



Asian Domain Name Dispute Resolution Centre

hong kong

(香港秘书处)

行政专家组裁决

案件编号:	HK-1500724
投诉人:	株式会社爱丽
被投诉人:	YE JIAN
争议域名:	etude-house.net

1. 当事人及争议域名

本案投诉人：株式会社爱丽，地址为韩国首尔特别市龙山区汉江路 2 街 191。

被投诉人：YE JIAN，地址为 changshawangchenqu, Changsha, Hunan, China 410200。

争议域名：etude-house.net

注册商：1API GmbH，地址为：Talstraße 27, 66424 Homburg, Germany。

2. 案件程序

亚洲域名争议解决中心香港秘书处（“香港秘书处”）于 2015 年 3 月 18 日收到投诉人根据互联网络名称及数码分配公司（ICANN）实施的《统一域名争议解决政策》与《统一域名争议解决政策规则》，以及亚洲域名争议解决中心（ADNDRC）就《统一域名争议解决政策》和《统一域名争议解决政策规则》所作的补充规则提交的投诉书，要求指定一位专家组成专家组审理本案。同日，香港秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知，确认收到了投诉人的投诉书。

香港秘书处于同日向争议域名的注册商传送电子邮件，请求确认争议域名的注册信息，并于 2015 年 3 月 27 日重发电子邮件，再次要求注册商确认争议域名的注册信息，注册商终于当日回覆了有关的注册信息。

2015 年 4 月 2 日，香港秘书处向被投诉人传送投诉通知，并告知本案程序于当日正式开始，被投诉人应在 2015 年 4 月 22 日或之前提交答辩书。鉴于被投诉人并未于规定答辩时间内提交答辩，香港秘书处于 2015 年 4 月 23 日向投诉人发出缺席审理通知。

然后，香港秘书处于 2015 年 4 月 27 日向关燮健先生发出专家组指定通知，关燮健先生即日回覆香港秘书处，同意接受指定，并保证独立及公正地审理本案。香港秘书处于同日向双方当事人及上述专家传送专家确定通知，确认指定关燮健先生为本案独任专家，成立一人专家组审理本案。根据《统一域名争议解决政策规则》第 15(b)条的规定，专家组应当在 2015 年 5 月 11 日或之前就本争议作出裁决。

3. 事实背景

投诉人

投诉人，株式会社爱丽（ETUDE CORPORATION），成立于 1966 年，原公司名为（株）亚本化学，于 1990 年加入韩国第一、世界前 20 强的国际知名化妆品集团爱茉莉太平洋集团（AMOREPACIFIC GROUP）。1997 年 8 月 1 日投诉人正式改名为“（株）爱丽”。

“ETUDE”（爱丽）品牌是投诉人的主打品牌，自全面上市后就迅速发展成为韩国第一大专业彩妆品牌，并迅速成为韩国女性购买彩妆的首选。1997 年出口量达到业界第 8 位，1998 年在韩国国内营业额就超过 230 亿韩币，2009 年更突破了 1,000 亿韩币。2000 年 12 月获 ISO 9001 国际质量体系认证。

投诉人“ETUDE”（爱丽）产品销售范围如今已遍及包括中国、新加坡、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾、泰国、缅甸、文莱及日本在内的多个国家和地区。根据韩国国际贸易委员会出具的关于投诉人部分年份出口记录证明，投诉人 2007 年以及 2008 年出口至越南的产品价值总额就已分别达到 1,085 万美元及 1,182 万美元，单 2009 年 1 月至 2009 年 10 月出口至中国香港的产品价值总额就达 1,102 万美元。

