



(香港秘书处)

行政专家组裁决

案件编号:	HK-1600870
投诉人:	MSD CONSUMER CARE, INC.
被投诉人:	长沙水宝宝日用品贸易有限公司
争议域名:	<coppertonechina.com>

1. 当事人及争议域名

本案投诉人为 MSD Consumer Care, Inc. (MSD 消费者关爱有限公司), 注册地址为美国田纳西州孟菲斯市。授权代表为北京捷鼎知识产权代理有限公司。

被投诉人为长沙水宝宝日用品贸易有限公司, 地址为湖南省长沙市。

争议域名为<coppertonechina.com>, 由被投诉人通过 HICHINA ZHICHENG TECHNOLOGY LTD.注册。

2. 案件程序

亚洲域名争议解决中心香港秘书处 (“中心香港秘书处”) 于2016年5月23日收到投诉人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》、《统一域名争议解决政策之规则》及亚洲域名争议解决中心 (ADNDRC) 的《统一域名争议解决政策补充规则》提交的中文投诉书, 投诉书提供的ICANN WHOIS数据库信息查询结果显示争议域名的注册人是 “he chao”。

5月24日, 中心香港秘书处确认收到了投诉书, 并向注册商发出邮件, 要求注册商确认注册信息, 并要求注册商说明争议域名注册协议使用的语言。同日, 注册商回复争议域名注册人为长沙水宝宝日用品贸易有限公司, 并确认争议域名已被锁定, 争议域名注册协议使用的语言为中文。

5月26日, 中心香港秘书处告知投诉人, 中心在对投诉书的形式审查过程中发现投诉书所载被投诉人与注册商提供的资料不符, 因此存在形式缺陷, 要求投诉人更正。27日, 投诉人在指定期限内做出了更正。同日, 中心香港秘书处向被投诉人发出投诉通知及程序开始通知, 转发投诉书及其附件, 说明被投诉人应当按照2015年7月31日生效实施的《统一域名争议解决政策之规则》及《亚洲域名争议解决中心关于互联网络名称及数字地址分

配机构《统一域名争议解决政策》和《统一域名解决政策之规则》之补充规则》的要求提交答辩书。被投诉人于27日电邮通知中心香港秘书处已与投诉人联系，并已完成和解。5月30日中心香港秘书处要求投诉人就被投诉人指出双方达成和解事宜作出回复。投诉人确认双方尚未达成任何和解。被投诉人在规定答辩时间内未提交答辩。

6月17日，中心香港秘书处向双方当事人传送缺席审理通知，通知当事人中心香港秘书处将尽快指定专家审理本案。21日，中心香港秘书处向李桃女士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。

6月22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，指定李桃女士为本案独任专家，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《统一域名争议解决政策之规则》的规定，专家组应当在成立日期14日内即2016年7月6日或之前就本案争议作出裁决。

3. 事实背景

投诉人是一家美国公司。

被投诉人为一家中国公司。争议域名由被投诉人于2012年5月31日注册。

4. 当事人主张

A. 投诉人

投诉人的主张如下：

投诉人MSD Consumer Care, Inc.为德国拜耳公司（Bayer）的关联公司。拜耳公司是一家具有超过150年历史的全球性企业，在医药保健、作物营养领域拥有核心竞争力。2015年，拜耳公司位居全球制药企业第七位，在77个国家拥有307家公司和116,800名员工，销售额高达463.24亿欧元。

“COPPERTONE”是一个历史悠久的防晒品牌，由美国药剂师Benjamin Green于1944年创立。1972年，COPPERTONE率先在美国推出防晒系数体系（SPF）；1978年，美国食品和药物管理局（FDA）在此基础上发布了行业标准的防晒系数测试方法。70多年来，COPPERTONE一直立志于研发适合各种肤质和人群的防晒用品；其中，最为中国消费者熟知的是1987年推出的专门针对婴幼儿幼嫩皮肤的“WaterBabies”系列，该系列防晒用品自诞生至今一直是畅销全球的明星产品。2014年，拜耳公司从美国默克公司（Merck）处收购了COPPERTONE品牌。

投诉人在全球范围内注册了多个“COPPERTONE”商标，包括但不限于以下中国注册商标：

商标	注册号	有效期
	206951	1984. 4. 15-2024. 4. 14
	253499	1986. 6. 30-2016. 6. 29
	5204185	2009. 4. 14-2019. 4. 13

