

**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 0900300**

---

投 诉 人：精工爱普生株式会社  
被投诉人：zepson  
争议域名：zepson.com  
注 册 商：北京万网志成科技有限公司

---

### 1、案件程序

本案的投诉人是精工爱普生株式会社。

被投诉人是 zepson。

本案的争议域名是“zepson.com”。争议域名的注册商是北京万网志成科技有限公司。

亚洲域名争议解决中心北京秘书处（“中心北京秘书处”）于 2009 年 9 月 30 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》（《政策》）、《统一域名争议解决政策之规则》（《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》（《补充规则》）提交的投诉书，要求指定一位专家组成独任专家组，审理本案争议。

2009 年 10 月 9 日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知，确认已收到投诉书。

2009 年 10 月 9 日，中心北京秘书处以电子邮件向本案争议域名注册商传送注册信息确认函，请求提供争议域名的注册信息。同日，注册商回复确认，争议域名由其提供注册服务，被投诉人为争议域名注册人。

2009 年 11 月 2 日，中心北京秘书处以投诉转递通知向被投诉人转去投诉书。

2009 年 11 月 5 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，确认投诉书已经审查合格并送达被投诉人，本案程序于 2009 年 11 月 5 日正式开始。同日，中心北京秘书处向被投诉人发送程序开始通知，并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，中心北京秘书处以电子邮件向注册商传送程序开始通知。

截止至 2009 年 11 月 25 日，即程序规则规定的答辩期限，中心北京秘书处没有收

到被投诉人提交的答辩书。2009年11月28日，中心北京秘书处向投诉人和被投诉人发出缺席审理通知。

2010年1月5日，中心北京秘书处以电子邮件向候选专家郭寿康先生发送候选专家通知，请专家确认：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，候选专家表示同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2010年1月11日，中心北京秘书处以电子邮件向双方当事人以及上述拟定专家传送专家指定通知，确认指定郭寿康先生为本案专家，成立独任专家组审理本案。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。

根据《规则》的规定，专家组应于成立之日起14日内即2010年1月25日之前（含1月25日）就本案争议作出裁决。

## **2、基本事实**

### **投诉人：**

本案的投诉人为精工爱普生株式会社，为外国企业法人，公司注册地为日本国长野县盐尻市广丘原新田80。在本案中，投诉人委托北京林达刘知识产权代理事务所作为其代理人，参与域名争议解决程序。

### **被投诉人：**

本案被投诉人为zepson。被投诉人于2005年6月13日通过域名注册商北京万网志成科技有限公司注册了本案争议域名zepson.com。

## **3、当事人主张**

### **投诉人：**

精工爱普生株式会社（以下简称为“投诉人”）1942年创立于日本，是一家有着雄厚的技术实力的国际知名企业，主要生产打印机以及耗材、半导体、液晶显示器以及手表等产品。投诉人是全球高质量信息产品的领导者，致力于以优质、精细、节能的“EPSON”品牌产品来满足用户的需求。2003年投诉人年销售额已达到14,132亿日元，在全球拥有84,889名员工。

1984年投诉人开始在中国投资，先后成立了多家独资或合资子公司，在中国共有18家企业和研发机构，在中国雇员总数为32,897人。在华累计投资已达到57.6亿元人民币，在华建有全球最大规模的打印机及液晶显示器工厂。2003年，在中国生产总

值约人民币 274 亿元，实现销售额 76.7 亿元。此外，投诉人是中国市场上打印机产品的主要供应商，EPSON 打印机在市场上得到业内外和广大消费者的认可和推崇，并被各种权威专业媒体授予了大量奖项，且销量遥遥领先。

