



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: CND2009000019]

投诉人: 上海家化联合股份有限公司

地 址: 上海市保定路 527 号

被投诉人: 王宏伟

地 址: 北京市通州区梨园镇云景里南大街 62 号院 8 号楼 171

争议域名: baocaiji.cn

注册机构: 北京万网志成科技有限公司

二〇〇九年四月八日

北 京

裁 决 书

(2009)中国贸仲域裁字第 0050 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)的规定以及投诉人上海家化联合股份有限公司于2009年2月16日针对域名“baocaiji.cn”以王宏伟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“baocaiji.cn”域名争议案。案件编号 CND2009000019。

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2月16日,域名争议解决中心收到投诉人提交的投诉书。当日,域名争议解决中心确认投诉书接受并向域名注册服务机构北京万网志成科技有限公司传送请求协助函,请求提供其WHOIS数据库中有关本案所涉及域名的相关信息。域名注册服务机构北京万网志成科技有限公司同日回复域名争议解决中心,确认本案所涉争议域名由其提供注册服务,争议域名目前状态为有效,本案被投诉人为现争议域名持有人。

2009年2月25日,域名争议解决中心以电子邮件方式向被投诉人转递投诉书。

2009年3月2日，域名争议解决中心通知投诉人确认收到的投诉书经审查合格并送达被投诉人。并通知投诉人、被投诉人和注册服务机构争议案程序正式开始。

至2009年3月23日，域名争议解决中心未收到被投诉人提交的答辩书。由于被投诉人未按程序规则和补充规则在规定期限内针对投诉人就争议域名的投诉提交答辩，域名争议解决中心于2009年3月25日向投诉人和被投诉人传送缺席审理通知，告知因被投诉人未按规定提交答辩，域名争议解决中心将根据程序规则和补充规则的规定指定专家，缺席审理本案，并作出裁决。

由于投诉人在投诉书中选择由一人专家组审理本案，被投诉人未发表意见。2009年3月24日，根据程序规则及补充规则的规定，域名争议解决中心向唐广良先生传送列其为候选专家的通知，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。唐广良先生回复确认，同意接受指定，并保证在案件审理中独立公正的立场。

2009年3月25日，域名争议解决中心向双方当事人及唐广良先生传送专家指定通知，指定唐广良先生为本案专家，组成独任专家组审理本案。

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

二、基本事实

（一）关于投诉人

投诉人是一家化妆品、个人保护用品、洗涤类清洁产品生产企业，其前身为成立于1898年的香港广生行有限公司，至今已有110余年的历史。目前投诉人由上海家化（集团）有限公司控股，并于2001年在上海证券交易所挂牌上市。投诉人以自行开发、生产销售化妆品、个人保护用品、家庭保护用品以及洗涤类清洁用品为主营业务，拥有

佰草集、六神、美加净、清妃、高夫等诸多中国知名品牌。投诉人的销售网络及渠道遍布全国所有省、自治区、直辖市，在中国化妆品市场中占有较大的市场份额。2007年主营业务收入22.6亿人民币。同时，投诉人积极拓展海外市场，其产品出口日本、香港、沙特、苏丹、孟加拉、南非、香港及也门等国。

（二）关于被投诉人

被投诉人王宏伟系中国大陆自然人，其在域名注册数据库中填写的地址是北京市通州区梨园镇云景里南大街62号院8号楼171。被投诉人于2008年11月13日注册本案争议域名。

三、当事人主张

（一）投诉人诉称：

投诉人在国内日化行业无疑具有相当高的知名度，在消费者群中也享有良好的商誉，投诉人品牌的信赖度是消费者购买时参照的重要标准之一，消费者不可能忽视与投诉人知名商标相同的域名而直接做出购买决定。由此可见，相同的域名足以影响消费者的判断，导致混淆，使消费者购买他们觉得值得信赖的网站。

投诉人早在1997年7月21日在国内成功注册了“佰草集”商标。作为投诉人于1997年推出的“佰草集”品牌的组合商标，“佰草集”为臆造词，取自神农尝百草，“佰草集”的商标一直沿用至今。其后，投诉人又在国内14个相关类别注册了“佰草集”商标，并于2003年、2006年被评为上海市著名商标。投诉人在美国、加拿大、澳大利亚等多个国家成功注册了“佰草集”商标。

