



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: CND2009000043]

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

被投诉人: 广西南宁埃帝尔商务策划有限责任公司

地 址: 中国广西壮族自治区南宁市民族大道 16 号环球时代  
2018 室

争议域名: armaniexchange.net.cn、armaniexchange.org.cn

注册机构: 北京万网志成科技有限公司

二〇〇九年六月九日

北 京

# 裁 决 书

(2009)中国贸仲域裁字第0085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日生效实施的《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日公布实施的《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3月19日针对域名“armaniexchange.net.cn”、“armaniexchange.org.cn”以广西南宁埃帝尔商务策划有限责任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“armaniexchange.net.cn”、“armaniexchange.org.cn”域名争议案。案件编号CND2009000043。

现本案已审理终结。本案专家组根据解决办法、程序规则及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3月19日,域名争议解决中心收到投诉人提交的投诉书。

2009年3月19日,域名争议中心以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知。同日,域名争议解决中心以电子邮件向域名注册管理机构中国互联网络信息中心(CNNIC)及注册机构北京万网志成科技有限公司传送注册信息确认函。

2009年3月20日,注册机构北京万网志成科技有限公司确认争

议域名注册信息。

2009年3月27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,将投诉书转发给被投诉人。

2009年4月2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,确认投诉书已于该日经审查合格并送达被投诉人,本案程序于2009年4月2日正式开始;域名争议解决中心以电子邮件/邮政快递向被投诉人发送/传送程序开始通知,同时转发业经审查合格的投诉书副本,要求被投诉人按照规定的期限提交答辩。与此同时,域名争议解决中心以电子邮件向CNNIC和注册机构传送了程序开始通知。

2009年4月22日,被投诉人向域名争议解决中心提交要求延长答辩期限的申请,域名争议解决中心决定将被投诉人答辩期限延长至2009年4月27日,并于2009年4月22日通知双方当事人。

2009年4月27日,域名争议解决中心收到被投诉人提交的答辩书。2009年4月30日,域名争议解决中心通过电子邮件/邮政快递向投诉人转发了上述答辩书。

鉴于投诉人选择一人专家组,被投诉人选择三人专家组,根据程序规则的相关规定,在此种情况下所涉费用应由双方各半分担。域名争议解决中心于2009年5月11日通知被投诉人,要求被投诉人于2009年5月14日前告知域名争议解决中心,是否选择三人专家组,如确定选择三人专家组,应提交选定的三名候选专家名单,并在2009年5月14日前交纳应由其承担的案件费用。由于被投诉人未在规定期限内交纳有关费用,且未提交专家组选择名单,根据程序规则和补充规则的规定,本案应由一人专家组审理。域名争议解决中心于2009年5月20日向拟定专家董炳和先生发出列为候选专家通知,征求候选专家的意见。同日,候选专家董炳和先生回复同意接受指定,并保证独立、公正地审理本案。

2009年5月26日,域名争议解决中心以电子邮件向双方当事人

及上述拟定专家传送专家指定通知，确定成立一人专家组，董炳和先生任专家，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起 14 日内即 2009 年 6 月 9 日前（含 6 月 9 日）就本案争议作出裁决。

## 二、基本事实

### （一）关于投诉人

投诉人加·莫德菲尼公司是一家时尚和奢侈消费品生产商，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，其地址为瑞士门德瑞西奥，宾内特街 4 号（VIA PENATE4, CH-6850 MENDRISIO, SWITZERLAND）。投诉人的授权代理人为北京集佳知识产权代理有限公司马强、张锐。

### （二）关于被投诉人

被投诉人为广西南宁埃帝尔商务策划有限责任公司，其地址为广西壮族自治区南宁市民族大道 16 号环球时代 2018 室。

## 三、当事人主张

### （一）投诉人在投诉书中诉称：

投诉人是国际知名的时装及高级奢侈品制造商，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 G580752 号国际注册商标“AX ARMANI EXCHANGE”早于 1991 年通过马德里国际注

