



ASIAN DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION CENTRE (BEIJING OFFICE)

— ADNDRC is a charitable institution limited by guarantee registered in Hong Kong

Decision Submission

[English](#)
[Print](#)

Decision ID	DE-0800191
Case ID	CN-0800216
Disputed Domain Name	www.欧舒丹.net
Case Administrator	Xinmin Cui
Submitted By	YUN ZHAO
Participated Panelist	
Date of Decision	04-09-2008

The Parties Information

Claimant	L' OCCITANE(欧舒丹公司)
Respondent	Li Hong

Procedural History

1、案件程序

本案的投诉人是L' OCCITANE(欧舒丹公司)。

被投诉人是Li Hong。

本案的争议域名是“欧舒丹.net”。争议域名的注册商是北京新网互联科技有限公司。

亚洲域名争议解决中心北京秘书处（“中心北京秘书处”）于2008年7月17日收到投诉人提交的投诉书。根据互联网名称与数码分配联合会（ICANN）实施的《统一域名争议解决政策》（《政策》）、《统一域名争议解决政策之规则》（《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》（《补充规则》）提交的投诉书，要求指定一位专家组成行政专家组，审理本案争议。

2008年7月17日，中心北京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。

2008年7月17日，中心北京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。2008年7月18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。

2008年7月23日，中心北京秘书处以投诉转递通知向被投诉人转去投诉书。

2008年8月1日，中心北京秘书处经过初步审查，认定投诉人的投诉符合形式要求，向投诉人发出投诉书确认及送达通知。同日，中心北京秘书处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。同日，中心北京秘书处以电子邮件向注册商传送程序开始通知。

2008年8月21日，中心北京秘书处收到被投诉人提交的答辩书，被投诉人亦选择一人专家组审理本案。同日，中心北京秘书处将答辩转递给投诉人。中心北京秘书处同时向投诉人和被投诉人发出专家选择通知。被投诉人没有按期提交专家选择函。根据有关规定，由中心北京秘书处指定专家，成立一人专家组审理本案。

2008年8月25日，中心北京秘书处以电子邮件向候选专家赵云先生发送选定通知，请专家确认：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，候选专家表示同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2008年8月26日，中心北京秘书处以电子邮件向双方当事人以及上述拟定专家传送专家指定通知，确定指定赵云先生为本案专家，成立独任专家组审理本案。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。

根据程序规则的规定，专家组应于成立之日起14日内即2008年9月9日前（含9月9日）就本案争议作出裁决。

Factual Background

For Claimant

2、基本事实

投诉人：本案的投诉人为 L' OCCITANE (欧舒丹公司)，为外国企业法人，公司注册地为 Z.I. St Maurice MANOSQUE 04100, FRANCE。在本案中，投诉人委托朱志刚作为其代理人，参与域名争议解决程序。

For Respondent

被投诉人：本案被投诉人为 Li Hong。被投诉人于 2006 年 12 月 24 日通过域名注册机构北京新网互联科技有限公司注册了本案争议域名欧舒丹.net。

Parties' Contentions

Claimant

3、当事人主张

投诉人：

(一) 投诉人对“欧舒丹”享有受中国法律保护的注册商标专用权、企业名称权、投诉人拥有各类以“欧舒丹”为主体的域名。

“欧舒丹”是“L' OCCITANE”的对应中文表示，也是其中文企业名称。在中国，投诉人早在 1991 年 11 月 5 日就获得了“L'OCCITANE”商标的国际注册，指定商品包括第 3 类化妆品等以及第 4、5、16 和 21 类的多项商品，领土延伸至中国，并已取得在中国的保护；并从 2006 年起，分别在第 3 及 24 类注册了“欧舒丹”商标。目前，上述商标均处于有效期内。除此之外，投诉人在世界各地包括香港等华语地区和国家的所有相关商品类别上都申请注册了“欧舒丹”和“L' occitane”等商标

“欧舒丹”是投诉人公司“L' occitane”的对应中文表示，也是其中文企业名称，更是投诉人的中国子公司，即普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司的企业名称的主体部分。因此，投诉人对“欧舒丹”享有企业名称权。

