



中国国际经济贸易仲裁委员会
域名争议解决中心

裁 决 书

[案件编号: CND200900093]

投诉人: S.TOUS,S.L.

地 址: Carretera de Vic, 175, E-08243 MANRESA (Barcelona),
Spain

代理人: 北京如阳知识产权代理有限公司 裴奕、唐红兵

被投诉人: 北京裕春营销咨询有限公司

地 址: 中国北京市朝阳区松榆北里 2 号兆佳写字楼 505 室

争议域名: toustouch.com.cn、toustouch.cn

注册机构: 北京万网志成科技有限公司

二〇〇九年七月二十一日

北 京

裁 决 书

(2009)中国贸仲域裁字第 0121 号

中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心(下称域名争议解决中心)根据中国互联网络信息中心(CNNIC)2006年3月17日发布实施的《中国互联网络信息中心域名争议解决办法》(下称解决办法)、2007年10月8日生效实施的《中国互联网络信息中心域名争议解决程序规则》(下称程序规则)以及中国国际经济贸易仲裁委员会《关于〈中国互联网络信息中心域名争议解决办法〉补充规则》(下称补充规则)的规定以及投诉人 S.TOUS,S.L.于2009年4月5日针对域名“toustouch.com.cn”和“toustouch.cn”以北京裕春营销咨询有限公司为被投诉人向域名争议解决中心提交的投诉书,受理了有关“toustouch.com.cn”和“toustouch.cn”域名争议案。案件编号 CND200900093。

现本案已审理终结。本案专家组根据解决办法、程序规则和补充规则的规定作出本裁决。现将本案案件程序、基本事实、当事人主张、专家组意见和裁决分述如下:

一、案件程序

2009年4月5日,域名争议解决中心收到投诉人提交的投诉书。

2009年4月7日,域名争议解决中心向投诉人发出投诉书接收确认函,确认收到投诉人的投诉书,并向 CNNIC 和域名注册服务机构北京万网志成科技有限公司传送信息确认函,请求提供其 WHOIS 数据库中有关本案争议域名的相关信息。

2009年4月9日,域名注册服务机构北京万网志成科技有限公司回复域名争议解决中心,确认本案争议域名由其提供注册服务以及本案争议域名的相关注册信息。

2009年5月14日,域名争议解决中心向被投诉人转发电子文本投诉书。

2009年5月19日,域名争议解决中心向投诉人传送投诉书确认及送达通知,确认收到的投诉书经审查合格并送达被投诉人,本案程序于当日正式开始。同日,域名争议解决中心向被投诉人以及注册服务机构北京万网志成科技有限公司传送程序开始通知。

域名争议解决中心未在规定期限内收到被投诉人提交的答辩书及相关证据材料。2009年6月16日,域名争议解决中心向双方当事人发送了缺席审理通知。

由于投诉人选择由三人专家组审理本案,而被投诉人未就此发表意见,根据程序规则和补充规则,本案由域名争议解决中心除需指定一名专家为首席专家外,还须代被投诉人指定一名专家,成立三人专家组审理本案。域名争议解决中心于2009年6月25日通过电子邮件向拟指定的专家郭禾、马来客和朱月芳传送列为候选专家通知,请该三专家确认: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。在收到该三专家同意接受指定,并保证在案件审理中保持独立性和公正性的回复后,域名争议解决中心于2009年7月7日,以电子邮件向投诉人、被投诉人及上述拟定专家发送专家指定通知,指定郭禾先生、马来客先生和朱月芳女士三位专家成立三人专家组,审理本案,并于同日将案件移交专家组。

根据程序规则,专家组应于成立之日起14日内即2009年7月21日前(含7月21日)作出裁决。

二、基本事实

(一) 关于投诉人

本案投诉人 S.TOUS,S.L.为西班牙法人,地址为 Carretera de Vic, 175, E-08243 MANRESA (Barcelona), Spain。其代理人为北京如阳知识产权代理有限公司裴奕和唐红兵。

