

**亚洲域名争议解决中心**  
**北京秘书处**  
**行政专家组裁决**  
**案件编号：CN-1200575**

---

投 诉 人：修身堂控股有限公司

被投诉人：上海长久医疗卫生用品有限公司

争议域名：xiushentang.net

注 册 商：北京新网数码信息技术有限公司（XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION）

---

## 1、案件程序

2012年6月26日，投诉人根据互联网名称及数字地址分配机构（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，并选择由一人专家组审理本案。

2011年6月26日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人发出通知，确认收到投诉书。同日，中心北京秘书处向ICANN和域名注册商北京新网数码信息技术有限公司（XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION）发出注册信息确认函，要求其确认注册信息。2012年6月26日，注册商回复确认争议域名系在该公司注册，注册人为本案被投诉人。

2012年7月3日，中心北京秘书处向被投诉人传送投诉书传递封面，转去投诉人的投诉书。

2012年7月11日，中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送程序开始通知，转送已经审查合格的投诉书及其附件，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投诉人传送投诉书确认及送达通知，确认投诉书已于同月经审查合格并送达被投诉人，本案程序于2012年7月11日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件向

ICANN 和争议域名的注册商北京新网数码信息技术有限公司 (XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION) 传送程序开始通知。

由于被投诉人未在规定期限内就本案域名争议向投诉人及中心北京秘书处提交答辩，中心北京秘书处于 2012 年 8 月 1 日向投诉人和被投诉人传送缺席审理通知。

2012 年 8 月 1 日，中心北京秘书处向严浩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。2012 年 8 月 2 日，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。

2012 年 8 月 3 日，中心北京秘书处以电子邮件向双方当事人及上述拟指定专家传送专家指定通知，确定指定严浩先生为本案专家，成立一人专家组，审理本案。案件于同日移交专家组。

根据《规则》以及《补充规则》的规定，专家组应于成立之日（即 2012 年 8 月 3 日）起 14 日内，即 2012 年 8 月 17 日前(含 17 日)就本案作出裁决。

## 2、基本事实

投诉人：

本案投诉人是修身堂控股有限公司，地址为香港九龙尖沙咀汉口道 17 号新声大厦 4/F，其委托代理人为广东邦信知识产权服务有限公司的周赵莲和蒋秀丽。

被投诉人：

本案被投诉人是上海长久医疗卫生用品有限公司，地址为上海市控江路 1029 弄 1 号楼 1608 室。被投诉人于 2008 年 12 月 1 日通过域名注册商北京新网数码信息技术有限公司 XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION 注册了本案争议域名“xiushentang.net”。

### 3、当事人主张

投诉人诉称

(1)争议域名“xiushentang.net”与投诉人商标完全相同，容易引起混淆

①投诉人商标“修身堂”成为减肥瘦身产品的标志

“修身堂”由创办人张玉珊小姐于1999年成立，是香港顶级的纤体美容机构。投诉人坚持健康身体是美的源泉的经营理念，为客户提供美丽与健康的完美选择。投诉人开设纤体中心，向客户提供全身及局部纤体、控制体重、全身护理服务和面部护理服务。

投诉人凭借专业的美容纤体技术、保健食品和饮品以及高效的市场策略、具有远见和创造力的管理团队，修身堂在几年之内迅速发展成为业内翘楚。2003年成为首家香港联合交易所上市的美容行业纯纤体股(证券代号8200)。

投诉人于2003年一边向香港特别行政区政府注册减肥用药、医用减肥药、草药茶等“修身堂”商标，一边担任全国知名的电视节目主持沈殿霞所生女儿郑欣宜的瘦身代言人，成功将郑欣宜的体重从230磅减至137磅，成功挑战抹胸装。沈殿霞与郑欣宜母女的体重一直备受瞩目，郑欣宜减肥成功，牵起了一轮少女及至一些过胖儿童的纤体热潮，使投诉人“修身堂”品牌享誉全球。

2004年起，投诉人发展中国业务，例如北京的修身堂卓越美容(北京)有限公司、上海一定得美容有限公司、杭州一定得纤体美体(杭州)有限公司、深圳一定得健身服务(深圳)有限公司等均是投诉人附属公司。在中国进行广告宣传均为“修身堂”商标。