上述“COPPERTONE”商标注册日期均早于争议域名的注册日期（2012年5月31日），且迄今有效，投诉人因此就“COPPERTONE”享有在先的注册商标专用权。

被投诉人于2012年5月31日通过注册商 HICHINA ZHICHENG TECHNOLOGY LTD. 注册了争议域名，并建成网站“Coppertone 水宝宝官方网站”，销售 COPPERTONE 防晒产品。

(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

如前所述，投诉人在全球范围内持有多个“COPPERTONE”商标。早在1984年，投诉人就在中国注册了“COPPERTONE”商标，远远早于争议域名的注册时间。因此，投诉人就“COPPERTONE”在中国享有在先注册商标专用权。

多个UDRP裁决认定，作为通用顶级域名后缀的“.com”不具备任何区别域名的作用。因此，争议域名的主要部分为“coppertonechina”，包含了“COPPERTONE”注册商标，以及“china”。

众所周知，“china”即“中国”，属于国家名称。与投诉人商标一同使用时，“china”不仅无法消除混淆，反而因其固有含义而增强了混淆的可能性，即可能误导互联网用户认为其为投诉人的中国官方网站。见WIPO案件编号D2008-1223，欧莱雅（L' OREAL）及兰蔻香水化妆品公司（LANCÔME PARFUMS ET BEAUTE & CIE）诉Xunet Technology Co., Ltd.；WIPO案件编号D2012-2340，保时捷股份公司（Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft）诉shifeng zhou a.k.a. zhou shfeng。




再者，争议域名完整包含投诉人显著性商标“COPPERTONE”这一事实，便足以证明争议域名与“COPPERTONE”混淆性相似。见*EAuto, L.L.C. 诉 Triple S. Auto Parts d/b/a Kung Fu Yea Enterprises, Inc.*，WIPO案件编号D2000-0047。

因此，争议域名与投诉人享有在先权利的“COPPERTONE”商标混淆性相似。

(ii) 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法利益

就投诉人所知，被投诉人不持有任何“COPPERTONE”或包含“COPPERTONE”字样的注册商标。投诉人亦从未授权或许可被投诉人使用“COPPERTONE”商标或以之注册为域名。

被投诉人在争议域名网站宣称“水宝宝中国官网（<http://www.coppertonechina.com/>）是由美国直接授权经营中国大陆市场的官方网站”

，并显示“水宝宝中国官网”、“ ©Coppertone China 水宝宝 版权所有”。这一声明与事实严重不符。被投诉人不得以任何方式附属于投诉人，或与投诉人存在任何许可、授权或其他业务关系。即使被投诉人销售的确实是“COPPERTONE”真品产品，以上捏造授权关系及假冒官方网站的行为亦远远超出其作为销售商推广产品所必需的合理范围。

鉴于被投诉人不仅没有采取措施防止其与投诉人之间的混淆，如主动在争议域名网站揭示其与投诉人之间的关系，反而虚假捏造授权关系和假冒投诉人的中国官方网站，被投诉人的行为存在故意误导互联网用户认为争议域名网站为投诉人所有的恶意。因此，被投诉人未经授权使用投诉人的商标注册争议域名的行为，不构成在提供商品或服务的过程中善意使用争议域名或与之相对应的名称。此外，为利用“COPPERTONE”商标的知名度，被投诉人在明知“COPPERTONE”商标的情况下仍注册争议域名的行为已排除其善意提供商品或服务的可能。

综上，并无证据表明存在政策第4条(c)的情形，或其它表明被投诉人就争议域名享有权利或合法权益的任何情形。投诉人已经提供初步证据证明被投诉人对争议域名不享有权利或权益，举证责任继而转移到被投诉人身上。

(iii) 被投诉人的域名已被恶意注册并且正被恶意使用

如前所述，“COPPERTONE”商标经过七十余年的使用和推广，在全球享有极高的知名度，包括被投诉人的所在地——中国。被投诉人使用“COPPERTONE”商标注册争议域名，且通过争议网站提供“COPPERTONE”防晒产品。可见，被投诉人正是针对投诉人及“COPPERTONE”注册商标的高知名度而注册争议域名的。这种明知而为构成明显恶意。见WIPO 案件编号 D2003-0453, *Paule Ka 诉 Paula Korenek*。

