

行政专家组裁决 案件编号：DCN-1500642

投诉人： River Light V. L.P.
被投诉人： 王江玮
争议域名： <toryburch.com.cn >
注册服务机构： 杭州爱名网络有限公司

1. 案件程序

本案的投诉人是 River Light V. L.P.。投诉人地址为：美国 11 West 19th Street, 7th Floor, New York, NY 10011。投诉人之授权代理人是孖士打律师行，联络地址是香港中环遮打道 10 号太子大厦 16-19 楼。

被投诉人是王江玮。联络地址是上海市普陀区江宁路 1145 弄圣天地 2 号楼 1123 室，电子邮箱是 richrich123@yeah.net。

本案的争议域名是<toryburch.com.cn>。争议域名的注册服务机构是杭州爱名网络有限公司，地址是杭州市文一西路 75 号数字娱乐产业园 2 号楼一楼。

2015 年 8 月 27 日，投诉人根据中国互联网络信息中心（CNNIC）2014 年 11 月 21 日发布实施的《中国互联网络信息中心国家顶级域名争议解决办法》（《解决办法》），CNNIC 2014 年 11 月 21 日发布实施的《中国互联网络信息中心国家顶级域名争议解决程序规则》（《程序规则》）以及香港国际仲裁中心 2014 年 11 月 21 日生效实施的《香港国际仲裁中心关于〈中国互联网络信息中心国家顶级域名争议解决办法〉补充规则》（《补充规则》）向香港国际仲裁中心提交了中文投诉书，并选择由一人专家组审理本案。

同日，香港国际仲裁中心以电子邮件向投诉人传送投诉书接收确认，确认收到投诉人的投诉书，并表示香港国际仲裁中心将根据《解决办法》、《程序规则》以及《补充规则》的规定对投诉书予以形式审查。

2015 年 8 月 27 日，香港国际仲裁中心向域名注册服务机构杭州爱名网络有限公司传送请求确认函，请求确认上述争议域名是否经其注册及要求提供争议域名注册人的联系资料。注册服务机构于 2015 年 8 月 28 日向香港国际仲裁中心作出相关确认，表示争议域名<toryburch.com.cn>的注册人是王江玮，联系地址是上海市普陀区江宁路 1145 弄圣天地 2 号楼 1123 室，电子邮箱是 richrich123@yeah.net。香港国际仲裁中心于 2015 年 9 月 8 日，

向被投诉人王江玮发出邮件，要求被投诉人根据《程序规则》及《补充规则》的规定于 20 天内提交答辩，并同时转去投诉书及所有附件材料。

被投诉人并未在规定期限内就投诉人的投诉书作出任何答辩。香港国际仲裁中心于 2015 年 9 月 30 日向争议双方发出正式审理通知，表示将指定专家组审理本案。

同日，候选专家按照香港国际仲裁中心的要求，表明同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。香港国际仲裁中心遂于 2015 年 10 月 2 日以电子邮件向双方当事人及独立专家施天艺博士(Dr. Timothy Sze)发送通知，告知有关各方，由施天艺博士组成独立专家组审理本案，并正式将案件移交专家组。本案专家组将在 14 天内（2015 年 10 月 21 日或之前提交裁决书）。

2. 事实背景

投诉人：

投诉人系 River Light V. L.P.，为 Tory Burch LLC 的子公司（在本投诉书中，合称“Tory Burch”）。

Tory Burch 是美国时尚生活品牌，完美传承了首席执行官兼设计师 Tory Burch 女士的个人风格与时尚感。Tory Burch 于 2004 年推出 Tory Burch 品牌，并在曼哈顿 Nolita 区开设了一家小型精品店。

Tory Burch 品牌及产品以其大胆的色彩、精美的印花和独特的细节而享有盛誉，产品涵盖成衣、鞋款、手袋、配饰及美妆等系列。艺术、音乐、旅行、室内设计和设计师的时尚爸妈都成为该品牌的灵感源泉。

Tory Burch 在全球设有逾 150 家独立精品店，同时在多家百货商场和专卖店设有超过 3,000 个专柜。2004 年推出的 Toryburch.com 是 Tory Burch 旗下最大的店铺，其在线杂志《The Tory Blog》刊登的均为原创内容。Tory Burch 以数字化创新而闻名，在欧洲和亚洲也设有网站，并拥有获威比奖提名的应用程序 Tory Daily 和强大的社交媒体覆盖范围。附件 4 为 Tory Burch 各个网站的打印页。