投诉人早在2003年9月24日注册了“herborist.com.cn”域名，并且通过该域名进行“佰草集”产品的网上介绍和宣传。该域名一直沿用至今，在相关消费群中具有一定的知名度。其后，投诉人又注册了“佰草集”的中文域名及通用网址，注册时间均早于争议域名的注册时间（即2008年9月10日）。

投诉人的商标和域名经过长期宣传和使用，使消费者已经产生固定思维：“佰草集”代表投诉人，即代表经过投诉人公司的正式授权而使用在经营活动中的一个标志。因此，消费者看到被投诉人的域名时，首先就会联想到投诉人所拥有的“佰草集”商标，产生混淆。

“佰草集”商标是投诉人于 1997 年底推向社会的一个具有全新概念的化妆品牌。“佰草集”尊崇中国美容经典，揉合中国特有的中草药精华与现代生物科技的最新成果，以整体平衡的新观念，为消费者带来自然而且有效的个人护理系列产品，缔造发自根源的美丽。产品以品牌专卖店为主要销售渠道，同时也积极推广特许加盟制度。

自上市之日起，“佰草集”就以其独特的定位及销售方式，在国内化妆品市场上独树一帜。2001 年 7 月上海佰草集化妆品有限公司成立进军香港市场。在香港旺角开设了首家香港专卖店。这是公司进入中药本草个人护理产品国际化市场的第一步。7 月 18 日在香港铜锣湾开设第二家分店。

“佰草集”散发着自然气息，以清新、舒适、幽雅的布置为主的专卖店目前已在全国各大城市（包括香港）安家落户。2008 年 9 月，“佰草集”已通过世界著名的高端化妆品销售商丝芙兰进入法国市场，成为目前仅有的以品牌出口方式对外出口的民族化妆品。在投诉人全体员工的努力下，2007 年“佰草集”产品全年实现零售近 4 亿元，加盟商遍布全国各地，在全国已有专卖店 500 余家，还包括 3 家 SPA 美容院以及 2 家佰草集会所。

自“佰草集”产品面市以来，投诉人投入了巨额财力、物力进行宣传以提高其国内外知名度。2007 年投诉人为其投入的广告费用 3000 余万元。广告的发布媒体为网络、电视台、电台、报刊、宣传手册、新闻发布会、展览会等。广告覆盖范围为上海、北京、广州、大连、杭州等全国各主要城市和地区及相关销往国。

投诉人经过多年辛苦经营，打造出了一个完美融合中西文化，又广为消费者所接受的品牌，创造出非常高的品牌价值。消费者对该品牌的认知度和信赖度，足以使他们对任何与投诉人商标相同或者近似

的标志抱以同等程度的信赖，认为他们的来源相同、品质相同。被投诉人注册以“baocaiji”为主要部分的域名，毫无疑问是想利用投诉人品牌的价值和信誉，使消费者产生混淆，谋取不正当的商业利益。

综上所述，鉴于投诉人公司的知名度、投诉人注册、使用商标和域名的时间、投诉人商标的巨大商业价值和良好的声誉，消费者对“佰草集”不仅有相当高的认知度，而且对其代表的产品和销售实体抱有高度的信赖。

在此基础上，投诉人的主张包括——

1、争议域名的主要部分“baocaiji”与“佰草集”的拼音“baicaoji”不论在发音与外观上均极为近似。

争议域名“baocaiji.cn”中起关键区别作用的“baocaiji”与投诉人所拥有商标“佰草集”的拼音“baicaoji”外形、发音均极为近似，而且争议域名所指向的网站还冠以“佰草集官方网站”的名称，极易使相关公众认为争议域名是投诉人佰草集的一系列域名之一，导致混淆。

2、被投诉的域名持有人对被争议域名不享有合法权益。

被投诉人王宏伟对被投诉域名主要部分“baocaiji”显然不享有任何权利，被投诉人与投诉人之间也不存在任何商业联系，因此，被投诉人不享有“baocaiji”的任何合法权益。

3、被投诉域名持有人对域名的注册使用具有恶意。

在投诉人看来，经过长期的市场宣传与使用，“佰草集”在国内已经具有很高的知名度、享有良好的声誉，消费者一见到“baocaiji”拼音就会联想到投诉人以及投诉人的“佰草集”系列产品。在上述情况下，被投诉人不可能不知道投诉人才是“佰草集”的权利人，在明知的情況下多次将投诉人拥有合法权益的佰草集商标注册为域名使用。并且被投诉人还将“baocaiji.cn”所对应的网站命名为“佰草集官方网站”，在其网页的醒目位置标注“佰草集”字样，并使用与投诉人的注册商标完全相同的“佰草集”图案，其网站所介绍的内容绝