在使用争议域名的过程中，被投诉人不仅没有积极采取措施防止其与投诉人之间的混淆，反而将争议域名网站虚假宣称为投诉人的中国官方网站。显然，被投诉人注册和使用争议域名的目的在于冒充投诉人，误导相关公众认为争议域名由投诉人持有和使用，或者被投诉人与投诉人之间存在授权、从属关系，从而吸引互联网用户访问争议域名网站，使得本想购买投诉人产品的互联网用户在被投诉人的误导下转而购买其产品，从而获得不正当的商业利益。因此，被投诉人注册和使用域名的目的在于故意吸引互联网用户访问其网站以获得商业利益，方法是使其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而使人产生混淆。

被投诉人此种商业误导行为，极大地破坏了投诉人的正常业务，损害了投诉人的经济利益。另外，若被投诉人提供的产品存在质量问题，会使得互联网用户以为投诉人的产品

有瑕疵，令投诉人承担质量瑕疵的不良后果，极大地损害投诉人的声誉。以上行为具有极大的恶意。

综合上述事实 and 理由，争议域名与投诉人的商标极其相似，容易引起混淆；被投诉人不拥有对争议域名的权利或合法利益；争议域名已被恶意注册并且正被恶意使用。投诉人要求将争议域名转移至投诉人。

B. 被投诉人

被投诉人未在规定时间内提交答辩。

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利益；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

专家组根据投诉人提供证据认定，投诉人是“COPPERTONE”商标在中国就第 3 类“晒黑和遮阳制剂”和其他类别商品上的合法注册商标所有人。以上商标的注册日期早于争议域名的注册日期。投诉人的“COPPERTONE”商标在国际市场和中国消费市场享有一定的知名度。

争议域名<coppertonechina.com>的主要部分为“coppertonechina”，完整包含投诉人具有显著性的商标“coppertone”，唯一不同的是结尾部分多出“china”，即“中国”一词。不仅无法消除混淆，反而因“China”作为国家名的固有含义而增强了混淆的可能性，即可能误导互联网用户认为其为投诉人的中国官方网站。专家组认定，争议域名与投诉人的商标“COPPERTONE”构成混淆性近似。

被投诉人没有就争议域名与投诉人的商标是否构成混淆性近似提出抗辩。

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近似，投诉满足《统一域名争议解决政策》第 4 条 (a) 项规定的第一个条件。

B) 关于被投诉人对争议域名或其大部分不享有合法权益

投诉人主张，投诉人从未授权或许可被投诉人使用“COPPERTONE”商标或以之注册域名，被投诉人亦不以任何方式附属于投诉人，或与投诉人之间存在任何许可、授权或其它业务关系。所以认为被投诉人对争议域名不拥有权利或合法权益。

根据投诉人提供的证据，被投诉人在争议域名指向的网站上声称“水宝宝中国官网（<http://www.coppertonechina.com/>）是由美国直接授权经营中国大陆市场的官方网站”，这证明被投诉人捏造其与投诉人的关系，没有合法或合理使用该域名。

所以，专家组认定，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《统一域名争议解决政策》第4(a)(ii)条所述条件。

C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

被投诉人注册完全包含投诉人具有显著性的商标的事实说明被投诉人完全知悉投诉人及其商标的知名度。被投诉人在争议域名指向的网站上销售投诉人相同品牌的防晒品，证明其注册和使用争议域名的目的在于冒充投诉人，误导相关公众认为争议域名由投诉人持有和使用，或者被投诉人与投诉人之间存在授权、从属关系，从而吸引互联网用户访问争议域名网站，使得本想购买投诉人产品的互联网用户在被投诉人的误导下转而购买其产品，以获得不正当的商业利益。

专家组认为，投诉人提供了足够证据证明被投诉人恶意注册和使用域名。专家组认定投诉人的投诉满足了 ICANN《统一域名争议解决政策》第4(b)(iv)条关于恶意情形的规定，即被投诉人注册和使用域名的目的在于故意吸引互联网用户访问其网站以获得商业利益，方法是使其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而使人产生混淆。

至此，投诉人的投诉已经满足《ICANN 统一域名争议解决政策》第4(a)条规定的三个条件，投诉应当得到支持。

6. 裁决

根据 ICANN《统一域名争议解决政策》和《统一域名争议解决政策之规则》，专家组裁决，将争议域名<coppertonechina.com>转移给投诉人。

专家组：李桃

日期：2016年7月6日