册指定中国并在第 9、14、18 及 25 类获得注册保护；第 G772358 号国际注册商标“**A/X ARMANI EXCHANGE**”也早于 2001 年 12 月 12 日指定中国并在第 9、14、16、18、24、25、28、35 及第 42 类指定商品上获得注册保护。经过多年经营和大力宣传推广，投诉人“**ARMANI**”及“**AX ARMANI EXCHANGE**”商标在全球及中国都享有较高知名度。投诉人发现被投诉人在对“**ARMANI**”及“**ARMANI EXCHANGE**”均不享有任何权益的情况下，恶意注册争议域名，将“**armaniexchange.net.cn**”建成网站 [www.armaniexchange.net.cn](http://www.armaniexchange.net.cn) 并将其链接至性用品网页，贬低并损害了投诉人“**ARMANI**”、“**AX ARMANI EXCHANGE**”商标的良好商誉，损害了投诉人的合法利益。此外，投诉人还发现，被投诉人同时注册“**armaniexchange.org.cn**”，且未投入实际使用并意图出售此域名，阻碍了投诉人在互联网上使用此域名。为此，投诉人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，被投诉人在收到警告函后，非但未予以配合转让争议域名，反而向投诉人索要高昂的域名出售费用以牟取非法利益。投诉人认为，被投诉人的上述行为侵害了投诉人对“**ARMANI**”及“**AX ARMANI EXCHANGE**”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。投诉人请求本案专家组裁决，本案争议域名应转移给投诉人。投诉人的投诉基于下述事实和理由：

### 1、争议域名与投诉人享有民事权益的“**ARMANI**”、“**AX ARMANI EXCHANGE**”注册商标构成混淆性近似


投诉人成立于 1975 年，是国际知名的时装及高级奢侈品制造商，全球拥有 13 家厂房，300 多家店面，遍布全球 36 个国家，直接受雇员工共 5,000 余名。投诉人的业务涵盖设计、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 Priv é**、**Giorgio Armani**、**Armani Collezioni**、**Emporio Armani**、**A|J 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。

投诉人拥有的知名商标“GIORGIO ARMANI”、“ARMANI”、“EMPORIO ARMANI”、“AX ARMANI EXCHANGE”及其他在“ARMANI”基础上延伸的相关商标，在全球商标注册达千余项并享有较高知名度。

在中国，“Armani”系列商标，包括“GIORGIO ARMANI”、“ARMANI”、“EMPORIO ARMANI”、“AX ARMANI EXCHANGE”等商标也都通过马德里国际注册指定中国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，投诉人商标“AX ARMANI EXCHANGE”有两种不同的注册保护形式。其一是文字商标，即第 G580752 号国际注册商标 **AX ARMANI EXCHANGE**，已于 1991 年通过马德里国际注册指定中国并在第 9、14、18 及 25 类获得注册保护。其二是经过设计的文字和图形

的组合商标，即第 G772358 号国际注册商标 ，于 2001 年 12 月 12 日指定中国并已经在第 9、14、16、18、24、25、28、35 及第 42 类指定商品上获得注册保护。

投诉人早于 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。尤其自 2004 年 Giorgio Armani 本人将时装发布会带到中国之后，Giorgio Armani 系列时装巩固了拓展中国市场的信心。2006 年，Giorgio Armani 系列时装产品在亚洲地区的整个销售额达 1.2 亿欧元（香水、眼镜以及钟表产品除外），其中 20% 是在中国市场实现的，因此中国已成为继日本之后 Armani 产品在亚洲的第二大销售市场。

投诉人“Armani”系列商标在争议域名注册之前，就已经在中国长期使用。期间，投诉人投入大量的物力和财力对“Armani”系列商标进行广泛宣传，从而使得这些商标为广大中国消费者所熟知。

1998-2008年，投诉人在中国多个大中城市，包括北京、上海、天津、深圳、厦门、青岛、温州、太原、沈阳、宁波、杭州、广州、哈尔滨、济南、昆明、南京、西安、长沙、大连等城市，相继开设了上百家“ARMANI”系列商标产品的零售店和专柜。

至今，“Giorgio Armani”、“EMPORIO ARMANI”及其他“ARMANI”相关商标已进军中国十年。通过举办各种盛大的推广宣传活动，成为国人知晓的国际顶级时装品牌。更有不少影视明星，如章子仪、金城武、范冰冰、许戈辉、李小璐等为其助阵造势。世界著名时装设计师与本土明星联袂产生的轰动宣传效应，为广大媒体和公众关注，使得“Giorgio Armani”、“EMPORIO ARMANI”及其他“ARMANI”相关商标的人气指数不断攀升，成为家喻户晓的时尚品牌。