投诉人的“ETUDE”（爱丽）品牌早于 1994 年就正式进入中国市场，目前在中国市场上销售的产品就有 300 多种，产品质量也很早就得到中国权威部门的认可。



目前，投诉人“ETUDE”（爱丽）品牌产品在中国北京、上海、广州等地的综合性化妆品专营店均有销售，仅仅北京一个城市，就在北京枫蓝、津乐汇、西单商场、安贞华联、阜成门华联等各大商场 / 商城有售。仅 2008 年一年，投诉人在中国 29 个省市自治区的近 180 个城市设立了 1,028 个 ETUDE 专柜，甚至在一个城市新增的专柜数量就达 30 个。根据韩国关税贸易开发院出具的出口业绩证明书，2009 年 1 月至 2012 年 12 月，从韩国出口至中国香港地区的“ETUDE”（爱丽）品牌产品价值总额高达 45,104,322 美元。2009 年至 2012 年“ETUDE”（爱丽）品牌产品在中国大陆地区的销售收入分别为 37,830,000 元，56,567,000 元，83,954,000 元以及 106,869,000 元，逐年大幅递增。基于该销售数据，大韩贸易投资振兴公社北京代表处为投诉人出具证明，认为 ETUDE 系列商标已经为化妆品行业的消费者和相关市场主体所普遍知晓。

投诉人不仅重视产品的质量和研发，同样重视品牌的推广和宣传。投诉人基本每年都会更换品牌形象代言人，从 1999 年的全智贤，到 2000 年的 S.E.S 三人乐队，到 2001 年、2002 年的宋慧乔和 2006 年的高雅拉，随后是韩流明星李敏镐和朴信慧，以及郑秀晶（Krystal）等，每一年都是韩国超人气的当红明星。另外，冠以 ETUDE 品牌的广告、宣传片、海报、壁纸、动画等比比皆是。投诉人在中国最权威的国家图书馆分别以“ETUDE（爱丽）”或“ETUDEHOUSE”，“ETUDE HOUSE”或“爱丽小屋”为检索词进行了中国报纸、期刊相关报导的检索，检索结果所有报导中关于“ETUDE”、“ETUDE HOUSE”的

部分均指向投诉人或投诉人产品，报导内容主要涉及冠以“ETUDE”、“ETUDE HOUSE”商标产品的介绍。

这些报导来自于多家不同的知名期刊和报纸，其中不乏高发行量的大众报纸和期刊，如《竞报》、《申江服务导报》、《大公报》、《南方日报》、《海峡都市报》、《上海青年报》、《中山日报》、《广州日报》、《东方早报》等，可以说其中很多的报纸期刊是普通老百姓每日必读的，而且读者遍布全国各地。同时还有像《中国医药报》等相关专业领域报纸期刊也对投诉人品牌产品进行了报导。从“ETUDE”（爱丽）品牌进入中国以来，消费者对有关“ETUDE”、“ETUDE HOUSE”产品的关注度越来越高，相应的，中国国内新闻媒体对“ETUDE”、“ETUDE HOUSE”品牌产品的报导也越来越多，这也充分说明投诉人已经在中国市场上具有广泛的影响力，“ETUDE”（爱丽）品牌已与投诉人建立唯一对应的关系。

此外，投诉人为了保护其 ETUDE HOUSE 品牌，自 1997 年起便在中国多个商品和服务类别上申请注册“ETUDE”（爱丽）系列商标，包括但不限于“ETUDE”，“爱丽 ETUDE”，

“ETUDE HOUSE”，“伊蒂之屋”，“”，“”【以下统称“ETUDE”（爱丽）系列商标】。经过长期、广泛的宣传和使用，投诉人的“ETUDE”（爱丽）商号及其“ETUDE”（爱丽）系列商标被消费者所熟知并深受消费者喜爱，成为知名商号及商标，“ETUDE”（爱丽）系列商标与投诉人建立了固定联系。ETUDE HOUSE 的官方中文名称是伊蒂之屋，也被中国消费者称为“爱丽小屋”。

投诉人就 ETUDE HOUSE 系列商标享有注册商标专用权的情况

自 1995 年，投诉人开始在中国申请注册 ETUDE 系列商标，指定使用的商品覆盖多个商品类别（包括第 1 类，第 3 类，第 10 类，第 16 类及第 18 类等），其中包括但不限于：