(1) “EPSON”是由投诉人独创的商标。

投诉人最早于 1975 年在日本注册了“EPSON”商标，并在全部 45 类商品和服务上注册，多年被日本特许厅认定为驰名商标。在中国，“EPSON”商标最早于 1989 年获得注册，目前已在第 7、9、10、11、14、16、17、21、26、38、40、42 类等多个国际商品和服务分类类别获得了“EPSON”商标的注册，并均处于注册有效期内。此外，投诉人还在美国、德国等多个国家多个类别注册了该商标。投诉人对“EPSON”商标在世界 273 个国家和地区进行过 1157 次（不同类别）注册。在所有 273 个国家和地区，“EPSON”商标在第 9 类都进行了注册。该类商品包括：线打印机，打印机，硒鼓，标卡阅读器，纸带阅读器，电报打空机，收银机和相关零部件。总之，投诉人及其商标“EPSON”的效力和知名度不容置疑。

投诉人是“EPSON”商标的注册人和所有人，在商业领域使用这一商标长达 33 年。经过多年的宣传和使用，“EPSON”品牌深受消费者的认知和喜爱。而且，2007 年，投诉人的“爱普生 EPSON”商标在中国正式被认定为驰名商标。

(2) 投诉人已在世界及中国注册了大量的“EPSON”系列域名

投诉人以“EPSON”为词根，在不同国家和地区还开设了不同的网站，如 www.epson.co.jp（日本）、www.epson.com（美国）、www.epson.com.hk（香港）、www.epson.com.tw（台湾）、www.epson.fr（法国）、www.epson.de（德国）等。投诉人注册了超过 70 多个含有“EPSON”的域名。

综上所述，“EPSON”是投诉人的注册商标，投诉人对“EPSON”享有无可争辩的在先权利。

投诉人据以提出本域名争议案的事实和法律理由如下：

(1) 被投诉的域名与投诉人的“EPSON”商标具有足以导致混淆的近似性。

众所周知，“EPSON”是投诉人拥有的世界知名商标，该商标的效力和知名度毋庸置疑。可以说，对于世界上大多数人来说，“EPSON”标志只属于投诉人及其产品。

“zepson.com”这个域名由“Z”与“EPSON”和构成，“EPSON”是投诉人的驰名商标及商号，“Z”只是一个字母，不具有显著识别性。这样的域名显然很容易被网络用户误认为与投诉人的产品或业务有关。因此，这一域名与投诉人的“EPSON”商标有易造成混淆的相似。这种对“EPSON”的使用行为，影响了商标的显著性，侵犯了投诉人的权利。

(2) 被投诉人对被投诉的域名不享有合法权益。

“EPSON”是由投诉人原创的商标和商号。投诉人在很多国家注册了“EPSON”商标。而且其公司名称中包括“EPSON”。毫无疑问，投诉人对“EPSON”享有在先合法权利。

被投诉人和投诉人之间毫无干系。在注册域名之前，被投诉人的活动与 EPSON 商标没有任何联系。投诉人从未授权被投诉人以任何形式使用“EPSON”。此外，被投诉人于 2005 年 6 月 13 日注册了本案争议域名，远远晚于投诉人注册商标和其商号的时间。

(3) 被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意。

投诉人的商号及商标“爱普生”世界驰名，“爱普生 EPSON”商标也于 2007 年 9 月在中国被认定为驰名商标，被投诉人的注册日期虽为 2005 年 6 月 13 日，但仍然远远晚于“爱普生 EPSON”商标的注册时间以及知名时间。

鉴于“EPSON”在中国具有极高的知名度，被投诉人在注册此域名时显然应已明知这个驰名商标的存在。被投诉人利用这个域名，建立了 www.zepson.com 这一网站，该网站显示为“上海福涑浩工艺品有限公司”的主页，网页内容是该公司的各种工艺品的介绍。这样的网站显然很容易让人误解投诉人也在从事工艺品制作、销售方面的业务。鉴于“EPSON”商标在中国的巨大知名度，投诉人有理由认为被投诉人故意混淆与投诉人的区别，误导公众以获取不正当利益。

而且投诉人发现该域名被抢注后，于 2009 年 8 月 14 日通过电子邮件的方式，就争议域名侵犯投诉人商号权、商标权一事向争议域名的被投诉人发出了警告，但至今为止没有收到任何答复。