AX ARMANI EXCHANGE 作为 ARMANI 年轻的时尚二线商标，针对的消费群体是年轻时尚的潮流一族。AX ARMANI EXCHANGE 品牌业务发展迅速，现在除美国本土外，世界其他国家如英国、阿根廷、墨西哥、韩国、日本和中国，均已设有零售店铺。截至 2008 年 11 月，“A/X Armani Exchange”在全亚洲共有 54 家分店，其中在香港的 7 家分店包括：太古城中心店、太古广场店、朗豪酒店、记利佐治街店、九龙达之路 80 号店、中环金融街店、九龙广东道 54-56 号店。“A/X Armani Exchange”在中国大陆的专卖店包括：上海中信泰富广场店、上海淮海中路 810 号店、上海港汇广场店、北京国贸商城店、北京东方广场店及广州天河城旗舰店。目前，“AX ARMANI EXCHANGE”商标与投诉人的主打商标“GIORGIO ARMANI”、“EMPORIO ARMANI”及“ARMANI”一样，已经成为年轻时尚界引领潮流的知名品牌，被消费者所广泛知晓和喜爱。

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，驳回被异议人商标的注册。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。

在争议域名“armaniexchange.net.cn”及“armaniexchange.org.cn”中，“net.cn”与“org.cn”是中国国家顶级域名 cn 的二级后缀。很明显，其显著组成部分“armaniexchange”与投诉人享有在先商标权的知名商标“Armani”及“AX ARMANI EXCHANGE”构成混淆性近似。因此，被投诉人注册上述争议域名，与投诉人享有注册商标专用权的商标构成混淆性近似。

## 2、被投诉人就域名主要部分“armaniexchange”不享有合法权益

被投诉人名称为“广西南宁埃帝尔商务策划有限公司”，其不可能就“armaniexchange”享有企业名称权。此外，经查询中国国家工商行政管理局商标局官方网站，投诉人发现被投诉人没有提交过任何商标申请，更谈不上取得任何商标注册，因此，对“Armani”及“Armani Exchange”在中国不享有商标权。再者，通过网络搜索被投诉人名称“广西南宁埃帝尔商务策划有限公司”和“Armani”或“Armaniexchange”，均未查到任何关联信息，由此可以推断被投诉人对“Armaniexchange”亦不享有其他民事权益。因此，可以认为，被投诉人对争议域名不享有任何合法权益。

## 3、被投诉人对争议域名的注册或者使用具有恶意

“ARMANI”、“AX ARMANI EXCHANGE”作为投诉人的知名注册商标，为投诉人所独创，整体不具有任何具体含义，具有很强的显著性。而且，经过几十年的经营和发展，“ARMANI”系列商标已经成为高级奢侈品牌的代表，为全球时尚人士和普通消费者所广泛知晓。在中国，“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”、“EMPORIO ARMANI”、“AX ARMANI EXCHANGE”的各种宣传报道活动连续

不断，使“Armani”成为中国消费者耳熟能详的世界顶级时尚品牌。而被投诉人注册域名“Armaniexchange.org.cn”及“Armaniexchange.net.cn”，其主体部分包含投诉人知名商标“Armani”，且包含“AX Armani Exchange”商标的主要部分“Armani Exchange”，构成了混淆性近似，这种情形绝非巧合。此外，鉴于投诉人“ARMANI”系列商标及“AX Armani Exchange”商标在全球及中国的较高知名度，可以推定被投诉人在注册争议域名之前不可能不知晓投诉人的知名系列商标“ARMANI”、“GIORGIO ARMANI”，“AX ARMANI EXCHANGE”，但仍然恶意注册争议域名，阻止投诉人在网络上以域名的形式使用“ARMANI EXCHANGE”。

被投诉人将争议域名“Armaniexchange.net.cn”链接至性用品网站，贬低并损害了投诉人“ARMANI”、“AX ARMANI EXCHANGE”商标的良好商誉；此外，被投诉人注册并持有域名“Armaniexchange.org.cn”，至今未投入实际使用并意图出售此域名。