商标	ETUDE
注册号	1014230
申请日	1995 年 11 月 10 日
注册日	1997 年 05 月 28 日
类别	3
指定商品	香水，化妆用雪花膏，化妆用液，按摩乳，洁面乳，香精油，口红，睫毛油，眼影，指甲油，化妆粉，粉底霜，化妆香粉，洗发液，发油，肥皂，洗发剂
有效期至	2017 年 05 月 27 日

商标	ETUDE
注册号	1676353
申请日	1997年11月25日
注册日	2011年12月07日
类别	3
指定商品	香水，化妆用雪花膏，化妆用液，按摩霜，清洁膏，香精油，口红，睫毛油，眼影，指甲油，化妆香粉，化妆粉底，带连镜小粉盒的脸部用化妆粉，洗发液，肥皂，香波，发油
有效期至	2021年12月06日

商标	ETUDE
注册号	11564250
申请日	2012年09月29日
注册日	2014年03月07日
类别	3
指定商品	牙膏；清洁制剂；鞋油；家具用抛光剂；研磨剂；化妆品；粉底；护肤用化妆剂；润肤液；洗发剂
有效期至	2024年03月06日

商标	The ETUDEHOUSE
注册号	5585651
申请日	2006年09月04日
注册日	2009年10月21日
类别	3
指定商品	化妆品；洗面奶；洗发液；香水；成套化妆用具；化妆品用香料；牙膏；浴液；口红；指甲油
有效期至	2019年10月20日

商标	ETUDEHOUSE
注册号	7872692
申请日	2009年11月30日
注册日	2011年10月14日
类别	3
指定商品	化妆品；洗发液；洗面奶；化妆品用香料；牙膏
有效期至	2021年10月13日

被投诉人

被投诉人于 2013 年 9 月 30 日通过 1API GmbH 注册了本案争议域名。

4. 当事人主张

A. 投诉人

投诉人的主张如下：

1. 争议域名与投诉人享有权利的商品商标及商号混淆性相似

争议域名的主要部分为“etude-house”，这与投诉人的注册商标“ETUDE HOUSE”完全相同，并且该网站自称为“爱丽小屋中国官方网站”，在网站页面上显著位置突出使用投诉人享有商标权及著作权的 ETUDE HOUSE 系列商标标识，大肆对投诉人品牌进行介绍，其中包括但不限于“爱丽简介”栏目下的“品牌故事”，“品牌标志”以及投诉人在韩国、中国香港、日本以及新加坡等地的实体店照片。被投诉人一直在试图给消费者造成该网站是投诉人中国授权代理商、经销商的假象，并且网站上销售的都是未经投诉人授权的带有“ETUDE”系列商标的产品，因此投诉人有正当理由可以推知相关公众在很大程度上会将该网站误认为是投诉人的中文网站，将该网站上销售的产品误认为是来自于商标权人和商号权人，或者与商标权人和商号权人存在合作或从属等某种特定关系。

2. 被投诉人对争议域名或者其主要部分不享有权利或不具备合法利益

被投诉人不曾拥有任何与“ETUDE”（爱丽），“ETUDE HOUSE”有关的注册商标专用权或商号权。投诉人亦从未与被投诉人签订过任何经销协议、代销合同，从未许可被投诉人使用任何带有“ETUDE”（爱丽），“ETUDE HOUSE”的商标或商号，或授权其注册任何带有“ETUDE”（爱丽），“ETUDE HOUSE”的域名或者其它商业性标志。被投诉人没有任何合理理由可以解释其选择“etude-house”作为争议域名主要部分的原因。并且，投诉人也从未授权被投诉人销售“ETUDE”（爱丽）品牌相关产品，被投诉人也无证据证明其在网站上销售的产品系经合法渠道取得。

