



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: CND2009000108]

投诉人: 加·莫德菲尼公司 (GA MODEFINE S.A.)

地 址: 瑞士门德瑞西奥, 宾内特街 4 号

(VIA PENATE4, CH-6850 MENDRISIO,
SWITZERLAND)

代理人: 北京集佳知识产权代理有限公司 马强、张锐

被投诉人: 北京万网新兴网络技术有限公司北京公司

联系地址: 中国中国湖北洪湖市振兴路 56 号

争议域名: giorgioarmanibeauty.cn

注册机构: 北京万网志成科技有限公司

二〇〇九年八月四日

北 京

裁 决 书

(2009)中国贸仲域裁字第 0133 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)的规定以及投诉人加·莫德菲尼公司(GA MODEFINE S.A.)于2009年5月9日针对域名“giorgioarmanibeauty.cn”以北京万网新兴网络技术有限公司北京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“giorgioarmanibeauty.cn”域名争议案。案件编号CND2009000108。

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

域名争议解决中心于2009年5月9日收到投诉人向域名争议解决中心提交的投诉书。

2009年5月11日,域名争议解决中心以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知,确认收到投诉人的电子文本投诉书,并向北京万网志成科技有限公司发出注册信息确认函,请求提供争议域名的有关注册信息。

2009年5月11日,域名争议解决中心收到北京万网志成科技有限公司以电子邮件发来的注册信息确认函,确认上述争议域名信息。

2009年6月15日,域名争议解决中心以电子邮件向被投诉人传送投诉书传递封面,转去投诉人的投诉书。

2009年6月22日,域名争议解决中心以电子邮件向投诉人传送投诉书确认及送达通知,确认投诉书已于同经审查合格并送达被投诉人,本案程序于2009年6月22日正式开始。同日,域名争议解决中心以电子邮件向被投诉人传送程序开始通知,同时转送已经审查合格的投诉书,要求被投诉人按照规定的期限提交答辩。同日,域名争议解决中心以电子邮件向北京万网志成科技有限公司和CNNIC传送程序开始通知。

在规定的期限内,域名争议解决中心未收到被投诉人提交的答辩书,域名争议解决中心于2009年7月15日以电子邮件向投诉人和被投诉人发出缺席审理通知。

由于投诉人选择一人专家组审理案件,被投诉人未对专家组组成做出选择,根据程序规则和补充规则的规定,域名争议解决中心于2009年7月20日以电子邮件向拟定的独任专家黄文先生传送列为候选专家通知,请专家确认是否接受指定。2009年7月21日,黄文先生以电子邮件回复域名争议解决中心,同意接受指定,并保证案件审理的独立性和公正性。

2009年7月21日,域名争议解决中心以电子邮件向双方当事人及拟定专家传送专家指定通知,确定由黄文先生担任本案独任专家,成立专家组审理本案。同日,域名争议解决中心将案件移交专家组。

根据程序规则的规定,专家组应于成立之日(2009年7月21日)起14日内即2009年8月4日前(含8月4日)作出裁决。

二、基本事实

(一) 关于投诉人

投诉人加·莫德菲尼公司(GA MODEFINE S.A.),地址为瑞士

门德瑞西奥, 宾内特街 4 号 (VIA PENATE4, CH-6850 MENDRISIO, SWITZERLAND)。投诉人授权代理人为北京集佳知识产权代理有限公司商标代理人马强、张锐。

(二) 关于被投诉人

被投诉人北京万网新兴网络技术有限公司北京公司, 联系人地址为湖北洪湖市振兴路 56 号, Email 地址为 fizzson@yahoo.com。

三、当事人主张

(一) 投诉人诉称:

投诉人加·莫德菲尼公司 (GA MODEFINE S.A.), 由 GIORGIO ARMANI 先生创立于 1975 年, 是国际知名的时装及高级奢侈品制造商, 业务涵盖设计、制造、分销及零售时装和生活品味精品, 包括成衣、配饰、眼镜、腕表、珠宝、家居布艺、香水和化妆品, 其 “Armani” 系列商标包括但不限于: Giorgio Armani Privé、Giorgio Armani、Armani Collezioni、EMPORIO ARMANI、AJ| Armani Jeans、A/X Armani Exchange、Armani Junior、Armani Baby 及 Armani Casa 等。这些 “Armani” 系列商标在全球绝大多数国家都享有注册商标专有权, 并享有较高知名度。