投诉人在中国注册“修身堂”和“Xiushentang”等商标一百多个，并广泛宣传使用“修身堂”商标。经过投诉人的多年经营，“修身堂”成为健康又美丽的减肥瘦身标志，享誉全球。2003年获得香港中华厂商联合会颁发的“香港十大名牌”及“网上最受欢迎品牌”；2006年中华全国工商联美容化妆品业商会等颁发的“中国会展名牌产品”；2007年中华(海外)企业信誉协

会“企业品牌大奖”；2007年中华(海外)企业信誉协会“我最喜爱的香港名牌金奖品牌”；2007年中国市场消费趋向调查委员会颁发的“中国美体纤身市场消费者首选品牌”；2007年中华全国工商业联合会美容化妆品业商会颁布的“中国美容化妆品业(香港特别行政区)2007年度优秀企业”；2008年快线周报有限公司，经读者投选产生的人气消费榜“至可靠纤体美容中心组别冠军”；2008年中国十大影响力品牌推选组织委员会颁发的“2008中国美体纤身行业最具影响力品牌”；2008年中华(海外)企业信誉协会颁发的“香港名牌”金奖；2008年度中华(海外)企业信誉协会颁发的“全国消费者最喜爱信誉企业”。

② 投诉人对“修身堂”和修身堂拼音“Xiushentang”享有商标权益

投诉人在香港特别行政区政府拥有“修身堂”商标权属

商标名称	注册号	注册日期	有效日期(至)	指定商品服务
修身堂(图案)	300438093	2003-4-4	2013-4-3	5类胶丸、减肥用药、医用减肥药、草药茶、中药成药等
修身堂(图案)	300438101	2003-4-4	2013-4-3	35类广告、销售、人事管理
修身堂(图案)	300291924	2004-9-24	2014-9-23	3类化妆品、减肥化妆品、防皱霜、增白霜、美容面膜、去斑霜等 16类办公用纸 29类果汁 30类茶饮料、咖啡饮料等 32类的无酒精饮料、果汁饮料、葡萄汁、柠檬水等 43类餐饮、住宿服务 44类卫生健康、美容院、按摩、饮食营养指导

投诉人在中国大陆拥有“修身堂”和“XiuShenTang”商标权属

商标名称	注册号	申请日期	有效日期	指定商品服务
XiuShenTang	4256018	2004-9-6	2017-9-27	3 类化妆品、减肥化妆品、防皱霜、增白霜、美容面膜、去斑霜等
XiuShenTang	4256019	2004-9-6	2019-4-6	5 类丸、减肥用药、中药成药、医用减肥药、草药茶等
XiuShenTang	4256020	2004-9-6	2017-2-13	10 类按摩器、按摩器械、健美按摩设备、医疗分析仪器等
XiuShenTang	4256022	2004-9-6	2018-4-20	28 类健美器、健胸器、健身床、健身摇摆机、锻炼身体器械等
XiuShenTang	4256024	2004-9-6	2017-2-13	32 类无酒精饮料、果汁饮料、葡萄汁、柠檬水、蔬菜汁等
XiuShenTang	4256025	2004-9-6	2018-2-6	44 类美容院、按摩、蒸气浴、保健、饮食营养指导、整形外科等
修身堂	4256027	2004-9-6	2017-2-13	32 类无酒精饮料、果汁饮料、葡萄汁、柠檬水等
修身堂	4255258	2004-9-6	2019-3-20	28 类健美器、健胸器、健身床、健身摇摆机、锻炼身体器械等
修身堂	4801794	2005-7-27	2020-1-13	32 类啤酒、饮料制剂
修身堂	4256026	2004-9-6		44 类美容院、按摩、蒸气浴、保健、饮食营养指导、整形外科等
修身堂	4801796	2005-7-27		5 类药用胶囊、医用药物、药用助消化剂、医用减肥茶等
修身堂	4801795	2005-7-27		30 类茶饮料、咖啡饮料等
修身堂	4764902	2005-7-7		44 类美容院、按摩、保健、蒸气浴、饮食营养指导等