（二）关于被投诉人

本案被投诉人北京裕春营销咨询有限公司，地址为北京市朝阳区松榆北里2号兆佳写字楼505室。被投诉人于2007年的5月8通过域名注册服务机构申请注册了本案争议域名“toustouch.com.cn”和“toustouch.cn”。

三、当事人主张

（一）投诉人诉称：

1、投诉人对 TOUS 和 TOUS TOUCH 文字享有在先民事权益。

（1）投诉人对 TOUS 文字享有在先的商标权和商号权。

投诉人是 TOUS 商标所有人，在世界范围内拥有三百余件 TOUS 商标注册。

在中国，投诉人就 TOUS 商标拥有第 G682707 号和第 G737052 号国际注册，注册日分别为 1998 年 11 月 18 日和 2000 年 7 月 6 日。涉及香水、太阳镜、珠宝、皮革制品、箱包、女用阳伞、服装、鞋、围巾、腰带等多类商品。因此，投诉人拥有对 TOUS 文字的商标权。

中国与投诉人国籍国西班牙同为《巴黎公约》成员国，依据《公约》第八条规，TOUS 文字作为投诉人的商号，在中国受到相应保护。因此，投诉人对 TOUS 文字享有商号权。

（2）投诉人的 TOUS 商标/商号是世界知名时尚品牌。

投诉人的历史可追溯于 1920 年西班牙的 Manresa 城的一家钟表制造作坊。现在，投诉人的产品已经覆盖了珠宝、服饰、钟表、香水等众多领域，产品行销世界多个国家，在 40 多个国家设立了 300 多家专卖店。

投诉人除了在电视、报刊和店内宣传海报上刊登广告外，还积极参加各知名国际展会，并通过开通网站的方式来宣传和推广 TOUS

品牌和商品。

在欧洲、美国、南美洲乃至亚洲，TOUS 早已是公众熟知的时尚品牌。

在中国，投诉人继 2006 年 9 月 13 日在上海南京西路 1141 号开设的第一家专卖店后，目前已在上海设立 4 家、天津设立 1 家、北京设立 2 家专卖店。另外，投诉人还在北京、上海、济南、杭州、武汉、重庆、广州等大中城市的商场开设了数十家专柜。TOUS 品牌在中国同样享有相当高的知名度。

(3) 投诉人对 TOUS TOUCH 文字享有在先权利。

继 2002 年推出第一款 TOUS 香水产品后，投诉人于 2006 年推出了以 TOUS 商标为主体识别部分的 TOUCH 系列的香水，名为 TOUS TOUCH。

投诉人已于 2006 年 10 月 9 日将 TOUS TOUCH 作为商标在欧共体各成员国注册。

投诉人在推出 TOUS TOUCH 产品之前便已展开大规模的宣传。无论在 TOUS 的宣传手册、杂志、网站、其他网络、媒体，还是在销售 TOUS 香水的专柜，均可以看到以 TOUS TOUCH 为主题的广告。投诉人的 TOUS 商标和图形化的 TOUCH 文字以及投诉人的标志性的 TOUS 熊图形往往同时出现在产品、产品包装和广告中。

TOUS TOUCH 香水在全球上市的同时，亦进入中国市场。在中国，各 TOUS 专卖店和专柜，TOUS TOUCH 香水及广告都出现在显著位置。

在中国，早在 TOUS TOUCH 香水上市之前，新浪、搜狐等知名网站，以及瑞丽、精品购物指南等时尚杂志就对 TOUS TOUCH 香水产品进行了重点推介。

2008 年 4 月 24 日，在 GOOGLE 上就能搜索到 47300 条与 TOUS TOUCH 有关的中文网页。2009 年 4 月 5 日，在 GOOGLE 上可搜

索到 2510000 条 TOUS TOUCH 有关的网页信息。而上述搜索结果都无一例外地指向本案投诉人。

在网络广告中,相当一部分中文网页的发表时间在争议域名注册日期之前。这些材料都证明了投诉人的 TOUS TOUCH 商品早在争议域名注册前就已在国内市场上市,并赢得了良好商誉和广泛知名度的事实。