在中国乃至全世界，投诉人注册了一系列以“欧舒丹”或“loccitane”为主体的域名、CNNIC 通用网址，如：“欧舒丹”，“loccitane”等。

(二) 投诉人的“欧舒丹”商标在中国乃至世界均享有很高的知名度。

投诉人是法国著名的化妆品公司，由 Olivier Baussan 先生创立于 1976 年，总部设在法国普罗旺斯。投诉人的经营范围扩展到了五大洲，即到 2007 年 10 月，在世界 80 多个国家和地区有超过 940 个零售点，包括美国的 160 个，欧洲的 194 个。尤其在亚太地区，截至 2007 年 10 月，总共有 243 个专卖店。另外，在世界各国有超过 2800 多个品牌专卖店在销售欧舒丹的产品。这意味着投诉人在世界各地拥有超过 3795 个销售其产品的专卖店。2007 年，为了分配及管理其在各地区/国家的销售，投诉人在世界各地拥有超过 30 个分公司及会员公司。投诉人于 2005 年来到中国，在上海成立了普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司，并在北京、上海、杭州、深圳等 14 个城市设立了 30 多个专柜。随着业务的推广，“L' OCCITANE/欧舒丹”的声誉也日益得到提高。

投诉人自创立以来，其产品的全球销量呈持续稳步上升态势。在世界各地的销量，截至 2007 年预计为四亿两百万欧元。其中，2007 年的年销售额比 2006 年增长 27%。而且，投诉人 2006 年的全球利润中，亚太地区的比例占 36%，位居首位，超过欧洲和美国的 27% 和 25%。由此可见，亚太地区是投诉人非常重要的市场，投诉人产品和品牌在这些地区消费者中占有相当高的知名度。

目前，投诉人的产品通过多种不同的途径进行销售，如自有的店铺，免税商店，独家经销，批发销售，个性小店，电视节目，游乐胜地及宾馆及定期航线的娱乐设施等。

为了提高品牌的知名度，投诉人在市场及广告方面对其产品进行了大量的投资。采用多种宣传方式，进行了大量的广告宣传。其最近五年在世界范围的广告费用（包括各种媒体广告费用，产品样品费用，礼物，宣传资料袋，设立市场营运部门的费用，开发产品费用）如下：

财政年 广告宣传费用（欧元）

2003 12 800 000

2004 16 815 000

2005 17 384 000

2006 19 754 000

2007 34 313 000

中国是投诉人商业发展的市场之一。预想到进军中国市场，投诉人早在 1995 年 3 月 20 日便在国际分类第 3，4，5，16 及 21 类在中国注册了第 579875 号“L'OCCITANE”商标。2004 年获得了采购注册证、中国公司注册申请及第一个欧舒丹产品进口许可证书。2005 年在上海机场租赁办公室，开始销售欧舒丹产品。截至目前为止，投诉人在中国拥有 27 个高级品牌零售点及经销店，包括 16 个专卖店、3 个机场商店等。2007 年，欧舒丹乳木果润水霜产品荣获时尚 COSMOPOLITAN 第四届年度美容大奖。

在进入中国市场至今的两年多时间里，投诉人通过多种方式和渠道，对欧舒丹 L'OCCITANE 品牌进行了极其大量和广泛的广告宣传。其宣传方式主要有：第一、时尚杂志广告。投诉人在各著名时尚杂志刊登广告或产品介绍文章，如：《ELLE 世界时装之苑》，《风采》，《Marie claire 嘉人》，《瑞丽》，《VOGUE 服饰美容》等。通过这些以青年白领为主要读者的杂志宣传，投诉人健康环保的护肤理念很快给消费者留下深刻印象并得到喜爱。第二、产品宣传册和其它宣传材料。投诉人印制了大量精美的宣传册、宣传单、宣传海报等进行了

大量的品牌宣传。这些宣传材料不仅展示了种类繁多的欧舒丹L'OCCITANE的卓越品质和突出功效，使品牌得到很好的宣传。第三、播放电视广告。投诉人还投入电视广告宣传，如旅游卫视、浙江卫视等。第四、开展各种促销活动。投诉人通过商场或专场店适时的开展各种产品促销活动，促进其销量和开拓市场，吸引更多消费者。

通过一系列持续广泛的宣传，欧舒丹L'OCCITANE品牌知名度不断提高，越来越受到中国消费者的认可和青睐。并且，使欧舒丹L'OCCITANE品牌与化妆品形成紧密联系。

由上述材料可见，投诉人欧舒丹L'OCCITANE品牌在中国已经具备了很高的知名度和影响力。这一事实从在Google上输入“欧舒丹L'OCCITANE”进行搜索，马上可以找到数十万计的符合查询关键字的结果也可见一斑。而且所查结果几乎都是相关“欧舒丹L'OCCITANE”的产品介绍、宣传报道以及产品销售以及消费者的使用感受。这说明了投诉人“欧舒丹L'OCCITANE”商标已享有很高知名度。