大部分均与“佰草集”有关，且与投诉人所拥有的www.herborist.com.cn网站上的相关新闻内容几乎完全相同，显然绝非巧合，而是故意抄袭、复制和仿冒的行为，被投诉人明显具备主观恶意，其目的在于使消费者误以为“baocaiji.cn”是投诉人所设立的“佰草集”官方网站，从而误导消费者，谋取不正当的商业利益。被投诉人的行为直接影响了投诉人的正常营销活动，其故意混淆行为不仅侵犯了投诉人的注册商标专用权，还损害了投诉人的商誉和经济利益，对公平竞争的市场环境也造成了不良的影响。

综上所述，被争议域名的有效部分与投诉人的“佰草集”商标所对应的拼音完全相同。而事实证明，被投诉人并非“baocaiji”文字的合法持有人，同时，其对被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，被争议域名“baocaiji.cn”应转移给投诉人上海家化联合股份有限公司公司。

（二）被投诉人辩称：

被投诉人未答辩。

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

专家组注意到，本案投诉人的注册商标为“佰草集”。此三个汉字的对应拼音应当是“baicaoji”；而争议域名的可识别部分为“baocaiji”。对比两个拼音组合可知，两者的总体上给人的感觉确有相似之处，但凡是懂汉语的人都能看出两者之间的区别。更重要的是，同一汉语拼音组合还有可能对应于多种汉字组合，因而通常情况下，专家组不会仅仅因为汉语拼音相同而认定域名与商标相同。另外，作为由单个字母组合而成的互联网域名，以上两个组合之间的差异也是相当明显的；互联网用户不太可能将两者混淆。

至于被投诉人在其网站上使用投诉人的商标及有可能不正当地利用投诉人的商誉，甚至模仿或抄袭投诉人的网站内容等，已经不属于专家组在判断域名与商标是否相同或相似时应当考虑的范畴。

有鉴于此，专家组不能认定争议域名与投诉人享有权利的商标相

同或混淆性相似，即投诉人未能证明，解决办法第八条规定的第一个条件已经具备。

（二）关于被投诉人权利或合法权益

鉴于投诉人未能证明其投诉具备解决办法第八条规定的第一个条件，关于被投诉人是否就争议域名享有权利或合法权益的问题已经无需审理。

（三）关于恶意

专家组注意到，投诉人在其投诉书中称，被投诉人将baocaiji.cn所对应的网站命名为“佰草集官方网站”，在其网页的醒目位置标注“佰草集”字样，并使用与投诉人的注册商标完全相同的“佰草集”图案，其网站所介绍的内容绝大部分均与“佰草集”有关，且与投诉人所拥有的www.herborist.com.cn网站上的相关新闻内容几乎完全相同，显然绝非巧合，而是故意抄袭、复制和仿冒的行为，被投诉人明显具备主观恶意，其目的在于使消费者误以为“baocaiji.cn”是投诉人所设立的“佰草集”官方网站，从而误导消费者，谋取不正当的商业利益。被投诉人的行为直接影响了投诉人的正常营销活动，其故意混淆行为不仅侵犯了投诉人的注册商标专用权，还损害了投诉人的商誉和经济利益，对公平竞争的市场环境也造成了不良的影响。投诉人还提供了被投诉人的网页打印件，以证明上述指控非虚。

依据解决办法第九条的规定加以判断，上述做法无疑构成了域名使用的恶意。但是，域名争议解决专家组的职责仅限于审理投诉人的投诉是否同时满足解决办法规定的三个条件，只要其中一个条件得不到满足，尤其是第一个条件未能得到满足时，即使另外两个条件均已具备，投诉人的投诉也将无法获得支持。

鉴于投诉人未能证明其投诉具备解决办法第八条规定的第一个条件，关于被投诉人注册和使用争议域名是否具有恶意的問題也已经无需审理。

五、裁 决

根据投诉人提交的投诉书及相关证据材料，专家组认定：投诉人享有权利的商标系“佰草集”；被投诉的域名“baocaiji”与该商标并不相同，也不构成混淆性相似。据此，投诉人的投诉未能满足解决办法第八条规定的条件，其投诉不能获得支持。

裁决：驳回投诉人的投诉。

独任专家：



二〇〇九年四月八日于北京