经过投诉人的宣传和推广, TOUS TOUCH 香水上市伊始就吸引了消费者和业内人士的关注,成为 2007 年度热门香水,并一直在中国消费者中保持着相当高的知名度。

上述事实证明,在争议域名注册之前,投诉人的 TOUS TOUCH 产品在国内市场上获得了相当的知名度和美誉度,并与投诉人之间建立了一一对应的关系,已经成为具有民事法律意义上“知名商品”。投诉人对该文字享有知名商品的特有名称权。

2、被投诉人对 TOUS 和 TOUS TOUCH 文字不享有任何权利,争议域名“toustouch.com.cn”和“toustouch.cn”与投诉人的 TOUS 商标和商号以及知名商品名称 TOUS TOUCH 构成混淆性近似。

(1)被投诉人对 TOUS 和 TOUS TOUCH 文字不享有任何合法权益。

(2)争议域名的有效部分为文字 TOUS TOUCH。

TOUS 是投诉人的商标及商号,该文字作为指向投诉人的商业标识,具有显著识别性、在世界范围(含中国)享有高知名度。上述事实已被世界知识产权组织、中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心、亚洲域名争议解决中心等机构在处理与 TOUS 文字相关的域名争议中予以认定。

就 TOUS TOUCH 文字而言,如前所述,投诉人于 2006 年 10 月 9 日将该文字作为商标在欧共体注册,并将其作为商品特有名称使用在香水等产品上,于 2006 年底开始在各国(包括中国境内)宣传并销售,之后仅几个月的时间,TOUS TOUCH 香水在中国已经获得

了相应的知名度和美誉度，成为了“在中国境内具有一定的市场知名度，为相关公众所知悉、并能够区别商品来源的显著特征的商品的名称”，即“知名商品的特有名称”。

(3) 争议域名的有效部分包含投诉人知名的商标和商号，同时与投诉人特有的知名商品名称相同。因此，争议域名与投诉人在先民事权益构成混淆性近似。在投诉人在中国早于争议域名的注册之前已开设实体店和专柜，并宣传和销售 TOUS TOUCH 产品的情况下，争议域名对消费者会更具误导性。

3、被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

(1) 网站是经营者发布信息、介绍服务和产品的重要平台，也是投诉人与客户、相关公众沟通的重要桥梁。事实上，被投诉人曾将争议域名作为连接其旗下的富视传媒的网站接口进行过短期的使用，在网站业务简介部分的显著位置上标示着“域名交易咨询联系 010 67300427 vip@bjrsm.com”的字样（该联系方式与被投诉人的联系方式完全一致），意图对争议域名进行交易。同时，在网站首页，被投诉人网站链接www.bjrsm.com亦出现在首要位置，点击即可进入该网站主页。

目前，争议域名已因某种原因停止使用。

由于网络域名具有的唯一性的技术特点，无论从被投诉人构建网站在短期内使用争议域名、还是从其最终放弃对争议域名的使用来看，被投诉人对争议域名的注册必然阻止投诉人注册和使用争议域名，从而阻止投诉人利用这一域名开展网上宣传和业务，这就对投诉人行使正当权利构成妨害，并可能由此给投诉人及其品牌带来不良影响和损失。而被投诉人曾通过对争议域名搭构网站企图对争议域名进行交易的行为，证明了其并非出于善意使用的目的而注册本案争议域名的本质。

(2) 还需指出的是，被投诉人曾抢注过包含投诉人 TOUS 商标/商号的“tousshop.com.cn”和“tousshop.cn”域名，并企图高价

出售给投诉人。同时，与被投诉人具有密切关系的个人 zm chen 曾抢注过包含投诉人 TOUS 商标/商号的“tousshop.com”域名。前述域名均已通过域名仲裁程序转移给投诉人。