自成立以来，Tory Burch 与 Luxottica 及 Estee Lauder 携手，分别于 2009 年和 2013 年推出了全新的眼镜系列和香水美妆产品，并在 2014 年与 Fossil 联手打造腕表系列。

Tory Burch 曾先后荣获时尚行业的多个奖项，包括美国时装设计师协会评选的年度配饰设计师奖（2008 年）、Accessories Council of Excellence 颁发的年度配饰品牌奖（2007 年）、以及国际时装组织授予的新星奖（2005 年）。此外，Tory Burch 女士还被《福布斯》杂志评于 2010、2013、2014 及 2015 年选为世界最具影响力的女性之一。

Tory Burch 于 2010 年将 Tory Burch 业务扩展到亚洲，在首尔、台北及香港开设分店。于 2011 年，Tory Burch 在北京成立在中国的首家分店。Tory Burch 每年在中国销售价值数百万美元的产品。

多年来，Tory Burch 已付出了大量的时间和精力透过互联网及其他媒体的宣传和广告为其 Tory Burch 品牌和其提供的产品和服务作广泛推广。尤其是，Tory Burch 于 2011 年投放大量资源在中国推出 Tory Burch 品牌。

Tory Burch 的发展及成就获得广泛传媒关注，致使 Tory Burch、Tory Burch 女士及 Tory Burch 品牌在全球，及自 2010 年起尤其在中国及香港，均倍受瞩目。附件 5 为关于 Tory Burch 品牌在争议域名注册日期前在中国及香港发布的传媒报道精选副本。

Tory Burch 一直以来均毫无间断并大幅度地以在全世界多个地方注册的 Tory Burch 系列商标来经营、提供和推广其产品。Tory Burch 于 2004 年首次使用“Tory Burch”商标。此后，通过 Tory Burch 的广泛商业使用，Tory Burch 系列商标已获得显著性，致使消费者能立刻识别 Tory Burch 系列商标为独与 Tory Burch 及业务相关。附件 6 为于互联网主要搜寻器网站 Google、百度及 Yahoo! 搜寻“tory burch”的结果打印页，显示绝大部分的结果均与 Tory Burch 相关。

投诉人就包含或由“Tory Burch”组成的商标（以下称为“Tory Burch 系列商标”）在全球超过 50 个国家（包括中国、香港、澳门、新加坡、台湾、日本和韩国）申请/取得超过 1,000 个商标注册。附件 3 为投诉人在中国、香港、澳门、新加坡、台湾、日本和韩国就“Tory Burch”商标取得的注册证明书副本。

被投诉人：

争议域名< toryburch.com.cn >于 2013 年 8 月 30 日注册。依据域名注册管理机构资料确认显示，上述争议域名的注册人是王江玮，联系地址是上海市普陀区江宁路 1145 弄圣天地 2 号楼 1123 室，电子邮箱是 richrich123@yeah.net。

3. 当事人主张

A. 投诉人

投诉人的主张如下：

- i. 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，具有足以导致混淆的近似性；

投诉人自 2004 年起便为 Tory Burch 品牌在全球各地取得商标注册。投诉人分别于 2005/2006 年及 2006/2007 年在香港/中国为 Tory Burch 取得商标注册。由于 Tory Burch 品

牌的商标申请和注册的数量庞大，投诉人选取了部分注册，证明书副本见附件 3。投诉人已确立就 Tory Burch 系列商标所拥有的权益。

争议域名 (<toryburch.com.cn>) 包含整个投诉人 “Tory Burch” 商标。目前已公认，在查询商标是否与一个域名相同或混淆地相似时，无需理会域名的网缀，而在投诉中即指 “.com.cn”。投诉人请专家组参考 HKIAC 裁决：摩根士丹利 诉 陆海明（案号：DCN-1400602）；HKIAC 裁决：Orkin Expansion, Inc. 诉 威海市快帮忙城市害虫防治服务有限公司（案号：DCN-1200493）；HKIAC 裁决：Webjet Limited 及 Webjet Marketing Pty Ltd. 诉 高发强（案号：DCN-1200464）；HKIAC 裁决：Wal-mart Stores, Inc. 及 Wal-Mart China Co. Ltd. 诉李九龙（案号：DCN-0800263）；WIPO 裁决：Rohde & Schwarz GmbH & Co. HG 控诉 Pertshire Marketing, Ltd.（案号：D2006-0762）及 HKIAC 裁决：Maxtor Corporation 诉 沈阳实信电子有限公司（案号：DCN-0300001）（副本见附件 8）。