根据《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第 1 条第 3 款的规定，将与他人注册商标相同或者相近似的文字注册为域名，并且通过该域名进行相关商品交易的电子商务，容易使相关公众产生误认的，属于中国商标法规定的给他人注册商标权造成其它损害的行为。因此，被投诉人将与投诉人的注册商标混淆性相似的文字注册为域名，并进行该商标核定使用商品的网络销售，使相关公众产生误认，是明目张胆的搭便车行为，是侵害他人合法权益的违法行为。根据一般的法律原则，违法行为不会产生合法权益，因此被投诉人对争议域名的使用行为并不能使其对该域名享有任何权利或合法利益。

3. 争议域名持有人对域名的注册和使用具有恶意

投诉人提交的证据表明，被投诉人没有任何合理理由可以解释其选择“etude-house”作为争议域名主要部分的原因，其将投诉人使用了多年而且具有高知名度的商标和字号注册为域名的行为本身就说明了被投诉人的主观恶意。被投诉人在使用该争议域名的网站上声称是投诉人株式会社爱丽的中文官方网站，大肆对投诉人的品牌进行介绍，明显是搭投诉人知名商标及商号的便车，即为商业目的注册、使用与投诉人的商标及商号混淆性相似的域名，故意造成商品来源以及两者之间关系的误认，企图吸引互联网用户访问其网站以获得商业利益。

B. 被投诉人

被投诉人并未在规定的期限内提交答辩书。

5. 专家组意见

程序所使用的语言

按规定，本程序所使用的语言，应与被投诉人和有关注册商 1API GmbH 就争议域名签订的注册协议所使用的语言一致，即为英语。但投诉人要求以中文作为本程序使用的语言，香港秘书处也曾请被投诉人就此提出其意见，以供专家组参考。然而，被投诉人一直未有就此表示任何意见。

专家组现按《统一域名争议解决政策规则》第 11 条的规定，据本程序的具体情形，决定接纳投诉人的请求，把本程序所使用的语言定为中文。理由如下：

1. 香港秘书处善尽其职责，每次均使用中文和英文两种语言来传送较早前的相关邮件，并就投诉人拟变更程序使用语言一事曾经询问了被投诉人。换句话说，假如被投诉人不希望变更程序所使用的语言，被投诉人绝对有机会提出其意见，只是被投诉人并没有这样回应。
2. 专家组有权要求投诉人提供其投诉书全文或部分的英文翻译，但这势必大大影响本案的审理流程。在不影响双方当事人权益的前题下，为了使本案能迅速完成审理程序，专家组才没有向投诉人作出上述要求。
3. 最重要的是，专家组认为纵使使用中文作为本程序所使用的语言，也不致于会损害被投诉人的应有权益。因为从现有的资料来看，被投诉人应该是居住在中国境内的华人，而且其争议域名指向的网站也是个中文网站，被投诉人照理应该是懂得中文的。反过来说，没有证据显示英文是被投诉人惯常使用的语文，或以英文作为本程序的使用语言会对被投诉人更为有利，或更利于被投诉人清楚表达其意见。

《统一域名争议解决政策》第 4(a)条的规定

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) 被投诉人对争议域名并不享有权利或合法权益；且
- (iii) 被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

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标权利的名称或者标志相同或混淆性相似

投诉人早已经在中国商品和服务类别第 3 类项下注册了多个包含“ETUDE HOUSE”或“ETUDEHOUSE”文字的商标，是“ETUDE HOUSE”和“ETUDEHOUSE”等商标的合法权利人。

争议域名“etude-house.net”在除去表示通用顶级域名的“.net”后，就剩下“etude-house”部分。将争议域名这个识别部分与投诉人的“ETUDE HOUSE”商标比较，就发现这个部分其实只是在投诉人商标的两个英文单词中间加上了一个连接符号“-”。这样单单在投诉人的商标当中加上连接符号“-”，不但不足以与投诉人区分开来，反而因为投诉人和其“ETUDE HOUSE”商标在公众心目中的高知名度，和“ETUDE HOUSE”商标与投诉人所建立的唯一对应关系，更容易使人将争议域名与投诉人连在一起，以为争议域名是投诉人注册或授权注册的域名。