经投诉人查询，被投诉人将争议域名“Armaniexchange.net.cn”建立相应网站 [www.armaniexchange.net.cn](http://www.armaniexchange.net.cn)，登录后发现此网站链接至成人性用品网页，贬损并丑化了投诉人“ARMANI”、“AX ARMANI EXCHANGE”商标的商誉。构成解决办法第9条第（三）项规定的恶意情形，即“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”。此外，被投诉人注册并持有域名“Armaniexchange.org.cn”至今未投入实际使用，而且，登录其相应网站 [www.armaniexchange.org.cn](http://www.armaniexchange.org.cn)，其主页右上角显示“THIS DOMAIN MAY BE FOR SALE”，可以认为被投诉人注册域名“Armaniexchange.org.cn”是以出售为目的，而无使用之意。

对于被投诉人注册争议域名的恶意侵权行为，投诉人于2009年2月20日向被投诉人发出警告函，要求被投诉人停止使用争议域名，并将争议域名无条件转让给投诉人。

2009年2月21日及23日，投诉人收到被投诉人回信，信中被投诉人提出以每个域名1,000欧元的价格出售给投诉人。在中国注册“cn”域名，注册服务商收取的平均费用不超过100元人民币/年，而被投诉人每个1,000欧元（相当于8,850元人民币）的报价，很明显，已经远远超出注册一个cn域名所需的合理开支，此行为已经构成恶意抢注域名并意图高价出售给权利人的恶意。再者，被投诉人注册争议域名两年内均未投入实际使用，其行为也在客观上必然阻止了作为实际权利人即投诉人在互联网上注册使用争议域名，妨碍了投诉人在互联网上使用自己的域名进行商业活动。

基于以上，可以认为，被投诉人在知晓投诉人商标“ARMANI”、“AX ARMANI EXCHANGE”较高知名度的情况下，仍抢注争议域名的真实目的是：（1）损害投诉人对“ARMANI”、“AX ARMANI EXCHANGE”商标的商誉，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；（2）阻止作为实际权利人即投诉人在互联网上注册并使用争议域名；和/或（3）为了将来向民事权益所有人即投诉人出售或者以其他方式转让争议域名，以牟取不正当的商业利益。

因此，投诉人认为，被投诉人注册争议域名的行为完全符合解决办法第9条中规定的恶意情形。

## （二）被投诉人辩称：

1、针对投诉方提供的诸多证明材料，并结合被投诉人对广西全区（省）范围内各个著名商场和卖场的实际考察，到目前为止，整个广西并没有任何阿玛尼品牌和衍生品牌的正规销售渠道，包括零售店、专营柜、品牌专卖店等其他任何具有完全授权和品牌渠道形式的销售网络。关于这一点，在投诉人的投诉资料里已经有充分的印证，因此被投诉人有充分的理由在注册之前根本就不知道这是一个国际知名品牌，既然事先并不知情这是一个国际品牌，那么在注册上也就不存在相关主动的恶意可能。

据此情况,被投诉人本着认真负责的态度,在百度、谷歌等全国性和国际性的搜索引擎上以“阿玛尼+南宁”和“阿玛尼+广西”等字眼进行了搜索,在几乎所有结果页面中,没有看到任何在广西以及南宁本地确切有阿玛尼专卖店销售和推广的任何消息,这一点也可以从投诉人提供的资料中看出。

2、针对投诉方提出的域名,被投诉人最初链接是在不清楚这是一个国际顶级品牌的基础上,而且,被投诉人链接的页面,根据投诉人提供的证据和被投诉人事后的检索,被投诉人只链接到了“armaniexchange.net.cn”的页面,对“armaniexchange.org.cn”则没有做任何形式和意义上的任何链接,因此被投诉人希望该投诉只针对“armaniexchange.net.cn”而不应该针对“armaniexchange.org.cn”。

3、该域名的链接页面是网站提供,系统自带,不是被投诉人制作的,不存在主观行为恶意。可参见该网站首页介绍文件等证据资料,该链接设置具有不稳定性,同时具有随意性。并且在该链接网站上也用文字标明了该广告链接使用是不存在任何主观恶意的可能。