鉴此，投诉人向专家组指出就《解决办法》第八条第一款而言，已证明争议域名与投诉人已注册及享有权利或权益的商标相同及/或混淆地相似。

ii. 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；

自 Tory Burch 于 2004 年的首次使用，Tory Burch 系列商标已通过 Tory Burch 的广泛商业使用而获得显著性，致使消费者能立刻识别 Tory Burch 系列商标（包括 “Tory Burch” 商标）为独与 Tory Burch 及其业务相关（见附件 4 及附件 5）。

被投诉人于 2013 年 8 月 30 日注册争议域名，大概是 Tory Burch 首次使用 “Tory Burch” 商标后 9 年，Tory Burch 首次在中国使用 “Tory Burch” 商标后 2 年。投诉人并没有许可、同意或以任何方式授权被投诉人使用 Tory Burch 系列商标作任何用途，而被投诉人亦非投诉人的授权代表或合作伙伴。

基于 Tory Burch 系列商标的知名度，加上 “Tory Burch” 商标实为 Tory Burch 女士及 Tory Burch 品牌的名称，该名称为独与 Tory Burch 相关，及 Tory Burch 采纳和首次使用 Tory Burch 系列商标的时间显著早于被投诉人注册争议域名的日期，这些事实的实际意义是将被投诉人对争议域名享有合法权利及 / 或权益的举证责任转移到被投诉人身上。（见 HKIAC 裁决：Brita GmbH 诉 上海贝娜信息科技有限公司（案号：DCN-1500622）；HKIAC 裁决：BASF SE（前称 BASF Aktiengesellschaft）诉 天津市巴斯夫化工贸易有限公司（案号：DCN-1200483）；HKIAC 裁决：拉提姆公司 诉 上海如家酒店管理有限公司（案号：DCN-1100449）及 WIPO 裁决：PepsiCo, Inc 诉 PEPSI, SRL (a/k/a P.E.P.S.I.) and EMS COMPUTER INDUSTRY (a/k/a EMS)（案号：D2003-0696），副本见附件 9）。

目前并没有证据显示被投诉人一般以争议域名为人所知。争议域名与被投诉人的名字（王江玮）之间均没有任何关联，而被投诉人并没有理由或明显需要于争议域名使用 “toryburch”。

此外，根据投诉人所知及获得的资料，被投诉人并非任何反映或与争议域名相符的中国注册商标拥有人。在中国商标局的官方数据库以被投诉人的名字进行搜索的结果见附件 10，该结果显示被投诉人在中国并不拥有任何商标注册。因争议域名为“.cn”域名，根据逻辑性的推断，中国应为被投诉人最先申请注册与争议域名相符的商标的国家。

争议域名现解析到一个停放页面（“停放页面”），内容指争议域名可以转让，同时提供宣传注册服务机构于 22.cn 的服务的连接。被投诉人显然企图出售争议域名以谋取商业利益，而这并不能构成对争议域名的任何权利或合法权益（见附件 7 及下述关于恶意的讨论）。

最后，由于停放页面仅载有争议域名的出售要约及注册服务机构于的服务的连接，被投诉人并没有透过停放页面真诚地提供商品或服务。因此，投诉人指出被投诉人并未能确立任何就争议域名的权利或合法权益。见 WIPO 裁决：Hertz System, Inc. 诉 Domainproxyagent.com/Compsys Domain Solutions Private Limited（案号：D2009-0615）（副本见附件 11）。

即使被投诉人有意使用争议域名，任何相关使用永远不能构成真诚的商品或服务提供或就争议域名合法而非商业性或公平的使用。这是因为争议域名与投诉人的知名“Tory Burch”商标相同，而该商标是 Tory Burch 的创办人、总裁及创意源的名称。因此，争议域名的使用目的只有是误导互联网使用者以为争议域名与投诉人有关，并将他们引导致争议域名，使被投诉人从而获得不法商业利益（见 HKIAC 裁决：Entertainment One UK Limited 诉 东莞市火兔服饰有限公司（案号：DCN-1500617）及 WIPO 裁决：Paris Hilton 诉 Deepak Kumar（案号：D2010-1364），副本见附件 12）。

