



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-1500710
投诉人:	阿斯顿·马丁拉贡达有限公司 Aston Martin Lagonda Limited
被投诉人:	Huang Yanchun
争议域名:	<lagongda.com>

---

### 1. 当事人及争议域名

本案投诉人为阿斯顿·马丁拉贡达有限公司 Aston Martin Lagonda Limited, of Banbury Road, Gaydon, Warwick CV 35 0DB United Kingdom.

被投诉人: Huang Yanchun, of Zhejiang Hangzhou Hangzhou, China.

争议域名为<lagongda.com>,由被投诉人通过厦门三五互联科技股份有限公司, 地址为: 中国厦门市软件园观日路 8 号三五互联大厦, 邮编: 361008.

### 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 2015 年 1 月 26 日收到投诉人提交的英文投诉书。中心香港秘书处同日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。2015 年 1 月 27 日, 注册商恢复确认, 争议域名由其提供注册服务, 被投诉人为争议域名注册人, 注册语言为中文。中心香港秘书处以电子邮件要求投诉人提交中文译本。2015 年 2 月 11 日, 由于投诉人未提交中文译本或要求使用英文为程序语言的理由, 中心香港秘书处以电子邮件向投诉人发出投诉终止通知。同日, 投诉人提交了中文投诉书; 中心香港秘书处向投诉人发出投诉确认通知并改变案件编号。同时, 中心香港秘书处要求注册商维持争议域名锁定状态。

2015 年 2 月 11 日, 中心香港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, 中心香港秘书处以电子邮件向投诉人和注册商抄送程序开始通知。

截至 2015 年 3 月 4 日, 被投诉人没有向中心香港秘书处提交答辩。同日, 中心香港秘书处向投诉人和被投诉人发出缺席审理通知书, 告知双方当事人, 由于被投诉人没有在规定的答辩期限内提交答辩书, 中心香港秘书处将指定专家缺席审理本案, 作出裁决。

投诉人选择由一人专家组审理本案，根据程序规则的规定，案件应当由中心香港秘书处指定一名专家成立专家组进行审理。2015年3月4日，中心香港秘书处以电子邮件向赵云先生传送列为候选专家通知，并请候选专家确认：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，赵云先生表示同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。2015年3月5日，中心香港秘书处通知双方当事人，确定指定赵云先生作为本案独任专家，审理案件。同日，中心香港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2015年3月19日（含3月19日）前就本案争议作出裁决。

根据程序规则的规定，专家组决定本案程序语言为争议域名注册协议使用的语言，即中文。

### 3. 事实背景

投诉人：本案投诉人为阿斯顿·马丁拉贡达有限公司。公司注册地为 Aston Martin Lagonda Limited, of Banbury Road, Gaydon, Warwick CV 35 0DB United Kingdom。投诉人在本争议程序中的授权代表为高伟绅律师行。

被投诉人：本案被投诉人为 Huang Yanchun，其地址为 Zhejiang Hangzhou Hangzhou, China。被投诉人于2014年8月13日通过域名注册机构厦门三五互联科技股份有限公司注册了本案争议域名<lagongda.com>。在本案程序中，被投诉人没有答辩。

### 4. 当事人主张

#### A. 投诉人

投诉人的主张如下：

投诉人由阿斯顿·马丁和拉贡达两个公司合并而成，以生产赛车、豪车及敞篷车而闻名。阿斯顿·马丁由 Lionel Martin 和 Robert Bamford 于 1913 年在伦敦肯辛顿区的一个工场创建。拉贡达则是 Wilbur Gunn 于 1906 年在英国的米德尔塞克斯设立的一家公司，该公司的名字取自于 Wilbur Gunn 的出生地（美国斯普林菲尔德）附近的一条河。1947 年，拉贡达与阿斯顿·马丁合并组建成投诉人，自此拉贡达品牌进入投诉人。

投诉人生产的赛车在国际赛车界享有很高的声誉，并且在国际汽车大奖赛中多次胜出。投诉人始终紧随劳斯莱斯和宾利，是英国生产的最昂贵、豪华的汽车之一。2013 年投诉人迎来并庆祝了它的百岁生日。

投诉人是“ASTON MARTIN”、“LAGONDA”以及“ASTON MARTIN LAGONDA”商标的所有人。“LAGONDA”文字商标创建于 1906 年，之后一直被广泛使用。自 1951 年 1 月 12 日起，它还成为英国境内的一个注册商标。投诉人已经在超过 56 个国家的不同类别注册了“LAGONDA”商标。

投诉人目前拥有一个由分布在许多国家中的 100 多名经销商组成的全球网络。鉴于投诉人跑车的卓越性能和声誉，它们已多次被选中出现在具有传奇色彩的“007”电影系列中。投诉人的跑车于 1964 年第一次出现在邦德电影“金手指”中，之后曾多次出现在邦德电影中。2014 年，投诉人生产的一款汽车被选中在最近的“变形金刚”电影系列中出现。

i. 投诉人的“LAGONDA”商标是世界（包括中国）驰名商标

2008 年，投诉人在北京的旗舰店开张，标志着投诉人正式进入中国市场。目前投诉人在许多城市中有各种经销商。自从进入中国市场以来，投诉人取得了很好的销售业绩。尤其值得一提的是，投诉人 2008 年度在中国的销售额达到 300 万英镑。2001-2008 年，投诉人通过其位于香港地区的分销商实现的总销售额达 900 万英镑。从 2008 年起，投诉人有权将其车辆直接进口进入中国，2008 年在中国实现的销售额接近 300 万英镑。投诉人的汽车在中国以及全球的销量一直在稳步增长。