③争议域名与投诉人的商标完全相同，容易造成混淆

争议域名“xiushentang.net”的主要部分为“xiushentang”，与投诉

人的商标完全相同。根据前面论述可知，投诉人不仅拥有“修身堂”和修身堂拼音“Xiushentang”商标权属，而且经过投诉人的广泛宣传使用，已经成为投诉人的显著标志，争议域名容易混淆误认。

### **(2) 被投诉人对争议域名不享有合法权益**

被投诉人字号为“长久”，也没有注册修身堂商标，被投诉人显然对争议域名没有合法权益。被投诉人作为医疗服务公司，对于医疗整形美容相当熟悉，自然熟知投诉人这样无需整形、无需吃药。就可以达到健康美丽的修身堂减肥瘦身产品。被投诉人注册争议域名的行为，违反《政策》第 2 条的陈述保证 (B)，即域名注册将不会侵犯或触犯任何第三方的权益；被投诉人对争议域名不具有合法权益。

**(3) 被投诉人注册争议域名目的是企图故意吸引互联网用户访问，误认与投诉人有从属关系，达到不正当竞争获得商业利益。**

根据争议域名网页内容显示，域名网页醒目标题是“香港修身堂网络纤体服务中心修身堂（上海）专卖”，并且在众多明星代言的品牌里放入郑欣宜减肥前、后及沈殿霞郑欣宜母女合照。被投诉人目的显然是让网络客户误认其与投诉人存在从属关系，是投诉人在上海成立的专卖店，并且让网络客户误认为郑欣宜减肥成功原因在于该修身咖啡产品，从而达到销售咖啡产品目的。被投诉人的行为符合《政策》第 4 条的规定，即注册域名目的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。

综上所述，投诉人认为，投诉符合《政策》第 4a 款规定的三个条件，故请求转移争议域名给投诉人持有使用。

### **被投诉人辩称：**

被投诉人未提供答辩意见。

## **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。

根据本案投诉人提交的投诉书及其所附证据材料，本案专家提出如下意见：

#### 关于完全相同或混淆性相似

##### (1) 投诉人就其所主张的商标是否享有权利

投诉人诉称，“修身堂”由创办人张玉珊小姐于 1999 年成立，是香港顶级的纤体美容机构。随后，修身堂在几年之内迅速发展成为业内翘楚，并于 2003 年成为首家香港联合交易所上市的美容行业纯纤体股(证券代号 8200)。同时，投诉人于 2003 年向香港特别行政区政府注册减肥用药、医用减肥药、草药茶等“修身堂”商标，并帮助全国知名的电视节目主持沈殿霞之女郑欣宜减肥成功，使“修身堂”品牌享誉全球。2004 年起，投诉人积极发展中国业务，在全国范围内拥有多家合作店，进行广告宣传时均为“修身堂”商标。此外，投诉人在中国注册“修身堂”和“XiuShenTang”等商标一百多个，并广泛宣传使用“修身堂”商标。经过投诉人的多年经营，“修身堂”成为健康又美丽的减肥瘦身标志，享誉全球。

以上事实，有投诉人提交的下列证明材料予以支持：附件一：投诉人营业执照；附件三：投诉人经营产品；附件四：投诉人上市资料及财务报表；附件五：投诉人帮助郑欣宜减肥的广告宣传；附件六：投诉人在中国进行的广告宣传等；附件七：投诉人“修身堂”和“XiuShenTang”商标获得的相关荣誉证书、表明其在国内享有较高知名度；附件八：投诉人在中国拥有的“修身堂”和修身堂拼音“XiuShenTang”商标权属。对于以上证据，被投诉人并未提出异议。

投诉人提交的证据表明，投诉人“修身堂”及其对应拼音“XiuShenTang”商标于2004年9月6日在中国内地获准注册，核定使用商品包括32类无酒精饮料、果汁饮料、葡萄汁、柠檬水、蔬菜汁等。同时，投诉人“修身堂”商标于2004年9月24日在中国香港获准注册，核定使用商品包括29类果汁，30类茶饮料、咖啡饮料等，32类的无酒精饮料、果汁饮料、葡萄汁、柠檬水等，上述注册目前均在有效期内。且投诉人商标的注册日期早于被投诉人注册争议域名“xiushentang.net”的2008年12月1日，因此，投诉人对于“修身堂”和“XiuShenTang”享有在先的注册商标权。专家组认定，投诉人对上述商标享有注册商标专用权。