在中国, 上述商标均获得不同注册。其中, 文字商标 “ARMANI” 第 G655416、G793692 及 G804575 号均通过马德里国际注册指定中国并获得注册保护。此外, 第 G792754、G798515 及 G522094 号国际注册商标 “GIORGIO ARMANI” 早于 2002 年通过马德里国际注册指定中国并在多个类别获得注册保护, 而且, 投诉人 “GIORGIO ARMANI” 商标早于二十世纪 80 年代在中国提出单独申请并在多个类别获得注册保护。投诉人的注册商标处于有效期内, 根据《中华人民共和国商标法》的有关规定, 投诉人对 Giorgio Armani 商标在中国享有专用权。

被投诉人在对 “GIORGIO ARMANI” 不享有任何权益的情况下,

恶意注册争议域名“giorgioarmanibeauty.cn”且不予使用意图给消费者造成误认，损害投诉人的合法权益，并阻碍了投诉人在互联网美容及化妆品领域使用此域名。为此，投诉人已向被投诉人发出正式警告，要求停止侵权并将争议域名无条件转让给投诉人。但是，一直未收到被投诉人的任何回复。投诉人认为，被投诉人的上述行为侵害了投诉人对“GIORGIO ARMANI”享有的在先合法权益。因此，根据解决办法，投诉人有权获得合理救济。

争议域名应该转让给“GIORGIO ARMANI”商标的权利人——本案投诉人。

投诉人主张的事实和理由如下：

1、争议域名与投诉人享有民事权益的“GIORGIO ARMANI”构成混淆性近似

(1) 投诉人的历史与发展

投诉人加·莫德菲尼公司由GIORGIO ARMANI先生创立于1975年，主要致力于设计、制造、分销及零售高级时尚和奢侈生活用品，包括服装、配饰、眼镜、手表、首饰、家品、香氛和化妆品等。

经过几十年的经营和发展，投诉人的业务市场已经遍及世界三十六个国家。投诉人现今已成为国际时装及高级奢侈品的领军者，直接受雇员工共5,000名，全球共有13间工厂。产品分别以多个品牌面市。投诉人的独家零售网络遍布全球，商店约500间，包括81间Giorgio Armani专卖店等，分布于全球46个国家。

(2) 投诉人对“ARMANI”、“GIORGIO ARMANI”在中国及全球大多数国家于多个商品类别均享有商标专有权，包括但不限于第3类化妆品等、第14类首饰等、第18类包具等以及第25类服装等产品

在中国，“Armani”系列商标，包括“ARMANI”、“GIORGIO ARMANI”、“EMPORIO ARMANI”等商标也都通过马德里国际注册指定中国或者在中国单独申请并获得多项注册保护。其中，投诉人第

G655416 号商标“ARMANI”(第 3、18、25 类)、G793692 号“ARMANI”(第 9、35 类)及第 G804575 号“ARMANI”(第 30、31 类)均通过马德里国际注册指定中国并获得注册保护。此外,第 G792754、G798515 及 G522094 号国际注册商标“GIORGIO ARMANI”早于 2002 年通过马德里国际注册指定中国并在多个类别获得注册保护,而且,投诉人“GIORGIO ARMANI”商标早于二十世纪 80 年代在中国提出单独申请并在多个类别获得注册保护。

(3) 投诉人“GIORGIO ARMANI”注册商标在全球及中国都享有较高知名度

从投诉人 1975 年创立 Giorgio Armani 商标以来至今, Giorgio Armani 已荣获了世界各地 30 多项服装大奖。2004 年,投诉人专门设立网站 www.giorgioarmanibeauty.com 宣传推广 Giorgio Armani 化妆品,包括护肤、彩妆、香水等。