4、针对投诉人提出的被投诉人以邮件形式索取高价的做法存在恶意,被投诉人不能认同,首先,被投诉人一开始并没有任何证据,也不存在任何事实行为上的首先主动询价,而是投诉人律师在电话和邮件中透露出来的转让和购买意向,在投诉人提出征询意见后,被投诉人出于基本的商业原则,提出了省事省力省时的转让购买的方式,至于出资额度,则完全是被投诉人的初步判断,不存在蓄谋已久和主观恶意的可能。在言辞和行动上可以证明,被投诉人并没有任何意义上的恶意行为。

5、经过被投诉人查询,投诉人提出域名争议解决仲裁的时间是在2009年3月19日15点06分,严格上从法律和时间区间上讲,该时间处于这两个域名到期满两年的最后一天,即从2007年3月20日注册至今,应该在2009年3月20日即已经超过两年的仲裁时效,而被投诉人收到中国国际经济贸易仲裁委员会发来的第一封通知邮

件的时间在 2009 年 3 月 20 日下午 15 点 21 分。该域名是否已经超过两年或者甚至距离超过两年仲裁时效一步之遥。而不知道什么原因，中国国际经济贸易仲裁委员会在最后一天即申请并开始受理这个由外国品牌公司千里迢迢发来的域名争议，对此被投诉人表示难以理解和接受。从某些角度上看，被投诉人和被投诉人关联公司和关系人都普遍认为中国国际经济贸易仲裁委员会有为收取仲裁费用而无端开启仲裁程序，甚至是浪费我国仲裁和法律资源之嫌。被投诉人保留为此进一步进行申诉和抗辩的权利。

6、根据我国合同法第四十一条明确规定：“对格式条款的理解发生争议的，应当按照通常理解予以解释。对格式条款有两种以上解释的，当作出不利提供格式条款一方的解释”。据此，被投诉人对于域名争议解决处理办法和域名注册协议中出现的争端解决和时效的条款表示不同理解，被投诉人认为，衡量一个仲裁和法律行为的起始，应以双方当事人都清楚知晓并正式开始程序为起始点，而在本诉讼中，投诉人认为他们在 2009 年 3 月 19 日提请仲裁投诉，不管该仲裁投诉是否在法律事实的基础上，即应该认为仲裁起始，被投诉人表示不敢认同。如果按照被投诉人接受正式仲裁开始通知，并告知有一定答辩和意见时期为开始，那么据此判断，该时间已经超过 2007 年 3 月 20 至 2009 年 3 月 20 日，该域名仲裁时效的范围了。因为除了第一封由中国国际经济贸易仲裁委员会发至被投诉人公司邮件的信件之外，其余全部信件和通知函都是在 2009 年 3 月 20 日之后发送的，被投诉人依据合同法和有关法律精神，有充分的依据认为，该域名争议仲裁已经超过仲裁时效。

对此，被投诉人曾经联系过域名管理上级部门 CNNIC，即中国互联网中心，他们的法律顾问对此无法作出合理的司法解释和部门解释，即到目前为止，还没有明确法律规定，何时该认为是仲裁时效的起始点的判断依据，因此被投诉人有充足法理理由认为，在 2009 年 3 月 20 日中国国际经济贸易仲裁委员会给被投诉人发来第一封通知函时，那是还不能表明是仲裁的开始，而仲裁时效也就在那一天截止，之后发来的任何真正意义上的仲裁开始通知，都已经过了仲裁时效。

综上所述,被投诉人认为,在没有更多事实依据,仅凭被投诉人对于域名所属品牌的认识不清,同时加上域名商务界惯用的域名停靠的行为,再针对利用被投诉人的无知,而留存的正式和客气的邮件回信,即认为被投诉人违反有关法律制度,对域名进行恶意注册和使用,未免有失公允。

#### 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。

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)注册或受让域名的目的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、答辩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近似

投诉人主张，其拥有“GIORGIO ARMANI”、“ARMANI”、“EMPORIO ARMANI”、“AX ARMANI EXCHANGE”及其他在“ARMANI”基础上延伸的相关商标，在全球商标注册达千余项。在中国，“Armani”系列商标，包括“GIORGIO ARMANI”、“ARMANI”、“EMPORIO ARMANI”“AX ARMANI EXCHANGE”等商标也都通过马德里国际注册指定中国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，投诉人商标“AX ARMANI EXCHANGE”有两种不同的注册保护形式。其一是文字商标，即第 G580752 号国际注册商标 **AX ARMANI EXCHANGE**，早于 1991 年通过马德里国际注册指定中国并在第 9、14、18 及 25 类获得注册保护。其二是经过设计的文字和图形的组合商标，即第