## （2）争议域名是否与投诉人享有权利的商标相同

争议域名“xiushentang.net”的主要部分为“xiushentang”，而“.net”作为国际顶级域名后缀，并不具有任何显著性。将争议域名的主要部分“xiushentang”与投诉人享有权益的标识“修身堂”和“XiuShenTang”相比较，除个别字母大小写区别外，在读音上完全相同，拉丁字母的组成及顺序亦完全相同，普通公众在施以一般注意力时，必定将争议域名与投诉人的注册商标混同。因此，专家组认定，争议域名与投诉人享有权利的商标构成混淆性相似。

## 关于被投诉人权利或合法权益

关于被投诉人是否对争议域名享有权利或合法权益这一争议事实，一般应由被投诉人承担举证责任。本案中，投诉人主张被投诉人字号为“长久”，也没有注册修身堂商标，被投诉人显然对争议域名没有合法权益。

被投诉人没有就其对争议域名是否享有权利提出任何有效证据。如前所述，争议域名的主体部分“xiushentang”并非一个业已存在的其他词汇，也不是任何商品或服务的通用名称，投诉人通过将其注册为商标而对该标志享有排他的商标专用权。而且经过投诉人的多年经营和广泛宣传，其注册商标“修身堂”及“XiuShenTang”已经取得了较强的显著性。同时，投诉人从未授权许可或以任何其它方式允许被投诉人使用其任何商标；也从未授权许可或以任何其它方式允许被投诉人申请或使用任何由该商标作为组成部分的域名。因此，专家组认定被投诉人不对争议域名享有任何权



利和合法权益。

### 关于恶意

投诉人诉称，根据争议域名网页内容显示，域名网页醒目标题是“香港修身堂网络纤体服务中心修身堂（上海）专卖”，并且在众多明星代言的品牌里放入郑欣宜减肥前、后及沈殿霞郑欣宜母女合照。被投诉人目的显然是让网络客户误认其与投诉人存在从属关系，是投诉人在上海成立的专卖店，并且让网络客户误认为郑欣宜减肥成功原因在于该修身咖啡产品，从而达到销售咖啡产品目的，具有明显恶意。

投诉人的以上主张有其提供的争议域名所指向的网站的网页截屏等信息支持。被投诉人未就此提供任何答辩。

投诉人提交的证据表明，其经营的“修身堂”是香港著名的纤体美容机构，在中国注册“修身堂”和“XiuShenTang”等商标一百多个。随着投诉人不断的发展壮大，其“修身堂”和“XiuShenTang”商标已经成为国内外具有一定知名度的商标。结合投诉人提供的各项荣誉证书，专家组认为在争议域名注册之前，投诉人的商标已具有较高知名度。争议域名指向的网站上宣传、销售与投诉人的产品相同的事实，表明被投诉人与投诉人属同一行业，因此专家组认为被投诉人在注册争议域名之前理应知晓投诉人的在先商标，故其注册与投诉人商标相同的争议域名的行为具有恶意。

此外，通过检查争议域名网页的内容，争议域名所指向的网页上使用了投诉人的商标“修身堂”、“XiuShenTang”及商号。网站宣传介绍的产品和服务的内容与投诉人的产品和服务内容相同，均涉及减肥瘦身等。同时，争议域名网站还在产品介绍及广告宣传部分均援引了投诉人的信息。上述行为很容易使得网络用户误以为其网站上所宣传的产品来源于投诉人或与投诉人有关，故意引诱网络用户访问其网站。根据《政策》4b 条的规定，以使用域名的手段，为商业利益目的，被投诉人通过制造其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它链机地址者，构成恶意注册和使用域名。可见，被投诉人的行为构成了上述规定的恶意。

综上，投诉人要求将本案争议域名“xiushentang.net”转移给投诉人

的主张，符合《政策》第 4a 条规定的三个条件，应予支持。

## 5、裁决

基于上述事实 and 理由，根据《政策》和《规则》的相关规定，专家组裁决，将争议域名“xiushentang.net”转移给投诉人修身堂控股有限公司。

独任专家：



二〇一二年八月十七日