



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-0700104
Case ID	CN-0600105
Disputed Domain Name	www.理肤泉.com
Case Administrator	lihu
Submitted By	Hong Xue
Participated Panelist	
Date of Decision	15-02-2007

The Parties Information

Claimant	LA ROCHE POSAY LABORATOIR
Respondent	Huang Hanbing

Procedural History

本案的投诉人是LA ROCHE-POSAY LABORATOIRE PHARMACEUTIQUE（理肤泉医学研究所），地址在法国 AVENUE RENE LEVAYER 86270 LA ROCHE-POSAY。投诉人的代理人是程学琼，地址在中国北京海淀区中关村南大街1号友谊宾馆颐园写字楼。

被投诉人是Huang Hanbing（黄汉兵），地址在中国北京市丰台区怡海花园，100070。

本案的争议域名是“理肤泉.com”。争议域名的注册商是珠海时代互联信息技术有限公司（TODAYNIC.COM INC.）。

亚洲域名争议解决中心北京秘书处（“中心北京秘书处”）于2006年9月6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细则》及亚洲域名争议解决中心（ADNDRC）《统一域名争议解决政策补充细则》提交的投诉书，要求指定一位专家组成行政专家组。

2006年11月1日，中心北京秘书处确认收到了投诉书，并要求注册商确认注册信息。2006年12月12日，注册商回复确认争议域名由被投诉人注册。

2006年12月12日，中心北京秘书处发出投诉书转递通知。

2006年12月14日，中心北京秘书处向被投诉人发出程序开始通知，送达投诉书，说明被投诉人应当按照《统一域名争议解决政策细则》及亚洲域名争议解决中心（ADNDRC）《统一域名争议解决政策补充细则》的要求提交答辩书；中心北京秘书处向投诉人发出投诉书确认及送达通知；中心北京秘书处还通知了ICANN和注册商。

被投诉人于2006年12月18日提交了答辩书。2006年12月31日，中心北京秘书处将答辩书转递投诉人。

2007年1月23日，中心北京秘书处向投诉人、被投诉人和拟定专家发出了通知，告知拟定薛虹女士为独任专家。同日，专家组提交了接受任命声明及公正性和独立性声明。

2007年1月25日，中心北京秘书处确认指定薛虹女士作为独任专家，审理本案。根据《统一域名争议解决政策细则》第6(f)条和第15(b)条，专家组应当在2007年2月8日（含8日）前将裁决告知中心北京秘书处。

专家组认为，专家组的成立符合《统一域名争议解决政策》和《统一域名争议解决政策细则》的规定。根据《统一域名争议解决政策细则》第11(a)条的规定，除非当事人另有约定或者域名注册协议另有规定，案件程序语言为域名注册协议使用的语言，但是审理案件的专家组有权根据案件的具体情况另行决定。本案域名注册协议使用的语言为中文，因此专家组决定本案的程序语言为中文。

Factual Background

For Claimant

投诉人：

投诉人是LA ROCHE-POSAY LABORATOIRE PHARMACEUTIQUE（理肤泉医学研究所），其商标“理肤泉”于2001年在中国获得商标注册，指定使用的商品为“香水、花露水等”，注册号为1569722。该商标注册至今合法有效。

For Respondent

被投诉人：

被投诉人Huang Hanbing（黄汉兵）于2006年4月8日注册了争议域名“理肤泉.com”，至今仍为该争议域名的持有人。

Parties' Contentions

Claimant

投诉人的投诉书

（1）被投诉人注册的域名“理肤泉.com”中的主体部分“理肤泉”与投诉人的商标“理肤泉”在读音、外形、字母排序上完全相同。

A、投诉人对“理肤泉”享有受中国法律保护的注册商标专用权。

投诉人公司LA ROCHE-POSAY LABORATOIRE PHARMACEUTIQUE（理肤泉医学研究所）创立于1975年，总部设在欧洲皮肤科疾病温泉治疗之都法国LA ROCHE-POSAY，主要研制、发展富含温泉水的皮肤科辅助治疗产品。

“理肤泉”品牌于1975年创立于法国LA ROCHE-POSAY，1989年加盟世界最大的跨国化妆品集团欧莱雅公司，是全球著名的活性健康化妆品品牌之一。在中国，投诉人于2001年在第3类注册了“理肤泉”商标，指定使用的商品为“香水、花露水等”，注册号为1569722。