G772358 号国际注册商标 **ARMANI EXCHANGE**，于 2001 年 12 月 12 日指定中国并已经在第 9、14、16、18、24、25、28、35 及第 42 类指定商品上获得注册保护。

为支持其主张，投诉人提交了“GIORGIO ARMANI”、“ARMANI”、“EMPORIO ARMANI”、“AX ARMANI EXCHANGE”、“ARMANI CASA”、“ARMANI COLLEZIONI”、“ARMANI JUNIOR”及“ARMANI PRIVE”等商标在全球的注册信息列表英文件及中文翻译共 108 页（投诉人证据附件三）、通过马德里注册在中国获得延伸保护的商标“ARMANI”第 G655416 号、第 G804575 号及第 G793692 号及国际商标“AX ARMANI EXCHANGE”第 G580752 号、第 G772358 号于国家工商行政管理局商标局总局官方网站打印信息共 44 页（投诉人证据附件四）。

专家组注意到，投诉人提交的附件三虽然只是从中国商标网上查询到的商标详细信息的打印件，而不是由商标局开具的注册证明，但被投诉人在答辩书中未对这些证据提出异议，且经本案专家核实，通过中国商标网查询得到的信息与投诉人提供打印件所显示的信息一致，因此，专家组认为，投诉人提供的证据可以初步证明，其在中国对“ARMANI”、“AX ARMANI EXCHANGE”、“”享有注册商标专用权，注册日期均早于本案争议域名注册日（2007年3月20日），且目前均处于有效期限之内。

本案争议域名的主体部分为“armaniexchange”，与投诉人享有注册商标专用权的“AX ARMANI EXCHANGE”相比，有三处不同：一是缺少“AX”标志，二是均为小写，三是没有空格。考虑到域名结构自身的特点和技术要求，以及“AX”在“AX ARMANI EXCHANGE”商标的位置及公众认读方面的作用，专家组认为，争议域名的主体部分与“AX ARMANI EXCHANGE”具有混淆性近似。

本案争议域名的主体部分“armaniexchange”与投诉人享有注册商标专用权的“ARMANI”相比，有两处不同：一是多了“exchange”，二是为小写。鉴于“ARMANI”不具有日常语言中的含义，考虑到投诉人除拥有“ARMANI”商标外，还拥有“AX ARMANI EXCHANGE”商标，专家组认为，本案争议域名的主体部分与“ARMANI”具有混淆性近似，投诉人的投诉符合解决办法第八条第（一）项规定的条件。

## （二）关于被投诉人的权利或合法权益

被投诉人未主张其对本案争议域名及其主要部分享有权利或合法权益，也未对其注册、持有或使用本案争议域名提出任何合理的解释，本案现有证据也不能证明被投诉人对本案争议域名及其主要部分享有任何合法权益。专家组认为，被投诉人对本案争议域名或其主要部分不享有权利或合法权益，投诉人的投诉符合解决办法第八条第（二）项规定的条件。

### （三）关于恶意

关于恶意, 投诉人主张, 被投诉人在知晓投诉人商标“ARMANI”、“AX ARMANI EXCHANGE” 较高知名度的情况下, 仍抢注争议域名, 具有解决办法第九条第(一)项、第(二)项和第(三)项规定的恶意情形。为支持其主张, 投诉人提交了下列证据:

1、“ARMANI” 系列商标产品在中国地区的销售数据汇总及账单复印件;

2、“ARMANI” 产品在中国地区宣传投资数据汇总、期刊杂志宣传页复印件;

3、中文平面媒体及网络媒体对 “GIORGIO ARMANI”、“ARMANI”、“EMPORIO ARMANI”、“AX ARMANI EXCHANGE” 的报道;

4、ARMANI 系列商标产品在中国各地专卖店详细信息列表;

5、国家工商管理总局商标局第 01654 号、第 02414 号、第 02725 号、第 02726 号、第 02727 号裁定书等;

6、被投诉人网站 [www.armaniexchange.net.cn](http://www.armaniexchange.net.cn) 公证材料;

7、被投诉人网站 [www.armaniexchange.org.cn](http://www.armaniexchange.org.cn) 主页打印件;