被投诉人不断抢注包含投诉人民事权益的文字作为域名的事实说明其非常熟悉投诉人及商品。所以，被投诉人在 tous touch 商品在中国上市并取得良好销售业绩后便将该文字抢注为域名并非“巧合”。

被投诉人明知投诉人对 tous 品牌和 tous touch 商品的权益，却使用 TOUS TOUCH 文字作为域名注册，主观恶意十分明显。

(3) 同时，被投诉人对争议域名的注册行为说明其并未履行其依据《域名注册暂行管理办法》第十九条第三款之规定作出的“选定域名的注册不侵害任何第三方的利益”和“此域名的注册不是为了任何非法目的”的保证。

(4) 另外，除本案争议域名和前述经过域名仲裁裁定转移给投诉人的“tousshop.com.cn”、“tousshop.cn”和“tousshop.com”等域名外，被投诉人还因抢注带有他人民事权益的文字的域名被权利人投诉的先例。如被其抢注的“budlight.com.cn”以及“eatons.com.cn”和“eatons.cn”等域名，均已通过域名仲裁程序转移给各权利人。

可见，被投诉人有将他人享有权利的文字注册为域名的一贯恶意。被投诉人多次因其域名抢注行为被相关权利人投诉之事实证明，其行为已构成解决办法第九条规定的恶意注册和使用域名的情形，不应受到保护。

(5) 综上所述，被投诉的域名有效部分使用包含投诉人商标/商号、并且与投诉人知名商品名称相同。而事实证明，被投诉人并非 TOUS 和 TOUS TOUCH 文字的合法持有人，同时，其对争议域名的注册存在恶意，本案完全符合解决办法第八条所规定的要件，投诉人的主张理应得到支持。据此，投诉人请求专家组裁决争议域名“toustouch.com.cn”和“toustouch.cn”应转移给投诉人

S.TOUS,S.L.。

(二) 被投诉人辩称:

在本案审理过程中, 被投诉人未提出任何主张及相关证据。

四、专家组意见

专家组依据解决办法、程序规则及补充规则对本域名争议进行审理裁决。

根据解决办法第八条的规定, 符合下列条件的投诉, 应该得到专家组的支持:

(一) 被投诉的域名与投诉人享有民事权益的名称或者标志相同, 或者具有足以导致混淆的近似性;

(二) 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;

(三) 被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意。

投诉人应当证明以上各项条件同时具备。

解决办法第九条规定, 被投诉的域名持有人具有下列情形之一的, 其行为构成恶意注册或者使用域名:

(一) 注册或者受让域名是为了向作为民事权益所有人的投诉人或其竞争对手出售、出租或者以其他方式转让该域名, 以获取不正当利益;

(二) 多次将他人享有合法权益的名称或者标志注册为自己的域名, 以阻止他人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;

(三) 注册或者受让域名是为了损害投诉人的声誉, 破坏投诉人正常的业务活动, 或者混淆与投诉人之间的区别, 误导公众;

（四）其他恶意的情形。

根据本案当事人提交的投诉书及其所附证据材料，本案专家组意见如下：

（一）关于完全相同或混淆性相似

投诉人向域名争议解决中心提交了由国家工商行政管理总局商标局颁发的商标注册证明复印件，其中记载：“兹证明，S.TOUS, S.L.在 14 类商品上使用的 TOUS 商标，已在我局注册。注册号为 G682707。有效期自 2007 年 10 月 13 日至 2017 年 10 月 13 日”。从该证据中显示的信息不能反映投诉人在投诉书中所称，该商标注册时间为 1998 年 11 月 18 日。投诉人亦未提交其他证据证明其主张；专家组在审理中也未见有其他证据对投诉人所称事实加以证明。加之该证据所显示的时间为 2007 年 10 月 13 日后的商标状态，该时间晚于本案争议域名的注册时间。故该证据不能证明投诉人所欲证明的事实。专家组对该证据不予考虑。

投诉人向域名争议解决中心提交了由国家工商行政管理总局商标局颁发的商标注册证明复印件，其中记载：“兹证明，S.TOUS, S.L.在 3 类商品上使用的 TOUS 商标，已在我局注册。注册号为 G737052。有效期自 2000 年 7 月 6 日至 2010 年 7 月 6 日”。