投诉人“Giorgio Armani”商标产品早于 1998 年开始进入中国消费市场,之后的销售网点数目快速增长。2006 年,GIORGIO ARMANI 系列服装产品在亚洲地区的整个销售额达 1.2 亿欧元(不包括 GIORGIO ARMANI 香水、眼镜以及钟表产品),其中 20%是在中国市场实现,因此中国已成为继日本之后 GIORGIO ARMANI 产品在亚洲的第二大销售市场。此外,作为 Giorgio Armani 时尚王国的重要组成部分,席卷了欧美时尚界和演艺圈的 Giorgio Armani 化妆品,包括旗下的 3 大系列—护肤、彩妆、香水,也早已登陆中国,在中国化妆品市场享有较高知名度。

目前,投诉人在中国的零售网络近 80 家专卖店,包括 9 间 Giorgio Armani 专卖店等,分布于 27 个城市。

此外,由于投诉人的“ARMANI”系列商标享有较高知名度,其中某些商标曾多次被他人恶意抢注。投诉人针对这些抢注商标均已经提起异议申请,其中有 8 个商标异议案件,国家工商管理总局商标局已经裁定异议成立,驳回被投诉人商标的注册。而且商标局在第 01654 号、第 02414 号、第 02725 号、第 02726 号、第 02727 号裁

定书中认定，投诉人“ARMANI”系列商标享有较高的知名度。因此，投诉人认为，投诉人“GIORGIO ARMANI”商标应当作为驰名商标予以保护。

(4) 争议域名“giorgioarmanibeauty.cn”与投诉人享有民事权益的注册商标“GIORGIO ARMANI”构成混淆性近似

对于争议域名“giorgioarmanibeauty.cn”，很明显，与投诉人商标“Giorgio Armani”相同的“giorgioarmani”字符是域名的主体部分，可以被网络登录者轻易识别，其末尾英文单词“beauty”的中文意思为“美丽”，是非显著的修饰词，而且很容易让消费者与“服饰、美容、化妆及相关产品”联系在一起。因此，一般消费者很有可能将争议域名误认为投诉人所设立的在美容或化妆品领域的子网站，或者与投诉人存在法律或商业上的关系。即可以认为被投诉人注册上述争议域名，与投诉人享有注册商标专有权的“GIORGIO ARMANI”商标构成了混淆性近似。

2、被投诉人就争议域名及其主要部分“GIORGIO ARMANI”不享有合法权益

被投诉人名称“北京万网新兴网络技术有限公司北京公司”，作为中国公司，其不可能就“GIORGIO ARMANI”享有企业名称权。此外，根据投诉人在中国商标网上的查询结果显示，被投诉人对“GIORGIO ARMANI”或者“GIORGIO ARMANI BEAUTY”均不享有任何商标权利。再者，通过网络搜索“GIORGIO ARMANI”或者“GIORGIO ARMANI BEAUTY”和被投诉人名称，均未查到任何关联。被投诉人不可能有任何合理理由解释其选择“GIORGIO ARMANI”作为争议域名主要部分的原因。投诉人也没有发现被投诉人有善意使用“GIORGIO ARMANI”的任何证据。因此，可以推断被投诉人对“GIORGIO ARMANI”或者“GIORGIO ARMANI BEAUTY”亦不享有其他民事权益，即被投诉人注册及持有争议域名无任何民事权益作为基础。

3、被投诉人对争议域名的注册或者使用具有恶意

(1) 投诉人“GIORGIO ARMANI”注册商标在争议域名注册前就已经在中国及全球享有较高知名度。“GIORGIO ARMANI”及“ARMANI”系列商标产品在争议域名注册前,就已经全面进入中国市场。从1998年设立第一家专卖店开始,有关“Armani”系列商标,包括“GIORGIO ARMANI”、“ARMANI”及“GIORGIO ARMANI”的各种宣传报道活动连续不断,使“GIORGIO ARMANI”成为中国消费者耳熟能详的世界顶级时尚品牌。