8、被投诉人收到投诉人警告后, 回信提出以高昂费用将争议域名转让给投诉人的信函之公证材料。

被投诉人辩称, 整个广西并没有任何阿玛尼品牌和衍生品牌的正规销售渠道, 包括零售店、专营柜、品牌专卖店等其他任何具有完全授权和品牌渠道形式的销售网络, 被投诉人有充分的理由在注册之前根本就不知道这是一个国际知名品牌, 不存在相关主动的恶意可能。为支持其主张, 被投诉人提供了其在百度、谷歌等全国性和国际性的搜索引擎上以“阿玛尼+南宁”和“阿玛尼+广西”等字眼进行搜索的结果打印件。专家组认为, 被投诉人提供的证据虽然可以初步证明投诉人未在广西建立正规销售渠道, 但并不能否定投诉人的

“ARMANI”在中国的知名度。

针对投诉人提出的被投诉人将争议域名“Armaniexchange.net.cn”链接至性用品网站的主张，被投诉人辩称，该域名的链接页面是网站提供，系统自带，不是被投诉人制作的，不存在主观行为恶意。该链接设置具有不稳定性，同时具有随意性，并且在该链接网站上也用文字标明了该广告链接使用是不存在任何主观恶意的可能。为支持其主张，被投诉人提供了“停靠网站的页面说明”。专家组认为，被投诉人所提供的“停靠网站的页面说明”本身并未显示出其与本案有任何关联，不足以推翻投诉人提供的经公证的证据，专家组对被投诉人的主张不予采信。

针对投诉人提出的被投诉人以邮件形式索取高价的做法存在恶意，被投诉人辩称，投诉人律师在电话和邮件中透露出来的转让和购买意向，在投诉人提出征询意见后，被投诉人出于基本的商业原则，提出了省事省力省时的转让购买的方式，至于出资额度，则完全是被投诉人的初步判断，不存在蓄谋已久和主观恶意的可能。在言辞和行动上可以证明，被投诉人并没有任何意义上的恶意行为。为支持其主张，被投诉人提供了“163 网易免费邮”（邮箱lcj0230@163.com）中一封邮件的打印件。专家组注意到，该打印件与投诉人所提供的经公证的证据中的一封邮件在发件人、时间及内容上都吻合，但该邮件并不能证明是由投诉人首先提出购买意向的。专家组同时注意到，被投诉人辩称其在投诉人律师在电话和邮件中透露出来的转让和购买意向，在投诉人提出征询意见后，提出了转让购买的方式，但被投诉人并未提供投诉人律师的相关邮件。因此，专家组认为，投诉人提供了经公证的证据可以证明，被投诉人在已经收到投诉人律师警告函的情况下提出以每个域名 1,000 欧元的价格出售给投诉人。

综上所述，专家组认为，投诉人提供的证据能够证明，被投诉人将与投诉人在中国享有较高知名度的“ARMANI”系列商标具有混淆性近似的标志注册为域名，并且将争议域名之一链接到性用品网站，在收到投诉人律师警告函的情况下仍然向投诉人提出每个 1000 欧元

的出售要价，其注册本案争议域名属于解决办法第九条所规定的恶意情形，投诉人的投诉符合解决办法第八条第（三）项规定的条件。

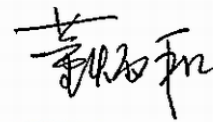
（四）其他

被投诉人在答辩书中辩称，其在 2009 年 3 月 20 日下午 15 点 21 分收到域名争议解决中心的第一封通知邮件，已超过两年的仲裁时效。解决办法第二条规定，所争议域名注册期限满两年的，域名争议解决机构不予受理。“不予受理”一语表明，判断所争议域名注册期限是否满两年的截止日期应为域名争议解决机构收到投诉人投诉的日期。经查程序记录，域名争议解决中心收到投诉人投诉的日期为 2009 年 3 月 19 日，争议域名注册尚不满两年，应予受理。

五、裁 决

鉴于投诉人的投诉已符合解决办法第八条规定的全部条件，其投诉应得到专家组的支持，专家组裁定，本案争议域名“armaniexchange.net.cn”、“armaniexchange.org.cn”转移给投诉人加·莫德菲尼公司（GA MODEFINE S.A.）。

独任专家：



二〇〇九年六月九日于北京