根据以上事实，投诉人完全有理由认为该域名注册行为是恶意的。

基于上述理由，投诉人请求本案专家组裁决：争议域名“zepson.com”应当被转移给投诉人。

**被投诉人：**

被投诉人在规定的期限内没有提交答辩意见。

#### **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。

### 关于完全相同或混淆性相似

投诉人称，投诉人 1942 年成立于日本。2003 年投诉人的年销售量已达到 14,132 亿日元，在全球拥有 84,889 名员工。自 1984 年起，投诉人就开始在中国投资成立了多家独资和合资子公司，设立了 18 家企业和研发机构。累计投资已达到 57.6 亿元人民币，拥有雇员总数为 32,897 人。2003 年，在中国生产总值约 274 亿元人民币，实现销售额 76.7 亿元人民币。多年来，投诉人在中国市场上有很大影响，为业内人士所熟知。

投诉人在 1975 年即在日本注册了“EPSON”商标，在全部 45 类商品和服务上都进行了注册。并多年被日本特许厅认定为驰名商标。在中国，“EPSON”商标最早于 1989 年获得注册，目前注册范围包括第 7、9、10、11、14、16、17、21、26、38、40、42 类等多个国际商品和服务分类类别，并均处于注册有效期内。此外，投诉人还在世界上 200 多个国家进行了 1157 次（不同类别）的“EPSON”商标注册。“EPSON”商标在中国和世界上都有很高的知名度。投诉人提交了部分商标注册证复印件，据此专家组认定，投诉人对“EPSON”商标享有合法的商标专用权。

争议域名“zepson.com”的识别部分是由“z”和“epson”两部分组成，后一部分与投诉人的商标相同，“z”是一个单线字母，无任何实质含义。将“z”与“epson”放在一起使用（zepson），就很容易使公众认为被投诉域名与“EPSON”商标具有密切联系。另外，“zepson”与“epson”在发音上也很近似。因而，专家组认定，争议域名“zepson”与投诉人享有合法商标权的“Epson”商标存在混淆性相似。投诉符合《政策》第 4 条（a）（i）的规定。

### 关于被投诉人权利或合法利益

被投诉人与投诉人之间并无任何关系，也无任何联系。投诉人从未授权被投诉人使用“EPSON”商标或将之作为注册域名的识别部分。另外，2009 年 8 月 14 日，投诉人曾向被投诉人发出电子邮件，就争议域名侵犯投诉人商标权提出过警告，但是投诉人并未收到任何答复。被投诉人在接到投诉书后，在规定期限内也未进行答辩。因此，专家组认定，投诉符合《政策》第 4 条（a）（ii）的规定。

### 关于恶意

“EPSON”在中国和国际都具有很高的知名度，也具有很强的显著性。2007年9月“EPSON”商标在中国被认定为“驰名商标”，如果被投诉人注册争议域名并非出于有意模仿，不会出现偶然与之重合的可能。

此外，被投诉人还利用争议域名建立 www.zepson.com 网站，其中显示为“上海福涑浩工艺品有限公司”的主页，网页其内容为该公司各种工艺品的介绍。2009年8月14日投诉人向被投诉人发出的警告中指出：“我们有理由认为您故意混淆与精工爱普生的区别，误导公众以获取不当利益，毋庸置疑，您的域名注册是恶意的”。投诉人在投诉书中也表达了同样的主张。但是，对投诉人的警告和投诉，被投诉人未作任何答复。可以认为被投诉人对投诉人的主张已经默认或不持异议。

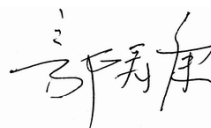
根据上述情况，专家组认定，被投诉人注册争议域名，是有意与投诉人的“EPSON”商标相混淆，以乘便图利，显属恶意。投诉符合《政策》第4条(a)(iii)规定的要求。

综上所述，投诉符合《政策》第4条(a)款规定的全部三项要求。

## 5、裁决

根据前述分析，本投诉同时符合《政策》第4条(a)款规定的全部三项要求。因而，专家组裁决：争议域名“zepson”应当转移给投诉人精工爱普生株式会社。

独任专家：



-----  
(签字)

二〇一〇年一月二十五日