投诉人向域名争议解决中心提交了由国家工商行政管理总局商标局颁发的商标注册证明复印件，其中记载：“兹证明，S.TOUS, S.L.在 9 类商品上使用的 TOUS 商标，已在我局注册。注册号为 G737052。有效期自 2000 年 7 月 6 日至 2010 年 7 月 6 日”。

投诉人向域名争议解决中心提交了由国家工商行政管理总局商标局颁发的商标注册证明复印件，其中记载：“兹证明，S.TOUS, S.L.在 18 类商品上使用的 TOUS 商标，已在我局注册。注册号为 G737052。有效期自 2000 年 7 月 6 日至 2010 年 7 月 6 日”。

投诉人向域名争议解决中心提交了由国家工商行政管理总局商标局颁发的商标注册证明复印件，其中记载：“兹证明，S.TOUS, S.

L.在 25 类商品上使用的 TOUS 商标，已在我局注册。注册号为 G737052。有效期自 2000 年 7 月 6 日至 2010 年 7 月 6 日”。

对于投诉人提交的上述证据，被投诉人未发表任何意见，故专家组推定其为真实的。根据前述证据和商标法相关规定，专家组认定投诉人对于 TOUS 商标在商标局核准的商品范围内享有注册商标专用权。

投诉人还向域名争议解决中心提交了投诉人就“TOUS”商标在世界各国和地区注册的商标注册证复印件及其译文。其中注册的类别有第 3、9、14、18、25 类以及第 6、10、35、42 类等；注册的国家或地区有：香港、台湾、美国、澳大利亚、马来西亚、墨西哥、沙特阿拉伯、加拿大、开曼群岛、哥伦比亚、哥斯达黎加、智利、古巴、多米尼加、厄瓜多尔、危地马拉、洪都拉斯、印度尼西亚、以色列、牙买加、约旦、科威特、黎巴嫩、阿曼、巴拿马、秘鲁、菲律宾、卡塔尔、圣基茨和尼维斯、沙尔瓦多、西班牙、特克斯和凯科斯群岛、土耳其、英国、委内瑞拉、乌拉圭、阿联酋、安道尔、阿根廷、阿鲁巴、玻利维亚、巴西、文莱、巴林、百慕大、欧共体、马德里协定和马德里议定书（指定国包括：奥地利、荷比卢、波黑、保加利亚、不丹、白俄罗斯、瑞士、中国、捷克、德国、埃及、法国、克罗地亚、匈牙利、意大利、韩国、哈萨克斯坦、列支敦士登、摩纳哥、波兰、葡萄牙、罗马尼亚、俄罗斯、斯洛伐克、斯洛文尼亚、圣马力诺、乌克兰、越南、安提瓜和巴布达、荷属安第斯、冰岛、挪威、新加坡）等国家和地区。

投诉人向域名争议解决中心提交了“TOUS TOUCH”商标在欧共体注册的商标注册证复印件。其注册时间是 2006 年 10 月 9 日，注册在第 3 类商品上，有效期至 2015 年 11 月 22 日。

投诉人向域名争议解决中心提交了其英文网站 www.tous.es 部分内容的打印件，其中包括有关“TOUS”商标的宣传、投诉人发展历史回顾、与投诉人相关的新闻、商业推广信息、根据不同国家和地区语言编制的广告专栏等。

专家组认为，这些证据在一定程度上反映了投诉人品牌在相关国家和地区对其商标进行了注册、宣传和使用的情况，这对于判断“TOUS”相关商标的知名度有一定参考价值。但专家组同时认为，尚不能仅据此直接判断“TOUS”相关商标在中国内地的影响力。