投诉人因此向专家小组指出，《解决办法》第八条第二款的目的，已证明被投诉人就争议域名并不拥有任何权利或合法权益。

iii. 被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意。

基于下述理由，投诉人指出被投诉人恶意注册或使用争议域名：

- (a) 被投诉人对争议域名并不享有任何权利或合法权益，这事实本身已是被投诉人恶意注册或使用争议域名的证据。
- (b) 争议域名并不反映或与被投诉人的名称相符。Tory Burch 于 2004 年首次使用“Tory Burch”商标，并于 2006 及 2011 年在中国申请注册和使用“Tory Burch”商标—争议域名注册日期之前 2 至 9 年。通过 Tory Burch 在全球超过 10 年及自 2011 年在中国超过 4 年的广泛商业使用，“Tory Burch”商标已获得显著性，致使消费者能立刻识别“Tory Burch”商标为独与 Tory Burch 及其业务相关（见附件 6）。基于 Tory Burch 系列商标于全球的知名度及传媒就 Tory Burch 品牌在中国和香港的广泛报道（见附件 5），被投诉人于注册争议域名时并不可能不知悉投诉人 Tory Burch 系列商标。
- (c) 在 *Alibaba Group Holding Limited 诉 Giovanni Tosi*（WIPO 案号：DES2014-0020）（副

本见附件 13) 一案中，专家裁定：“*it is more than likely that the Respondent was well aware of the Complainant and its use of its ALIEXPRESS mark, given the Complainant’s widespread use of the mark in connection with its online activity.* (鉴于投诉人就该商标关于其在线业务的广泛使用，被投诉人极有可能清楚知悉投诉人及其就 ALIEXPRESS 商标的使用) Accordingly, the Expert finds that the Respondent’s registration and use of the disputed domain name that incorporates the Complainant’s ALIEXPRESS mark in its entirety with a minor misspelling constitutes bad faith...The Expert determines that in the present case, bad faith is shown in that by using the disputed domain name, the Respondent has intentionally attempted to attract, for commercial gain, Internet users to the Respondent’s website, by creating a likelihood of confusion with the Complainant’s mark...The fact that the disputed domain name currently resolves to a parked website with advertisement links does not change the Expert’s findings above but is a further indication of bad faith (争议域名现解析至载有宣传连接的停放页面这事实并不会改变专家的上述结论，反而是恶意的进一步指示)[附加重点].” 这论点于本案亦适用。

- (d) 目前已公认，若被投诉人知悉投诉人在 Tory Burch 系列商标所拥有的在先权利，而被投诉人在没有向作为商标拥有人的投诉人寻求许可的情况下注册及继续注册争议域名必然具有恶意。投诉人请专家小组参考 HKIAC 裁决：雨果博斯股份有限公司 诉 温州市鹿城区上成太阳鸟百货店 及 赵克俭 (案号：DCN-0300008)；HKIAC 裁决：安海斯-布希公司 诉 Li Hua Xiao (案号：DCN-1000405) 及 WIPO 裁决：Veuve Clicquot Ponsardin, Maison Fondée en 1772 诉 The Polygenix Group Co. (案号：D2000-0163) (副本见附件 14)，这些裁决确立，任何机构注册与著名商标混淆地相似的域名，而该机构与该商标并没有任何关系，这事实本身已是恶意注册的足够证据。
- (e) 被投诉人注册争议域名的主要动机是以盈利为目的出售争议域名。下述事实可作证明：投诉人(透过其代表)于 2015 年 8 月 18 日通过停放页面在 22.cn 提出以人民币 1,000 元(投诉人相信该金额反映被投诉人就注册争议域名的成本)购买争议域名。于 2015 年 8 月 19 日，22.cn 的代表通知投诉人的代表被投诉人要求以人民币 50,000 元作为转让争议域名的代价。通讯记录副本见附件 15。这些情况清楚显示被投诉人旨在以高于被投诉人直接与争议域名相关的成本的价格出售争议域名，恶意注册和使用争议域名。这完全属于《解决办法》第八条第三款所指具有恶意的证据。

结论

因此，投诉人认为投诉人已就《解决办法》第八条第三款的目的证明被投诉人对争议域名的注册及使用均具有恶意。

B. 被投诉人

本案被投诉人未在答辩期限内提交任何答辩意见。

4. 专家组意见

根据《中国互联网络信息中心国家顶级域名争议解决办法》第八条规定，符合下列条件的投诉应当得到支持：

（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。

投诉人在行政程序中必须举证证明以上三种情形同时具备。

A) 关于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

专家组接纳，本投诉乃基于<Tory Burch>企业字号及英文商标<Tory Burch>商标以及“Tory Burch”品牌，投诉人使用该等商标而产生的该投诉人的民事权益，包括透过该投诉人的包含该等商标的域名登记。上述意见是参考《程序规则》第 31 条、统一域名争议解决政策（《统一政策》）而作出的。见：Maxtor Corporation v. Sheng Yang Shi Xin Co. Ltd; HKIAC 案件编号 DCN-0300001；Sanofi-Synthelabo V. Pae Sun Ja HKIAC 案件编号 DCN-0400018；Orkin Expansion, Inc. 诉 威海市快帮忙城市害虫防治服务有限公司，HKIAC 案件编号 DCN-1200493）；以及 Webjet Limited 及 Webjet Marketing Pty Ltd. 诉 高发强，HKIAC 案件编号 DCN-1200464。