B、投诉人拥有各类“理肤泉”域名。

在中国，投诉人在中国的姊妹公司“欧莱雅（中国）有限公司”注册了一系列以“理肤泉”为名的域名，如：“理肤泉.中国”；以及“理肤泉”和“理肤泉”CNNIC通用网址。

C、投诉人持有的“理肤泉”商标是行业知名品牌。

如前所述，投诉人公司创立于1975年，位于法国LA ROCHE-POSAY小镇。它就近取用理肤泉温泉水作为生产原料，一共有13条生产线，131名员工，负责研制、生产“理肤泉”产品。1989年，投诉人公司加盟世界最大的跨国化妆品集团欧莱雅公司。1999年，投诉人购买了“PHAS”品牌，生产并开发安全、时尚的专业彩妆品牌。2001年，投诉人收购了美国著名的Biomedic品牌，生产并开发仅供皮肤科医生使用的专业产品。2003年，投诉人购买了理肤泉温泉水的所有权。如今，投诉人的业务已经遍布全世界30多个国家，以至高安全性和有效性闻名天下，是皮肤学专家为皮肤美丽推荐的首选专业日常护肤品牌。在欧洲、韩国、台湾、泰国等很多国家和地区，理肤泉都是皮肤科医生处方量第一的品牌。在台湾，他的销量尤其出众，位列同类产品的第一名。

据不完全统计，投诉人在2004年共生产了4600万支“理肤泉”产品。这些产品均通过ISO9001质量认证，并严格执行欧洲制药GMP生产标准和欧莱雅集团的质量控制政策，产品的质量得到了最大保障。

2001年，投诉人开始进入中国市场，推出了油性易生粉刺系列、耐受性差皮肤系列、严重干性皮肤及异位性皮炎系列、抗老化肌肤系列四大护肤系列。秉承一贯的传统，投诉人在中国也将皮肤科医生及从事皮肤美容的专家作为其品牌传播的主要媒体，选择在皮肤医学界具有最大知名度与权威性的医院进行合作，同时选择在药房进行销售，以解决皮肤保养难题，并将“皮肤科辅助治疗”这一新理念带入千万消费者的心中。目前，投诉人已在中国29个主要城市的药房里开设了200多个柜台，销售理肤泉产品。2004年9月，投诉人还在北京的商业中心西单开设了全球首家概念店，将全新的护肤理念介绍给中国的爱美女性。作为欧莱雅集团旗下与皮肤科医生联系最为紧密的品牌，一直以来理肤泉的声誉都是通过皮肤学专家和消费者口口相传。凭借强大的专业背景，

严格的产品配方，舒适的使用感受，实事求是的测试验证，投诉人的“理肤泉”产品赢得了广大消费者的喜爱，建立起了值得信赖的品牌形象。

与此同时，为了不断提高自己的知名度和认可度，投诉人还积极赞助皮肤科学，推动美容皮肤学的发展。2001年11月6日，140余位上海的皮肤科医师与来自法国的皮肤科专家共同参加了“皮肤科学的辅助性治疗暨La Roche-Posay理肤泉中国上市会”，此次活动由欧莱雅公司活性健康化妆品与中华医学会上海皮肤病学会共同组织举办，旨在推广世界风行的“皮肤科辅助性治疗”这一新理念，同时宣告La Roche-Posay理肤泉，这个世界皮肤科医生首选，对各类常见皮肤病具有显著辅助疗效的品牌已正式登陆中国。2004年5月20日，投诉人及其母公司欧莱雅集团联合赞助了被誉为“医学奥运”的第九届国际皮肤科大会。该会议是迄今为止在中国举办的规模最大的皮肤科学学术会议。2005年6月7日，投诉人与中华医学会广州分会共同举办了“临床皮肤科学的辅助性治疗”学术研讨会。研讨会上，广州的权威皮肤专家就皮肤病治疗中辅助性治疗的重要性以及医学护肤品用于皮肤科辅助治疗的临床经验进行了深入的探讨。同年9月10日，为了推动皮肤美容在中国的发展，投诉人在上海成立理肤泉学院，为上海的皮肤科医生提供美容皮肤科学技术及新进展、美容心理学、护肤和化妆品等方面的科学研究、技术应用与继续教育等培训课程。