投诉人还向域名争议解决中心提交了有关中文网站和报刊对“TOUS”商标和产品的报道、宣传以及投诉人的广告材料。其中包括《新闻晚报》2005年5月18日《装饰主义，2005金饰设计三大主题》中提及“tous熊”；新浪网摩登上海网站2006年9月12日报道《TOUS品牌登陆中国，首家专卖店即将在沪开业》；“How好”2006年9月28日报道《TOUS风靡全球定情中国》；慧聪网2006年9月27日报道《西班牙珠宝饰物 TOUS 品牌登陆中国》；中国旅游网2005年8月17日报道《狂欢奔牛节，痛并快乐着》，其中记载了有关 TOUS 品牌的商品信息；易铺网2006年9月25日报道《西班牙珠宝品牌 TOUS 登陆中国，首家专卖店上海开业》；中国时尚品牌网2007年6月8日报道《西班牙贵族品牌 TOUS 上海“梅开二度”》；搜房网2007年6月11日报道《风靡世界的 TOUS 商号百联世贸国际广场“梅开二度”》等。此外还有，华南商业网、泛商网、太平洋女性网、中国轻工业信息网、商业资源联盟、中国珠宝网、国际首饰&国际首饰配件网、搜狐网、Luxee.com、上海热线、NEEU 奢侈品网站、中国经济网、中国饰品时尚网、大中华别墅网、时尚前线、中国服装时尚网、铂金会奢侈品门户网、津报网、Ystyle.cn、湖南在线新闻网、女性风尚网、花果山网站等均对 TOUS 的相关消息作了报道。

投诉人提交了其在世界各国就 TOUS 商标所做的广告复印件，其中包括：1999年12月9日、2002年11月28日、2003年12月在日本相关媒体上发布的广告；2003年10月、2005年4/5月分别在一些西文杂志上发布有关 TOUS 产品的广告。在提交的国外广告材料中，大部分无法辨别其发表时间，一些能辨认发表时间的如 Figaro Girl 韩文杂志上发布的广告均在本案争议域名注册之后，故专家组对于这类广告均不予认定。

投诉人提交了其在中国媒体上所发布的广告复印件，其中包括 2006 年 10 月在《瑞丽》杂志、2006 年 9 月在《ELLE 世界时装之苑》杂志、2006 年 7 月在《芭莎》杂志、2007 年 2 月 9 日和 16 日在《新闻晨报》等。投诉人还提交了中国民航报、北方网、南方报业、中国商业地产网、《大都市》杂志、《北京舒适》等大量关于 TOUS 的报道和广告，但因其时间均在本案争议域名注册之后，或者根本无法辨认其发表时间，故专家组对这些证据不予采信。

投诉人向域名争议解决中心提交了其在中国内地开设的专卖店照片，其中包括北京东方新天地店、北京太平洋百货盈科店、上海南京西路店、上海百联世贸国际广场店上海友谊商场店、上海东方商厦店、天津米莱欧百货商场店、第一八佰伴店。此外，投诉人还提交了 TOUS 专柜的照片，其中包括北京东方新天地商场、北京君太百货商场、北京 Miszukoshi2 层、北京中友百货 3 层、北京新世界商场 2 期、北京当代商场、北京燕莎商城、北京西环广场、北京银座商厦、北京百盛购物中心、天津远东百货商场、济南银座大厦、武汉大洋百货商场、武汉新世界武昌店、武汉新世界中心、上海巴黎春天浦东店、上海巴黎春天五角店、上海巴黎春天新宁店、上海港汇广场、上海新世界商厦、上海东方商厦杨浦店、南京东方商厦。鉴于投诉人在提交这些证据时未就这些专卖店或专柜的开设时间作任何说明，故除了有其他证据可以证明其开设时间早于本案争议域名注册时间的以外，多数照片不能证明投诉人主张的事实。