依据投诉人提供的证据显示，投诉人在早于争议域名之注册日期，2005 年起就分别在中国香港、澳门和内地注册了<Tory Burch>商标，香港商标编号 300534500、302221901 以及中国内地商标注册证第 10072391 号、第 10072392 号等。并在全球多个国家和地区申请注册了多个“Tory Burch”系列商标及域名。因此专家组接纳投诉人对“Tory Burch”商标享有民事权益。

在争议域名<toryburch.com.cn>中，“.com.cn”是域名的网缀。其主要组成部分是“toryburch”。显然，争议域名中的“toryburch”与投诉人的商标、名称或商号中< Tory Burch >相同或混淆性相似。

专家组接纳投诉人提交的证据材料，证明这些为支持投诉人对“Tory Burch”标志和名称均享有民事权利之证据。

据此，专家组裁定争议域名的主要组成部分“toryburch”与投诉人的商标和名称“Tory Burch”相同或足以导致混淆的近似性。

综上，专家组认为投诉人的投诉满足了《解决办法》第八条中第一项的规定。

B) 关于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

“Tory Burch”既不是被投诉人及/或争议域名的注册联系人的公司商号，又非其商标。投诉人表示其从未许可被投诉人及/或争议域名的注册联系人使用上述商标标识或与其有关的任何标识，也从未授权被投诉人及/或争议域名的注册联系人注册带有“Tory Burch”的争议域名。

据此，专家组认为应当支持投诉人关于被投诉人及/或争议域名的注册联系人对争议域名或其主要部分不享有合法权益的主张。

综上，专家组认为投诉人的投诉满足的《解决办法》第八条第二项的要求。

C) 关于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：

- (1). 注册或者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，已获取不正当利益；
- (2). 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，以阻止他人以域名形式在互联网上使用其享有合法权益的名称或者标志；
- (3). 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；
- (4). 其他恶意情形。

专家组接受投诉人所提供的证据，投诉人是一家知名的时尚精品公司，业务范围涵盖成衣、鞋款、手袋、配饰及美妆等领域。投诉人在全球设有逾 150 家独立精品店，同时在多家百货商场和专卖店设有超过 3,000 个专柜。自 2010 年起将其业务扩展到亚洲，在首尔、台北及香港开设分店。并于 2011 年在北京成立在中国内地的首家分店，每年在中国销售价值数百万美元的产品。

专家组认为，“Tory Burch”这个标志或名称具有一定的显著性，不是汉语拼音、日常用字或用语，且被投诉人也没有就其选择注册这个争议域名提供合理解释。而被投诉人在对争议域名并不享有任何权利或合法权益的情况下仍将该域名注册，这事实本身已具有恶意。基于 Tory Burch 系列商标在时尚精品行业的知名度及传媒就 Tory Burch 品牌在中国和香港的宣传报道，可见被投诉人于注册争议域名时并不可能不知悉投诉人 Tory Burch 系列商标。

依据投诉人提供的证据显示，被投诉人注册争议域名 < toryburch.com.cn >，其网站将跳转到 22.cn 的一个停放页面，内容指争议域名可以转让。而当投诉人（透过其代表）于 2015 年 8 月 18 日通过停放页面在 22.cn 提出以人民币 1,000 元购买争议域名。于 2015 年 8 月 19 日，22.cn 的代表通知投诉人的代表被投诉人要求以人民币 50,000 元作为转让争议域名

的代价。这些情况清楚显示被投诉人旨在以高于被投诉人直接与争议域名相关的成本的价格出售争议域名，恶意注册和使用争议域名。

因此专家组认为，被投诉人对投诉人的业务活动必然有所了解，包括投诉人就“Tory Burch”这个标志或名称所享有的合法权益。被投诉人在知晓投诉人商标所拥有的在先权利的情况下仍将其注册为域名，具有试图规避《解决办法》和《程序规则》管辖的恶意。综上所述，专家组认为被投诉人对该争议域名的注册或者使用符合《解决办法》所规定的恶意的要求。

5. 裁决

基于以上所有理由，根据《解决办法》第十四条的规定，专家组认定投诉成立，裁定将争议域名<toryburch.com.cn>转移给投诉人。

专家组：施天艺

Sole Panelist: Timothy Sze

日期: 2015年10月20日