综上所述，投诉人用在化妆品等产品上的“欧舒丹L'OCCITANE”商标，经过长期的使用和大量的宣传，在全世界和中国都享有很高的知名度，应受到更广泛的保护。

(三) 被投诉人注册的域名“欧舒丹.net”中的主体部分“欧舒丹”与投诉人的商标“欧舒丹”在读音、外形、字母排序上完全一致，具有混淆的可能性。

(四) 被投诉人对已注册的“欧舒丹.net”不享有任何权利和合法的利益关系。

1、被投诉人不享有“欧舒丹”商标专用权。

2、投诉人从未授权或许可被投诉人使用“欧舒丹”商标，也未将“欧舒丹”商标转让给被投诉人；据投诉人目前所知，被投诉人也未能从其他渠道获得授权或被许可使用“欧舒丹”商标。

3、通过调查证实，争议域名的注册人既不是投诉人公司的雇员，也没有被授权去注册争议域名。投诉人和被投诉人之间也没有诸如委托、合作等任何联系。

4、通过调查，被投诉人将抢注争议域名一直链接至其在淘宝网上的店面（shop34136202.taobao.com），用于对其非法销售欧舒丹产品的宣传。

(五) 被投诉人对被争议域名的注册具有恶意。

众所周知，注册的域名只有和特定的网站联系，才能实现其功能和价值。投诉人的商标“欧舒丹”，经过投诉人多年的经营和大量的广告宣传及在世界范围内的广泛注册，已被世界范围内的广大消费者所熟知和喜爱，在世界任何一个国家都可以看到投诉人的“L' OCCITANE/欧舒丹”产品。同时，“欧舒丹”还是投诉人及其中国子公司的公司名称，具备很强的显著性。被投诉人对此应当知晓。但是，被投诉人在明知“欧舒丹”系投诉人商标的情况下，仍然抢先以投诉人的注册商标注册了争议域名，具有明显的恶意。

通过与争议域名管理人Li Hong电话沟通，投诉人了解到其争议域名一直处于闲置状态，起初Li Hong对争议域名的售价并没有什么要求，但后来经过跟其朋友石鹏宇沟通，对于出售争议域名的出价变得极高。另据了解，被投诉人在注册“欧舒丹.net”域名后，一直将该域名链接到其淘宝网上的店面，用于对其销售欧舒丹产品进行宣传，此举与被投诉人网站中所提及的意图相互印证。鉴于被投诉人是自然人，其自身与“欧舒丹”无任何关联，被投诉人注册争议域名的意图不得不使人产生置疑。投诉人认为，被投诉人注册争议域名旨在谋取不当利益，有意阻止投诉人以域名的形式在互联网上使用其享有合法权益的商标，影响投诉人的正常业务活动，其行为明显具有恶意。

同时，投诉人认为，被投诉人对争议域名或其主要部分不享有任何合法权益，其申请注册争议域名的目的是为了利用投诉人及其商标的知名度和消费者的混淆误认，来牟取不正当利益。对于投诉人的众多客户及知晓投诉人的广大公众来说，被投诉人域名中的“欧舒丹”足以使之与投诉人的商标“欧舒丹”相联系，使公众误以为该域名与投诉人有所关联，从而混淆与投诉人之间的区别，误导公众，获取不当利益。被投诉人这种“搭便车”的行为违反了诚实信用原则，具有明显的恶意。

另据调查，在争议域名“欧舒丹.net”被注册的同时，以投诉人拥有的商标作为主体部分的“欧舒丹.com”和“欧舒丹.cn”域名也被他人抢注。通过比对注册信息，投诉人发现，“欧舒丹.net”和“欧舒丹.com”的注册信息也有惊人的相似之处：其注册时间同为2006年12月24日21点多，前后只差两分钟，注册商同为BEIJING INNOVATIVE LINKAGE TECHNOLOGY LTD.，域名解析同为xn--riq181e5wp，且“欧舒丹.com”域名同样链接到其淘宝网上的店面，用于对其非法销售欧舒丹产品进行宣传。此外，在与“欧舒丹.net”的管理人Li Hong电话沟通中了解到的其朋友石鹏宇正是“欧舒丹.com”的管理人。而“欧舒丹.com”与“欧舒丹.cn”域名的域名管理人同为Shi Pengyu/石鹏宇，而且管理人电子邮件同为hlcn.cn@qq.com，且“欧舒丹.cn”域名同样链接到其淘宝网上的店面，用于对其非法销售欧舒丹产品进行宣传。由此可以推定，争议域名与“欧舒丹.com”和“欧舒丹.cn”的实际注册人为同一人（石鹏宇）。因此，该注册人先后注册争议域名和“欧舒丹.com”、“欧舒丹.cn”并使用的情况，更证明其对投诉人旗下的包括“欧舒丹”在内的各种商标是熟知的，其注册争议域名的行为具有明显的主观恶性。