投诉人向域名争议解决中心提交了 2008 年 4 月 24 日和 2009 年 4 月 5 日在 Google 上，以及 2009 年 4 月 5 日通过百度、搜狗等搜索引擎上搜索“TOUS TOUCH”的结果清单。在搜索得到的 200 余万中文结果中其内容均指向本案投诉人。然而，由于搜索时间晚于本案争议域名注册时间，故该证据仍然不能直接证明投诉人的“TOUS TOUCH”商标在本案争议域名早在本案争议域名注册之前就已经在中国内地拥有知名度。尽管如此，专家组注意到在检索结果中仍有不少是本案争议域名注册之前的消息。故这些证据对于证明投诉人的主张仍然有一定的意义。

投诉人向域名争议解决中心提交了包括其自己官方网站在内的诸多介绍“TOUS TOUCH”商标的网站打印件。其中在本案争议域名注册之前就已经介绍“TOUS TOUCH”商标的中文网站有：搜店中国网、展现网、中国美容网、中华服装网、北京大学生网、中国服装网、上海热线、搜狐网、绍兴网、CRI on Line、钱塘在线、名品导购、中国日语网、新浪网、读书时代、北方网、腾讯网、大中华别墅网、国际价格信息网、宁海新闻网、丽水政府门户网、精品购物指南精品网、品搜网、中华微电机网、YOKA 时尚等。

投诉人还提交了若干在 2007 年 5 月 8 日之后介绍“TOUS TOUCH”商标的中文网页复印件。鉴于这些证据均不能证明在本案争议域名注册前“TOUS TOUCH”商标在中国内地的知名度，故专家组对这些证据不做评论。

投诉人提交了“TOUS TOUCH”香水产品及销售专柜照片。香水产品照片中除一张产品介绍的照片上标有 2006 字样，其余均无日期。故专家组无从知晓这些产品曾在何时在何地销售。“TOUS TOUCH”产品销售专柜照片包括：北京城乡贸易中心、天津百盛购物中心、西安银座商场、重庆 KRSD、青岛佳世客商场、杭州大厦、杭州解百市场、无锡新世界百货商场。这其中除杭州大厦照片表明 2007 年 10 月 19 日外，其余照片未显示何时拍摄。专家组认为，这些照片不能直接证明投诉人的主张。

然而，综合前述投诉人提交的有效证据，仍然可以推知投诉人对于以“TOUS”为核心的相关标志在本案争议域名注册之前已经在中国具有一定的知名度，投诉人对以“TOUS”为核心的相关标志拥有受我国法律保护的合法权益。

而本案争议域名“toustouch.com.cn”和“toustouch.com.cn”无疑是以其三级域名“toustouch”为核心的。该三级域名与前述投诉人享有注册商标专用权的文字“TOUS”在组成上存在联系；更为重要的是投诉人以“TOUS”为核心、将“TOUS TOUCH”作为商标已经在相关商品上使用，尤其在香水等商品上已经在中国内地有一

定知名度。因此，“TOUS TOUCH”在中国已经可以作为未注册商标或者商品特有名称看待。鉴于该标志在消费者中已经具备一定知名度，而本案争议域名中的核心部分与之完全相同，故专家组认为本案的案情满足解决办法第八条第一款所规定的条件。

（二）关于被投诉人权利或合法权益

被投诉人未向域名争议解决中心提交任何证明其对本案争议域名的核心部分享有合法权益的材料，仅在其提交的答辩书中称其对本案争议域名享有权利。鉴于被投诉人注册本案争议域名的事实正是引发本案争议的原因，故被投诉人的这一主张不能证明其对本案争议域名享有合法权益。

本案在案的全部证据均未显示被投诉人对本案争议域名及相关标志享有合法权益。故专家组认定，被投诉人就争议域名主体部分不享有合法权益。

（三）关于恶意

投诉人为证明被投诉人具有恶意向域名争议解决中心提交了（2008）京长安内经证字第 3177 号《公证书》。该公证书记载了 2008 年 4 月 28 日以本案争议域名之一“toustouch.com.cn”为网址的网站内容。在该网站业务简介栏目中，有“Domain Name Business 域名交易咨询联系 010-67300427 vip@bjrsm.com”字样。点击“品牌策划，帮助客户品牌成功 Rich Spring 北京裕春营销咨询有限公司”页面下方有“版权所有 2006 北京裕春营销咨询有限公司”字样。点击“联系我们”，页面内容有“联系人：严小姐，联系地址北京市朝阳区松榆北路 2 号兆丰写字楼 505 室... 电子邮件：vip@bjrsm.com”。