通过参加车展、展览会以及赞助活动，投诉人在中国开展了广泛的营销活动。特别是，投诉人自 2004 年开始就一直参加北京车展。投诉人在全球范围的营销活动中投入不菲。比如，仅 2012 年，它的营销支出就超过 1100 万英镑。

就投诉人的 LAGONDA 商标而言，早在 1946 年，LAGONDA 商标就来到了中国，当年上海购买并进口了第一辆拉贡达汽车。投诉人还销售带有 LAGONDA 的汽车零部件，此类零部件在全球（包括中国）销售。

投诉人在全球（包括中国）的巨大影响意味着它的“LAGONDA”商标为中国的公众所熟知。“LAGONDA”这个名称的中文音译是“拉贡达”。中文音译“拉贡达”早在 2006 年就已经出现在许多中国的媒体出版物中。因此，很明显“拉贡达”这个名称为中国的公众所熟知，因为 LAGONDA 的音译和 LAGONDA 这个品牌与投诉人相关在中国广为人知。“拉贡达”这个名称的汉语拼音是“LAGONGDA”。投诉人有大量的域名注册组合。投诉人是约 74 个含有“LAGONDA”商标的域名的注册人。

ii. 被争议域名与投诉人的已注册商标“LAGONDA”具有足以导致混淆的近似性

“LAGONDA”这个商标是一个区别标记而不是一个描述性或通用术语。“LAGONDA”这个名称和商标是一个与投诉人相关的品牌和商号，这点在全球（包括中国）已广为人知。被争议域名 [www.lagongda.com](http://www.lagongda.com) 与投诉人的已注册商标“LAGONDA”具有足以导致混淆的近似性。后缀“.com”是一个通用术语，没有任何区别作用。

从视觉上比较，被争议域名与投诉人的商标几乎完全相同，这不可能是巧合。投诉人的“LAGONDA”商标与该域名中的“LAGONGDA”之间的唯一不同就是不发音的字母“g”，把“LAGONDA”和“LAGONGDA”放在一起对照着看时，两者之间的不同几乎无法察觉。

从语音上比较，投诉人的“LAGONDA”与被争议域名中的“LAGONGDA”发音完全相同。此外，投诉人的“LAGONDA”对应的汉字是“拉贡达”，它的发音、汉语拼音是“LAGONGDA”，与被争议域名中的“LAGONGDA”的拼写和发音完全相同。

还有，从概念上来说，投诉人的“LAGONDA”商标作为一个单词来说没有任何公认的词典意义。它来源于美国俄亥俄州的斯普林菲尔德，在 19 世纪末期是一个俱乐部的名称。在另一方面，被争议域名中的用词“LAGONGDA”也是一个自造的词。因此，根本不存在能够用以区分两者的额外的概念意义。

鉴于上述理由，被争议域名的使用必定会使公众产生混淆，尤其是在中国，被争议域名很容易被误认为是投诉人的正式或相关网站（事实上并非如此）。

### iii. 被投诉人不享有合法权益

被投诉人与投诉人没有任何关系。投诉人并未授权、许可或允许被投诉人使用投诉人的商标或足以与其混淆的任何商标，也没有许可或允许被投诉人申请使用（或允许任何人使用）包含投诉人的商标或足以与其混淆的任何商标的任何域名。

“LAGONDA”不是一个描述性词语而是一个区别性商标。被投诉人没有合法的理由选择一个拼写几乎完全相同（发音完全相同）的词作为其域名。很明显，被投诉人故意申请“LAGONGDA”作为其域名，目的是为了利用投诉人的信誉和声誉。

被争议域名目前并未在用。因此没有证据证明被投诉人通过被争议域名而被知晓或认识。因此，被投诉人不能主张合法或合理使用被争议域名。

### iv. 恶意

鉴于投诉人在全球和在中国的声誉，被投诉人不可能不知道投诉人及其商标“LAGONDA”或其中文音译“拉贡达”。被投诉人根本没有合理的理由注册并使用足以与投诉人的“LAGONDA”商号和商标相混淆的被争议域名。

被争议域名尚未激活。因此可以必然、合理地推知被投诉人是被争议域名的非法占据者，注册该域名并不是为了经营某个网站，而是为了先发制人地获取注册以获取不当利益。事实上，如一次调查中所发现，被投诉人已三番五次抄袭投诉人的商标，因为他已经以他弟弟 Huang Chunbo 的名义（但是在被投诉人的授意下）在第 25 类（用于服装）中申请注册盗版商标（与被争议域名有相同的词“LAGONGDA”）。这是一种赤裸裸的商标占据行为，目的是先发制人地占据第 25 类以阻止投诉人自己申请注册。该盗版申请已被投诉人向北京市第一中级人民法院提出上诉。调查还表明被投诉人知道投诉人的 LAGONDA 商标的名气，并已经承认他以他弟弟的名义申请注册该商标的目的是为了将该商标高价卖给投诉人。