(2) 投诉人早于2004年就在先投入使用www.giorgioarmanibeauty.com网站,宣传推广“GIORGIO ARMANI”护肤、美容、香水及化妆等相关产品;鉴于投诉人“Giorgio Armani”商标在服装及化妆品领域的较高知名度,以及投诉人针对“Giorgio Armani”护肤及相关产品专门设立的官方网站www.giorgioarmanibeauty.com的广泛推广,投诉人有理由认为被投诉人在注册争议域名前就已经知晓投诉人“Giorgio Armani”商标的知名度及其网站www.giorgioarmanibeauty.com,但仍恶意注册争议域名,在互联网上造成混淆,试图使得公众误认为争议域名所指向的网站是投诉人针对中国相关消费者所设立的中文网站或与投诉人存有某种商业上联系。

(3) 被投诉人注册争议域名已经近两年时间,至今未投入使用,意图阻止投诉人在互联网上以域名的形式反映其注册商标“Giorgio Armani”。对此,投诉人于2009年4月27日向被投诉人发出警告函,要求停止侵权并将争议域名转移给投诉人,被投诉人至今未予回复。可以推定,被投诉人注册争议域名的目的是为了阻止投诉人在网络上尤其在“化妆及相关产品”领域以域名的形式使用商标“Giorgio Armani”。

(4) 被投诉人身为域名注册服务商,但却多次将他人知名商标恶意注册为域名,其后被裁定转移。该类案件包括但不限于:

A. 2008年7月3日,案件编号:CND2008000054(中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心)。被投诉人恶意注册域名

“dreamworksanimation.com.cn”, 从而被裁定将此域名转移给“DREAMWORKS” 民事权益人” 梦工场动画影片公司”。

B. 2008 年 7 月 16 日, 案件编号: CND2008000061 (中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心)。被投诉人恶意注册域名“youtube.net.cn”, 从而被裁定将此域名转移给“youtube” 民事权益人 YouTube, LLC。

C. 2008 年 8 月 7 日, 案件编号: CND2008000093 (中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心)。被投诉人恶意注册域名“beefeater.com.cn”, 从而被裁定将此域名转移给“beefeater” 民事权益人 Allied Domecq Spirits & Wine Limited。

D. 2007 年 8 月 28 日, 案件编号 DCN-0700129 (香港国际仲裁中心)。被投诉人恶意注册域名“mobic.cn”, 从而被裁定将此域名转移给“mobic” 民事权益人德国公司 BOEHRINGER INGERHEIM PHARMA GmbH & Co. KG。

E. 2008 年 9 月 17 日, 案件编号 DCN-0800242 (香港国际仲裁中心)。被投诉人恶意注册域名“disneybaby.com.cn”, 从而被裁定将此域名转移给“disneybaby” 民事权益人 Disney Enterprises, Inc.。

F. 2008 年 9 月 23 日, 案件编号 DCN-0800193 (香港国际仲裁中心)。被投诉人恶意注册域名“enercon.cn”, 从而被裁定将此域名转移给“enercon” 民事权益人 Enercon GmbH.。

由此, 被投诉人的行为已构成解决办法第 9 条第二项规定的“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”的恶意。

(二) 被投诉人辩称:

针对投诉人的上述投诉主张, 被投诉人在程序规则和补充规则规定的答辩期限内没有进行答辩。

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

投诉人以从中国国家工商行政管理总局商标局官方网站打印的

资料证实，申请日期为 1981 年 12 月 31 日的注册号/申请号分别为第 176095 号、176089 号和 176090 号的“GIORGIO ARMANI”商标，均已获中华人民共和国国家工商行政总局核准，投诉人享有上述商标专用权，且该等商标经续展后专用权期限延至 2013 年止。被投诉人争议域名“giorgioarmanibeauty.cn”的注册日期为 2007 年 5 月 9 日。投诉人获得“GIORGIO ARMANI”商标专用权的日期早于争议域名的注册日期，投诉人拥有在先的民事权益。

