域名“legroncl.com”及“罗格朗.net”指向的网站的网页的主要位置显示有方形标志、“legroncl”及“R”注册商标标志，与投诉人的 G775833 号商标的构成极为近似，与投诉人广告上刊登的商标标识的构成亦极为近似，网页上有“罗格朗产品 legroncl product”的标志，介绍的产品包括电源插座及开关，显示的制造商为浙江罗格朗电工有限公司。因此，争议域名指向网站经营的商品与投诉人商标的核定使用商品相一致，由于该网站与被投诉人存在联系，故可认定被投诉人为相关商品的经营者。被投诉人作为经营者，有义务了解与相关商品有关的商标，注册域名时，对易与他人商标造成混淆的标志予以避让，以免造成混淆，对他人权益造成损害。特别是根据网站的内容，可以认定被投诉人对“legrand”及“罗格朗”属于投诉人的商标标识是知晓的。被投诉人使用易导致混淆的标志注册争议域名，未提供有效理由，主观上存在过错。因此，被投诉人注册争议域名的行为符合《政策》第 4（b）(iv)所称的使用“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”。因此本投诉满足《政策》第 4（a）(iii)条规定的条件。

5、裁决

综上所述，专家组认为，本案投诉符合《政策》第 4（a）条规定的三项条件,因此，根据《政策》第 4 条和《规则》第 15 条的规定，专家组裁决将争议域名“罗格朗.net”和“legroncl.com”转移给投诉人法国罗格朗公司(LEGRAND FRANCE)。

首席专家：

专　　家：

专　　家：

二〇一五年七月二日