很明显，被投诉人的意图是为了将被争议域名注册（与盗版商标注册申请一起）出售、出租或转让给投诉人（“LAGONDA”商标的合法所有人）以获取不当利益。被争议域名的注册明显是恶意申请。该注册已经侵犯了投诉人在其“LAGONDA”商号和商标中的合法权益。

根据 ICANN 的统一域名争议解决办法并基于上述事实 and 理由，投诉人请求本案专家组裁决，将本案争议域名转移给投诉人。

## B. 被投诉人

被投诉人的主张如下：

被投诉人没有在规定的期限内提出答辩。

## 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权益；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

投诉人提交的证据表明，投诉人的“LAGONDA”标志在包括中国内地及香港在内的许多国家和地区都成功获得了商标注册；该商标早在 1951 年就在英国获得注册；在香港地区最早注册于 1982 年，在中国内地最早注册于 2009 年。现该商标仍处于商标保护期内。毫无疑问，投诉人就“LAGONDA”享有商标权。此权利的拥有远远早于争议域名的注册时间即 2014 年。因此，投诉人对于“LAGONDA”拥有无可置疑的在先权利。

争议域名“lagongda.com”中除去表示通用顶级域名的“.com”，其主要识别部分为“lagongda”。该主要识别部分与投诉人的注册商标“LAGONDA”相比较，只有一个英文字母的差异，即多了一个字母“g”。虽然形体上有了细微的差异，但是字母“g”在这样一个七个字母组成的商标中很难引起公众的注意。更为重要的是，字母的增加没有改变发音，两者发音几乎完全一样，很难从读音上作出区别。专家组将该争议域名的主要识别部分与投诉人的商标相比较，认为其中一个字母的改变及/或增减并没有起到争议域名区别于投诉人商标的作用，字母席位的改动及两者几乎完全一样的发音非常容易使相关公众产生该争议域名与投诉人商标之间的混淆。同时，专家组认为，投诉人的“LAGONDA”商标是具有显著性的独特性标志，并非通用词语。争议域名“lagongda.com”极有可能使人误认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之间存在一定联系。

针对投诉人的主张，被投诉人没有提出任何抗辩。

鉴于此，专家组裁定投诉人的投诉已满足了《政策》第 4（a）条中的第一项条件。

**B)** 关于被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权益

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。投诉人提交的证据显示，投诉人对“LAGONDA”商标和注册域名，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“LAGONDA”标志。就第二个条件而言，投诉人已经履行其举证责任。

被投诉人没有提出任何抗辩及证据，证明其对域名或其主要部分的任何权益，也未提交任何答辩书否认投诉人就有关被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权益的说法。没有任何证据显示被投诉人通常以争议域名而为人所知。因此，专家组能够认定的争议事实是，投诉人对“LAGONDA”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。

### C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

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收益者；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他连机地址者。

被投诉人于 2014 年 8 月 3 日注册争议域名，迄今未激活该争议域名。此被动持有域名的行为并不能排除恶意存在的可能性。专家组将结合案件的具体情形和实际情况就恶意因素存在与否作出判断。

投诉人为一家历史悠久，知名的汽车公司。投诉人有一百多年的历史，在世界上许多国家和地区都有业务活动。投诉人提交的证据表明，投诉人就其“LAGONDA”标志拥有毋庸置疑的在先权利，在世界上许多国家和地区都获得了大量商标注册；而且这些注册时间都远远早于争议域名的注册时间。投诉人于 2008 年正式进入中国市场，但是在这之前，投诉人的产品已经出现在中国市场。自进入中国市场，投诉人获得很大的成功，在包括杭州在内的许多城市都有经销商，并且有很高的销售额。经过投诉人多年的宣传和良好的市场运作，“LAGONDA”商标已经成为凝聚投诉人商誉的商业标识。

投诉人提交的证据充分显示，投诉人及其“LAGONDA”商标在包括中国在内的许多国家和地区都获得了大量的宣传和报道。该商标已经为广大公众所熟知，享有较高的知名度，得到广大用户的认可和接受，并将“LAGONDA”品牌与投诉人直接联系在一起。同时，“LAGONDA”并不是一个普通的词汇。作为位于中国杭州的被投诉人在注册该争议域名时应该知道投诉人及其商标的存在，已经了解投诉人上述商标的影响和价值。被投诉人明知“LAGONDA”系投诉人的商标，又在对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。

需要强调的是，被投诉人在符合程序的送达之后，未提出任何形式的抗辩，尤其是否定投诉人有关“恶意”指控的抗辩。

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。

## 6. 裁决

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。

专家组依据《政策》第 4 (a) 条和《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“lagongda.com”转移给投诉人。

---

专家组：赵云

日期：二零一五年三月十九日