通过不懈的努力，“理肤泉”品牌获得了极高的知名度，并不断获得各种奖项。2005年5月31日，由全球挑选的15名资深美容编辑与欧洲知名皮肤科医生、实验室专家共同投票评比的Marie Claire美容至尊大奖在上海揭晓。Marie Claire美容至尊大奖一直有“美容界的奥斯卡奖”的美誉。在此次评比中，投诉人的“理肤泉”品牌荣获了Marie Claire评审团特别大奖。2005年11月15日，“理肤泉”痘痘清乳液以其卓越的安全性和有效性获得了专家评委团的高度认可，在消费者当中也有很高的口碑，因此荣获《时尚·COSMO》“2005年度最值得关注与潜力的美容单品”大奖。

综上，投诉人及其“理肤泉”商标在中国乃至世界范围内均享有极高的知名度。

(2) 被投诉人对已注册的“理肤泉.com”不享有任何权利和合法的利益关系。

A、被投诉人不享有“理肤泉”商标专用权。

B、投诉人从未授权或许可被投诉人使用“理肤泉”商标，也未将“理肤泉”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“理肤泉”商标。

C、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。

D、通过调查，被投诉人自抢注争议域名后，一直未实际使用。

综上，可以证明被投诉人对其注册的域名“理肤泉.com”不享有任何权利或合法利益。

(3) 被投诉人对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。“理肤泉”作为投诉人的世界知名商标，经过多年的经营及宣传和推广，已被世界范围内的广大消费者所熟知和热爱。在中国，投诉人通过设立全新概念店，积极赞助中国皮肤科学事业的发展，以及不断获得各种大奖，其“理肤泉”品牌和产品已为中国消费者广泛认知和喜爱。但是，被投诉人在明知“理肤泉”系投诉人知名商标的情况下，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。据了解，被投诉人在注册“理肤泉.com”域名后，并没有投入实际使用。“理肤泉.com”域名没有指向任何网页，而且显示无法找到有关网站的网页。而且，被投诉人是个自然人，其自身与“理肤泉”无任何关联。因此，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“理肤泉”足以使之与投诉人的商标“理肤泉”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。

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，已属于《统一域名争议解决政策》第4条(b)项之(ii)和(iii)所指的恶意注册情形，即“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”；“注册域名的主要目的是为了破坏竞争对手的正常业务者”。

投诉人请求专家组裁决将本案争议域名“理肤泉.com”转移给投诉人。

Respondent

被投诉人的答辩书

“理肤泉”三个普通中文字符首先让人联想到泉水，本人注册该域名的目的是自用，用于饮用水类产品的开发与推广。争议域名主体与投诉人的商标主体相同纯属巧合，本人是男性，从不用任何化妆品，家人和朋友也没有人使用这一品牌，对这一品牌也没有任何认识。但一家外国公司仅以一个普通的中文文字商标就想将对应的互联网中文域名资源全部据为己有实在让人觉得不可思议。

投诉人称，被投诉人注册的域名“理肤泉.com”中的主体部分“理肤泉”与投诉人的商标“理肤泉”在读音、外形、字母排序上完全相同。

被投诉人认为：

第一，依据何种标准判定被使用作为域名的文字是否会引起混淆呢？按普通商标与驰名商标两大类来分别确认。对于驰名商标而言，因为很容易引起联想，容易被人“搭便车”，所以其保护范围也就应较宽。而对于“理肤泉”这样的普通商标，因为其易混淆程度低，也不易被公众所混淆，因此当其商标权人本身并未注册其普通商标作域名时，应允许他人使用，以避免宝贵的信息资源的浪费。

第二，从客观上看，在被投诉人注册该域名的这段时间中，投诉方也并无证据证明有消费者因本注册行为产生了任何实际的混淆。并无证据证实注册域名与其商标的相同、相似性且足以导致消费者误认域名持有人就是商标权人的客观既存。