投诉人称，投诉人加·莫德菲尼公司由 GIORGIO ARMANI 先生创立于 1975 年，主要致力于设计、制造、分销及零售高级时尚和奢侈生活用品，包括服装、配饰、眼镜、手表、首饰、家品、香氛和化妆品等。经过几十年的经营和发展，投诉人的业务市场已经遍及世界三十六个国家。投诉人现今已成为国际时装及高级奢侈品的领军者，直接受雇员工共 5,000 名，全球共有 13 间工厂。产品分别以多个品牌面市，并在全球拥有多家专卖店。而在中国，投诉人“GIORGIO ARMANI”商标产品早于 1998 年开始进入中国消费市场，之后的销售网点数目快速增长。2006 年，GIORGIO ARMANI 系列服装产品在亚洲地区的整个销售额达 1.2 亿欧元（不包括 GIORGIO ARMANI 香水、眼镜以及钟表产品），其中 20%是在中国市场实现，因此中国已成为继日本之后 GIORGIO ARMANI 产品在亚洲的第二大销售市场。目前，投诉人在中国的零售网络有近 80 家专卖店。据此，专家组可以认为，投诉人的“GIORGIO ARMANI”在中国具有相当的影响力和知名度。

专家组认为，“giorgioarmanibeauty”为争议域名识别部分，由于“GIORGIO ARMANI”商标在中国乃至世界范围内具有相当的影响力和知名度，因而争议域名可以看作为由“giorgioarmani”及“beauty”两部分组成；其次，从组成的两单词看，由于“GIORGIO ARMANI”商标已有一定的知名度及影响力，已独立地被认为具有特定的含义，而“beauty”也具有单独的含义。因而，争议域名的识别部分完全可看作为是“giorgioarmani”与“beauty”的组合，其中“giorgioarmani”因与投诉人的经营及产品相联系而具有特别的含

义，而“beauty”则为普通意义的常用单词，比较而言“giorgioarmani”在争议域名识别部分中更具有显著性。专家组进一步认为，争议域名中更具识别显著性的“giorgioarmani”与投诉人注册商标“GIORGIO ARMANI”虽有大小写的区别，但仍同属一词，具有足以造成混淆的相似性。投诉人的投诉符合解决办法第八条所规定的第一个条件。

（二）关于被投诉人权利或合法权益

被投诉人并未在规定期限内提交答辩，未能举证证明其对争议域名或其主要部分享有任何合法权益。专家组根据现有的材料和信息，无法得出被投诉人对争议域名或其主要部分享有合法权益的结论。因此，专家组认为，被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权益，投诉人的投诉符合解决办法第八条所规定的第二个条件。

（三）关于恶意

投诉人主张并提供证据证实，由于“GIORGIO ARMANI”商标在全球包括中国具有较高的知名度和影响力，被投诉人有理由知道“GIORGIO ARMANI”商标以及网站www.giorgioarmanibeauty.com的存在。但被投诉人在此种情形下仍抢注了争议域名，表明其不是善意的注册。争议域名“giorgioarmanibeauty.cn”自注册之日起至今一直未被使用。投诉人于2009年4月27日向被投诉人发出警告函，要求停止侵权并将争议域名转移给投诉人，被投诉人至今未予回复。被投诉人曾多次因抢注他人商标或商号作为域名注册被权利人投诉。如被其抢注的“dreamworksanimation.com.cn”、“youtube.net.cn”、“beefeater.com.cn”、“mobic.cn”、“disneybaby.com.cn”、“enercon.cn”等域名，均已通过域名仲裁程序转移给各权利人。对此，被投诉人也未提出异议。

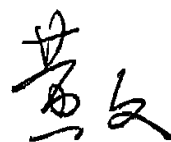
专家组基于上述被投诉人无异议的事实认为，被投诉人在知晓“GIORGIO ARMANI”品牌及知名度情况下，不仅采用了以往抢注“dreamworksanimation.com.cn”、“youtube.net.cn”、“beefeater.com.cn”、“mobic.cn”、“disneybaby.com.cn”、“enercon.cn”等域名一样的方式注册了本案争议域名，而且在两年

的时间内又未予以使用，客观上阻止了投诉人在互联网上使用“GIORGIO ARMANI”商标注册域名开展业务。以上行为足以使专家组认定，被投诉人注册争议域名具有解决办法第八条所规定的恶意。

五、裁 决

基于上述理由，专家组裁决：争议域名“giorgioarmanibeauty.cn”应转移给投诉人加·莫德菲尼公司（GA MODEFINE S.A.）。

独任专家：



二〇〇九年八月四日于北京