投诉人向域名争议解决中心提交了（2008）京长安内经证字第 3178 号《公证书》。该公证书记载了 2008 年 4 月 28 日以本案争议域名之一“toustouch.cn”为网址的网站内容。在该网站业务简介栏目中，有“Domain Name Business 域名交易咨询联系

010-67300427 vip@bjrsm.com”字样。点击“品牌策划，帮助客户品牌成功 Rich Spring 北京裕春营销咨询有限公司”页面下方有“版权所有 2006 北京裕春营销咨询有限公司”字样。点击“联系我们”，页面内容有“联系人：严小姐，联系地址北京市朝阳区松榆北路2号兆丰写字楼505室……电子邮件：vip@bjrsm.com”。

以上两份公证书证明，该网站的所有人就是本案被投诉人，其联系的地址或电子邮件地址，均与前述被投诉人在注册服务机构注册本案争议域名时提交的信息完全一致。此外被投诉人在将本案争议域名直接解析到其自己网站的同时，还在从事域名交易。

投诉人向域名争议解决中心提交了（2007）中国贸仲域裁字第0177号（CND2007000125）《裁决书》。该域名争议案的投诉人和被投诉人均与本案相同。被投诉人注册的域名为“tousshop.com.cn”和“tousshop.cn”。该案专家组裁定将争议域名转移给投诉人。该案说明被投诉人对于投诉人的品牌非常了解，不仅注册了本案争议域名，还将投诉人的其他品牌也注册为域名。与此同时，该裁决书中还记录了被投诉人一直有销售域名的意思表示。

投诉人向域名争议解决中心提交了香港国际仲裁中心DCN-0600089号行政专家组裁决书。该证据反映本案被投诉人北京裕春营销咨询有限公司曾因注册了“budlight.com.cn”域名而被安海斯-布希公司投诉，最终被裁定将域名转移给安海斯-布希公司。

投诉人还提交了域名争议解决中心第200800026号（CND2007000195）裁决书。该案被投诉人裕能动力商贸（北京）有限公司因注册“eatons.com.cn”和“eatons.cn”二域名而被EATON公司投诉。本案专家组审查后认为，没有证据证明本案投诉人在其投诉书中所称的本案被投诉人曾抢注该二域名。故对投诉人的这一主张专家组不予认可。

综合以上证据，专家组认定投诉人的“TOUS”商标和“TOUS TOUCH”商标均已经在中国得到使用，且具有一定的知名度；被投诉人此前曾有将与投诉人商标相似的标志注册为域名的行为；被投诉

人曾在自己的网站上做出过销售本案争议域名的意思表示。

由于尽管投诉人在商标使用和宣传方面一直试图保持其产品属高档品，甚至奢侈品的基调，但由于投诉人商标在中国主要使用在香水、化妆品等产品上，基于该类消费群体的消费心理，普通消费者是知晓投诉人商标的。在本案中，被投诉人早在 2007 年就曾因将与投诉人注册商标近似的标志抢注为域名而被投诉，后经裁定转移域名。可见被投诉人完全知晓投诉人商标在其相关领域中的地位和价值；在此基础上，被投诉人仍然注册本案争议域名的行为则只能被解释为阻挡权利人在互联网上以域名形式使用自己商标的行为。更进一步，被投诉人销售域名的行为，则被认为是获取不当利益的行为。据此，专家组认定被投诉人注册本案争议域名的行为存在恶意。

五、裁 决

基于上述事实 and 理由，根据解决办法、程序规则及补充规则，专家组裁决：本案争议域名“toustouch.com.cn；toustouch.cn”转移给投诉人 S.TOUS,S.L.。

首席专家：

专 家：

专 家：

二〇〇九年七月二十一日于北京