第三，被投诉人虽暂时没有使用域名，但准备将该域名用于饮用水相关产品开发及推广，与投诉人提供的商品和服务完全不同。消费者不会误以为两者有同样的来源或授权关系。

综上所述，本域名与投诉人持有的商标不具备相似性，更不会引起混淆。

投诉人称，投诉人对域名“理肤泉.com”或者其主要部分享有合法权益，被投诉的域名持有人对域名或者其主要部分不享有合法权益。

被投诉人认为：

第一，根据我国相关商标法律和域名注册规定，域名与商标、企业名称、商号等，并非一一对应关系。就拿商标来说，在不同类别的商品上，完全有可能出现多个同样的商标，并不违法。例如长城牌，大到汽车、小到墨水，都有注册商标，而且分别属于不同的主体。如果因为长城汽车提出异议，就把长城墨水注册的域名删除，显然会侵犯长城墨水的权利，因此会招至诉讼。本争议域名诉讼方是化妆品行业，而被投诉人拟进行的是饮用水行业，显然属于不同的主体，既不构成侵权行为也不构成混淆。从法律权利上来说，域名权也是重要权利之一，不应因商标权而被忽视，商标权保护并不能自然延伸到域名领域。切忌将商标权绝对化，否则殃及善意的域名注册人，助长反向域名侵夺行为。这种结果不仅违背了知识产权保护的初衷，而且也直接影响信息产业的发展。

第二，三个普通的中文字符“理肤泉”首先让人联想到的是泉水，而不是什么化妆产品，而泉水的第一功能当然是饮用。投诉人拥有的商标使用范围根本不包括饮用水，因此，投诉人因其在第3类产品上持有注册商标就指责被投诉人不拥有合法权益的说法根本不能成立。

第三，根据CNNIC发布的最新的互联网调查报告，我国域名注册数量远远超过网站数量，而相关网站与产品的开发推广都需要一个过程，因此，暂时不使用该域名无可厚非，投诉人以被投诉人没有使用该域名就断定投诉人不享有合法权益的说法不能成立。

第四，域名是在平等、公正的条件下注册的，被投诉人注册在先，所以对域名或者其主要部分享有合法权益。

第五，投诉人产品名称及公司名称中均没有“理肤泉”中文字样。被投诉人从投诉人网站随机下载几个产品图片，均为西文标识，并没有中文标识“理肤泉”，一家公司在自己的产品上不使用对应的注册中文文字商标只能让人理解为他们根本就不想使用这一商标，对不想使用的商标却希望占有对应的中文域名资源实在没有道理，因此，被投诉认为投诉人对“理肤泉.com”域名谈不上任何权益。

第六，被投诉人的行为并不违反《商标法》，该法中没有将抢注域名列侵犯商标专有权行为；被投诉人与投诉人不是同行，不存在竞争关系，因此不违反《反不正当竞争法》；域名与商标并非一个概念，所以投诉人不具有优先注册权。本人认为投诉人的投诉申请侵犯本人的在先权利。

综上所述，投诉人对争议域名主体部分不享有合法权益，而被投诉人由于注册在先享有合法权益。投诉人侵犯了本人的在先权利。

投诉人称，被投诉人对争议域名的注册具有恶意。

被投诉人认为：

第一，投诉人称其品牌是行业知名品牌，但投诉人并没有列出国家权威部门的可信的统计数据证明而只是罗列企业自身提供的一些老旧数据（2004年）。被投诉人也对身边10位白领女性朋友进行咨询，结果没有一人知道或者用过“理肤泉”产品，足见其是知名品牌的说法不可信。更重要的是投诉人的产品上也没有使用其所谓的中文商标，而投诉人的商标也不是驰名商标，因此其品牌知名度无从谈起，有谁会相信一个根本不在产品上注明的品牌会是什么知名品牌！投诉书中所列举的种种商业行为更是不足为信。因此，被投诉人认为其商标根本不具有知名度，根本不存在明知其知名而进行抢注的事实，注册行为不具有恶意。

第二，投诉人称被投诉人抢先注册投诉人的商标作为域名纯属是无稽之谈。被投诉人注意到，投诉人在2003年12月29日注册了“理肤泉”通用网址、2006年2月21日注册了“理肤泉.中国”域名，2006年6月又注册了其它相关域名，而本案“理肤泉.com”域名注册于2006年4月8日。在被投诉人注册前，投诉人应有足够时间注册其商标作为域名，但投诉人没有这样做，本人认为有理由相信投诉人根本不想注册，现在向仲裁机关投诉本域名的目的就只有一个：反向域名侵夺。投诉人不想注册的域名，不能阻止他人注册和使用，以免宝贵的互联网信息资源的浪费。因此，本注册行为没有任何恶意。