在投诉人准备诉讼材料期间，投诉人发现被投诉人的淘宝网店（网址）因不明原因无法找到，但“欧舒丹.net”仍然指向shop34136202.taobao.com无疑。另外，域名争议解决中心也可到域名注册机构处核实“欧舒丹.net”的指向地址。

以上事实说明被投诉人注册上述域名并不是出于偶然，而是具有明显故意性，已属于《统一域名争议解决政策》第4条（b）项之（i）、（ii）和（iv）所指的恶意注册情形，即“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、出租或者转让该域名，以获取直接与域名注册相关费用之外的额外收益”；“注册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”；“为商业利益目的，通过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上述网站或其他连接地址”。

根据《统一域名争议解决政策》的规定，投诉人请求专家组裁定被投诉人将“欧舒丹.net”域名转移给投诉人。

Respondent

被投诉人：

关于域名注册的自由性，就可以证明被投诉人拥有争议域名的使用权。投诉人认为争议域名指向淘宝网非法销售欧舒丹产品，以此说明争议域名注册人造成恶意注册的事实不能成立。1、争议域名没有指向淘宝店铺。2、争议域名与被投诉人石鹏宇注册的欧舒丹.cn/欧舒丹.com没有关系。3、投诉人在投诉书中提到很多事实证据都与争议域名无关。

根据《统一域名争议解决政策》的规定，被投诉人请求专家组裁决，驳回投诉人的投诉。

Findings

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。

Identical / Confusingly Similar

关于完全相同或混淆性相似

投诉人提交的证据显示，“L’ OCCITANE / 欧舒丹”是投诉人的商标。投诉人在包括中国在内的数个国家和地区获得了“L’ OCCITANE / 欧舒丹”商标注册，拥有商标权。其英文商标早于1991年就获得国际注册，保护的领土延至中国。其含有“欧舒丹”的中文商标最早在2006年2月28日获得注册，这个时间早于争议域名的注册时间，即2006年12月24日。因此，投诉人对于“欧舒丹”拥有无可置疑的在先权利。争议域名“欧舒丹.net”中除去表示通用顶级域名的“.net”，其主要部分“欧舒丹”与投诉人的注册商标完全相同。专家组认为，投诉人的“欧舒丹”商标是具有显著性的独特性标志，并非通用词语；争议域名“欧舒丹.net”极有可能使人误以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。

针对投诉人的主张，被投诉人没有提出任何抗辩。

鉴于此，专家组认定投诉人的投诉已满足了《政策》第4（a）条中的第一项条件，被投诉人的域名与投诉人享有民事权益的名称完全相同。

Rights and Legitimate Interests

关于被投诉人权利或合法利益

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。投诉人主张，被投诉人的名称、地址、标志等方面都与争议域名的可识别部分无关。投诉人提交的证据还表明，投诉人对“欧舒丹”商标、商号和注册域名，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“欧舒丹”标志。被投诉人没有提出任何有效抗辩及证据，证明其对“欧舒丹”的任何权益。被投诉人认为域名注册的自由性就能表明其对争议域名的使用权。该答辩意见是不能成立的。实际上，域名注册本身并不能使注册人对域名的主要部分产生任何权益。因此，专家组能够认定的争议事实是，投诉人对“欧舒丹”商标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。

Bad Faith

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受益者；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于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连机地址者。

投诉人提交的证据表明，投诉人就其商标“L’ OCCITANE / 欧舒丹”在世界许多国家和地区申请注册并获批准。经过投诉人多年的宣传和良好的市场运作，该商标已成为凝聚投诉人商誉的商业标识。投诉人提交的证据充分表明，“欧舒丹”商标在中国具有相当高的知名度。被投诉人在注册该争议域名时应该已经了解投诉人上述商标的影响和价值。被投诉人明知“欧舒丹”系投诉人的商标和商号，又在自己对该标识不具有任何合法权益的情况下注册为自己的域名，其注册行为本身即具有恶意。

被投诉人注册争议域名后，在将近两年的时间内一直没有将其投入使用。被投诉人提交的答辩书并未提出任何形式的抗辩和证据，有效辩驳投诉人有关其具有恶意的论断。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。

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。

Status

www.欧舒丹.net

Domain Name Transfer

Decision

5、裁决

专家组适用《政策》第4（a）条规定，基于所阐述的全部意见，认定如下：

- （1）争议域名“欧舒丹.net”的主要部分与投诉人注册商标“欧舒丹”完全相同；
- （2）被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法权益；
- （3）被投诉人注册和使用争议域名具有恶意。

据此，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“欧舒丹.net”转移给投诉人。

[Back](#)

[Print](#)