综上所述，专家组认为争议域名与投诉人享有权利的商标混淆性相似，投诉人已满足《统一域名争议解决政策》第 4(a)(i)条的条件。

B) 关于被投诉人对争议域名或其主要部分不享有权利或合法权益

投诉人是 ETUDE HOUSE 系列商标的权利人，在中国市场上具有广泛的影响力，其商标已经为化妆品消费者和相关市场主体所普遍知晓，其商品也已经与投诉人建立唯一对应的关系。投诉人指被投诉人不曾拥有任何与“ETUDE”（爱丽），“ETUDE HOUSE”有关的注册商标专用权或商号权。投诉人亦从未与被投诉人签订过任何经销协议、代销合同，从未许可被投诉人使用任何带有“ETUDE”（爱丽），“ETUDE HOUSE”的商标或商号，或授权其注册任何带有“ETUDE”（爱丽），“ETUDE HOUSE”的域名或者其它商业性标志。故此，被投诉人对争议域名或其主要部分不享有权利或合法权益。

投诉人称被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益的主张已经构成表面证据（见：Conforama Holding v. Ying Liu, WIPO 案号：D2010-0094）。一旦投诉人一方提供了表面证据，举证责任就转移到被投诉人一方。

不过，被投诉人并未于答辩期限前提供其就争议域名或其主要部分享有任何权利或合法权益的证据。因此，专家组有理由相信，被投诉人未就争议域名或其主要部分享有任何权利或合法权益，而且《统一域名争议解决政策》第 4(c) 条列举的情况亦不存在。

综上所述，专家组认为投诉人已满足《统一域名争议解决政策》第 4(a)(ii) 条的条件。

c) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

(1) 被投诉人注册或获得争议域名是否具有恶意

“ETUDE”是投诉人的商号，投诉人的注册商标“ETUDE”和“ETUDE HOUSE”等在化妆品行业中具有极高的知名度，为消费者所普遍知晓，其“ETUDE HOUSE”商标和商品也已经与投诉人建立唯一的对应关系。另外，从被投诉人在其争议域名指向的网站中对投诉人及其品牌的介绍，就清楚地显示被投诉人知晓投诉人及其 ETUDE HOUSE 系列商标和商品。

被投诉人明知投诉人的“ETUDE HOUSE”商标和商品，却在未取得投诉人许可的情况下，擅自以与投诉人商标混淆地相似的“etude-house”作为识别部分来注册域名，并宣称该有关网站是“爱丽小屋中国官方网站”。以上种种事实证明，被投诉人注册争议域名的行为是具有恶意的。

(2) 被投诉人使用争议域名是否具有恶意

被投诉人声称争议域名指向的网站是“爱丽小屋中国官方网站”，并在网站首页的显眼处显示投诉人的商标标识，又对投诉人及其品牌多作介绍，且在该网站上销售带有投诉人“ETUDE HOUSE”商标的商品。因此，被投诉人使用争议域名，明显是想搭乘投诉人的便车，引诱网络用户或潜在顾客访问其网站，并通过上述的虚假陈述和有意误导，使公众认为其与投诉人之间存在业务上的合作关系，其网站和该网站上的产品与投诉人存在某种联系，以达到混淆消费者的目的。被投诉人的上述行为明显是要使网络用户或潜在顾客就其网站和在该网站上提供的商品与投诉人并投诉人的商品之间在来源、附属、关联等方面产生混淆，以获取不当的商业利益。故此，被投诉人就争议域名的使用是具有恶意的。

综上所述，专家组认为被投诉人在注册和使用争议域名两方面皆具有恶意，投诉人已满足《统一域名争议解决政策》第 4(a)(iii)条的条件。

6. 裁决

既然投诉人的投诉已满足了《统一域名争议解决政策》第 4(a) 条规定的全部三个条件，其投诉应当获得支持。根据《统一域名争议解决政策》第 4(i) 条和《统一域名争议解决政策规则》第 15 条的规定，专家组裁定被投诉人须将争议域名转移给投诉人。

专家组：关燮健

日期：2015 年 4 月 30 日