第三，投诉人认为被投诉人注册域名后没有使用而怀疑注册是恶意的。具有讽刺意味的是，投诉人自己注册的“理肤泉”通用网址与“理肤泉.中国”域名也没有投入使用，这又如何解释？

第四，本人注册该域名的目的是为了自用，并未谋求向投诉人或者其竞争对手或者其它任何人出售、出租或转让，以获取直接与该域名注册费用以外的额外收益。投诉人也没有证据证明这一点。

第五，被投诉人并未将投诉人享有合法权益的名称或者标志全部注册为自己的域名，以阻止他们以域名的形式在互联网上使用其享有合法权益的名称或者标志；投诉方已经有相关通用网址、理肤泉.中国等多个域名可以在网上使用。

第六，由于被投诉人暂时未将该域名投入使用，也没有在任何网站上利用该域名进行与投诉人提供的商品与服务类似、易混淆的任何活动，或在网站/网址上混淆互联网用户，以引诱他人访问注册人的网站或其它相关网站。投诉人也没有提供相关证据证明这一点。所以投诉人所称“注册争议域名的目的就是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”的说法完全不能成立。

第七，投诉方并无证据证明本人对该域名的注册破坏了其正常业务的进行，或者进行了非法的或非正当使用，更无合理证据证明本人的行为足以构成恶意。本人认为是投诉人恶意地利用《政策》中的有关规定以企图剥夺注册域名持有人持有的域名进行反向域名侵夺。

综上所述，本人对争议域名的注册和使用不具有恶意，投诉人对被投诉人的投诉纯属主观臆断，没有任何可信证据，不足为信。

被投诉人请求专家组驳回投诉人的投诉。

Findings

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》的约束。《统一域名争议解决政策》适用于本项行政程序。

《统一域名争议解决政策》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) 争议域名与投诉人拥有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性地相似；且
- (ii) 被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益；且
- (iii) 被投诉人对争议域名的注册和使用均为恶意。

Identical / Confusingly Similar

关于完全相同或混淆性相似

投诉人为LA ROCHE-POSAY LABORATOIRE PHARMACEUTIQUE（理肤泉医学研究所），于2001年在中国获得了“理肤泉”中文文字商标的商标注册。

被投诉人注册的争议域名为“理肤泉.com”，除去代表通用顶级域名“.com”的字符外，由中文文字“理肤泉”组成，与投诉人的注册商标“理肤泉”完全相同。

专家组认为，被投诉人的争议域名与投诉人的注册商标相同，已经没有必要讨论两者是否混淆性近似的问题。因此，投诉满足《统一域名争议解决政策》第4(a)(i)条规定的条件。

Rights and Legitimate Interests

关于被投诉人权利或合法利益

投诉人主张被投诉人对争议域名不享有任何合法权益，因为投诉人从未授权、许可被投诉人使用“理肤泉”商标，也未将“理肤泉”商标转让给被投诉人，投诉人和被投诉人之间也没有诸如委托、合作等任何联系。被投诉人没有否认或者反驳投诉人的上述主张。

根据《统一域名争议解决政策》作出的大量判例显示，一旦投诉人对被投诉人就争议域名不享有权利或者合法利益提供了初步的证据，举证责任就转移到被投诉人一方，由被投诉人反驳投诉人的主张并证明其享有权利或者合法利益（见Nicole Kidman v. John Zuccarini, d/b/a Cupcake Party, WIPO Case No. D2000-1415; Inter-Continental Hotels Corporation v. Khaled Ali Soussi, WIPO Case No. D2000-0252; Electronic Commerce Media Inc. v. Taos Mountain, NAF Case No. AF0008000095344）。

在本案中，专家组认为，投诉人已经就其所知所能提供了初步的证据，完成了《统一域名争议解决政策》第4(a)(ii)条所要求的举证责任，举证责任应当转移到被投诉人一方。

被投诉人在答辩书中主张，由于注册争议域名在先，因此对此享有合法权益。专家组认为，被投诉人的主张不能成立。根据《统一域名争议解决政策》作出的大量判例显示，单纯的域名注册不足以构成被投诉人对域名享有权利或者合法利益的证明（见National Football League Properties, Inc. and Chargers Football Company v. One Sex Entertainment Co., a/k/a chargergirls.net, WIPO Case No. D2000-0118）。

被投诉人还主张“‘理肤泉’三个普通中文字符首先让人联想到泉水，本人注册该域名的目的是自用，用于饮用水类产品的开发与推广”。但是《统一域名争议解决政策》作出的判例表明，被投诉人仅仅主张有一个在未来的商业活动中使用争议域名的计划，不足以构成第4(c)(i)条所述的抗辩理由（见Document Technologies, Inc. v. International Electronic Communications Inc., WIPO Case No. D2000-0270）。本案被投诉人虽然主张有将“理肤泉”用于饮用水开发与推广的计划，但是没有提供相应的证据，因此专家组对此主张不予采信。

被投诉人在答辩书中还用大量的篇幅主张“投诉人对争议域名主体部分不享有合法权益”。但是根据《统一域名争议解决政策》第4(a)(ii)条的规定，需要证明的对象是被投诉人对争议域名是否享有权利或合法利益。专家组认为，被投诉人的这些主张偏离了《统一域名争议解决政策》第4(a)(ii)条的要求，不足采信。

由于被投诉人未能举证证明其就争议域名“理肤泉.com”享有何种权利或者合法利益，未能完成《统一域名争议解决政策》所要求的举证责任，因此，专家组认为，投诉满足《统一域名争议解决政策》第4(a)(ii)条规定的条件。

Bad Faith

关于恶意

投诉人主张其“理肤泉”商标具有知名度，被投诉人注册并不使用争议域名的行为具有恶意。被投诉人对投诉人的主张一概予以否认和反驳。

专家组认为，投诉人提供的证据可以证明其注册商标“理肤泉”在中国市场上的使用、宣传和推广的情况。被投诉人关于投诉人“在自己的产品上不使用对应的注册中文文字商标”的主张不能成立。

被投诉人主张“争议域名主体与投诉人的商标主体相同纯属巧合”，“对这一品牌没有任何认识”。但是，被投诉人在答辩书中详细地叙述了投诉人注册其他域名、通用网址的时间及使用情况（“被投诉人注意到，投诉人在2003年12月29日注册了“理肤泉”通用网址、2006年2月21日注册了“理肤泉.中国”域名，2006年6月又注册了其它相关域名，而本案“理肤泉.com”域名注册于2006年4月8日”）。这表明被投诉人充分地了解和关注投诉人的“理肤泉”商标。

被投诉人在注册了争议域名之后，虽然至今没有实施使用或者出租、出售争议域名的行为，但是被动持有域名并不当然构成被投诉人不具有恶意的理由。投诉人的商标“理肤泉”由于在中国市场的使用和宣传已经为相关公众所知晓。被投诉人在答辩书中提到的“身边10位白领女性朋友”不构成判断投诉人商标知名度的公众标准。被投诉人无法证明其对争议域名享有权利或者合法利益，而且对投诉人商标的了解也欲盖弥彰。综合上述事实和相关的情节，专家组认为，被投诉人的恶意能够从被动持有投诉人商标的行为中得到推定（见Telstra Corporation Limited v. Nuclear Marshmallows, WIPO Case No. D2000-0003; Jupiters Limited v. Aaron Hall, WIPO Case No. D2000-0574）。

总之，专家组认为，投诉满足《统一域名争议解决政策》第4(a)(iii)条规定的条件。

反向域名侵夺

被投诉人在答辩意见中主张投诉人的行为构成了反向域名侵夺。根据《统一域名争议解决政策细则》第15(e)条

的规定，如果专家组发现投诉出于恶意，例如出于反向域名侵夺或者主要为骚扰被投诉人的目的，应当在裁决中认定投诉出于恶意和对程序的滥用。

在本案中，投诉人拥有合法注册的商标权，而被投诉人无法证明其就争议域名享有合法权益。因此，专家组认为，投诉人是确信自己的权利受到损害而提起的投诉，并未滥用程序，其行为不构成反向域名侵夺。

Status

www.理肤泉.com

Domain Name Transfer

Decision

综上所述，专家组认为，投诉符合《统一域名争议解决政策》第4(a)条规定的三个条件，即“争议域名与投诉人拥有权利的商品商标或服务商标混淆性地近似”，“被投诉人就争议域名不享有权利或合法权益”，以及“被投诉人出于恶意注册并使用争议域名”。

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细则》第15条的规定，专家组决定将争议域名“理肤泉.com”的注册转移给投诉人。

[Back](#)[Print](#)