



香港國際仲裁中心
Hong Kong International Arbitration Centre

ADMINISTRATIVE PANEL DECISION

行政专家组裁决

Case No.: DCN-0800297

案件编号: DCN-0800297

投诉人: Anheuser-Busch, Inc
被投诉人: 东方网景
争议域名: budweiser-beer.cn
注册商: 北京东方网景信息科技有限公司

一、 案件程序

香港国际仲裁中心于 2008 年 12 月 4 日收到投诉人提交的英文投诉书。2008 年 12 月 6 日, 香港国际仲裁中心以电子邮件要求投诉人按要求在规定期限内提交投诉书的中文译本。同日, 香港国际仲裁中心向域名注册机构北京东方网景信息科技有限公司及中国互联网络信息中心以电子邮件传送注册信息确认函, 请求确认本案争议域名的相关信息。2008 年 12 月 8 日, 域名注册机构回复香港国际仲裁中心, 确认本案争议域名由其提供注册服务, 东方网景是争议域名注册人; 现争议域名持有人东方网景为本案被投诉人。同日, 香港国际仲裁中心以电子邮件向投诉人传送确认收到投诉书通知, 确认收到投诉人的投诉书, 及相关案件费用。2008 年 12 月 16 日, 投诉人以电子邮件向香港国际仲裁中心提交投诉书的中文译本。

2008 年 12 月 17 日, 香港国际仲裁中心以电子邮件向被投诉人传送程序开始通知, 同时转送业经审查合格的投诉书及所有附件材料, 要求被投诉人按照规定的期限提交答辩。该邮件抄送投诉人和域名注册机构。2009 年 1 月 6 日, 被投诉人向香港国际仲裁中心提交答辩书。2009 年 1 月 7 日, 香港国际仲裁中心向被投诉人发送收到答辩确认通知, 并将答辩书以电子邮件转送给投诉人。

由于投诉人和被投诉人均选择由一人专家组审理案件, 根据程序规则和补充规则的规定, 本案应由香港国际仲裁中心指定一名专家, 成立独任专家组, 予以审理。香港国际仲裁中心于 2009 年 1 月 15 日以电子邮件向香港国际仲裁中心拟指定的独任专家赵云博士传列为候选专家通知, 请赵云博士确认: 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。同日, 赵云博士回复确认, 同意接受指定, 并保证案件审理的独立性和公正性。

2009 年 1 月 18 日, 香港国际仲裁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, 确定指定赵云博士为本案独任专家, 成立一人独任专家组, 审理本案, 并将案件移交专家组。

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 2 月 9 日或之前做出裁决。

二、基本事实

(一) 关于投诉人

本案投诉人是 Anheuser-Busch, Inc, 为一在美国注册成立的公司, 地址为 One Busch Place, St. Louis, Missouri 63118, United States of America。投诉人在本案中的委托代理人为路伟律师行。

(二) 关于被投诉人

本案被投诉人是东方网景。被投诉人于 2007 年 4 月 24 日通过北京东方网景信息科技有限公司注册了本案争议域名 budweiser-beer.cn。

三、当事人主张

(一) 投诉人诉称:

投诉人创立于 1876 年, 现为全球最大酿酒厂之一, 是出品世界知名 BUDWEISER 品牌啤酒的公司。投诉人在世界多个国家在差不多所有类形的媒体上, 已投放数以十亿美元为其商标 BUDWEISER 进行广告宣传。BUDWEISER 已成为全球销量第二最高的啤酒。投诉人的国际品牌啤酒, 其中包括 BUDWEISER 及 BUD LIGHT, 单在 2007 年 12 月 31 日止年度的全球销量已达 1.616 亿桶, 总销售额为 18,989,000,000 美元。该等销售数字显示 BUDWEISER 品牌现已取得的声誉、商誉和全球性的知名度。BUDWEISER 品牌啤酒早于 1995 年最初引入中国; 同年投诉人亦在中国为 BUDWEISER 商标申请和取得注册。投诉人现于中国已就由 BUDWEISER 组成或包含 BUDWEISER 的商标取得超过 95 项注册。投诉人一直致力支持中国酿酒业的发展, 在过去 5 年间在中国的投资已超过 15 亿美元 (人民币 122 亿元)。投诉人通过其子公司安海斯-布希国际控股有限公司 (Anheuser-Busch International, Inc) 在中国经营 14 家酿酒厂, 并在北京、成都、广州、哈尔滨、青岛和上海设立地区办事处, 雇用超过 8,800 名员工, 大部份为中国公民。单单是投诉人最大规模的武汉酿酒厂已拥有 340 万桶的生产力。通过其在各省市地方有线电视台进行长期和创新的广告宣传计划以及对顶级体育项目的赞助和流行音乐计划, 投诉人已大大提高 BUDWEISER 品牌在中国的知名度和普及性。最近, BUDWEISER 更担任 2008 年北京奥运会的官方指定国际啤酒赞助商, 进行全面的奥运会市场推广计划, 包括广告、包装、特别项目和商务推扩等活动。该等广告、宣传和赞助活动确保 BUDWEISER 啤酒在中国喜好啤酒的人士之中大受欢迎并成为在中国销售的领先优质国际啤酒。事实上, 投诉人的 BUDWEISER 品牌啤酒单在 2007 年合共在中国的销售量已达 280 万桶, 销售总额合计约达 3.89 亿美元。

1. 争议域名与投诉人享有权益的标志相同/或混淆地近似

争议域名的非类别部分(即 BUDWEISER) 完全挪用投诉人的注册商标 BUDWEISER, 与该注册商标完全相同。争议域名中包含“-beer”的部份是对投诉人取得声誉和商誉的产品描述。就此而言, 该部份属于类别标记, 不能用以将争议域名与 BUDWEISER 商标识别, 仅会强化争议域名与投诉人的 BUDWEISER 商标之间发生混淆的可能性。域名如

在其他方面完全包含一个知名商标，在该域名中加入通用词语（例如“-beer”）已被认定为不具有任何重要意义。目前已公认，在考虑一个商标是否与一个域名相同及 / 或混淆地近似时，应毋需考虑域名的网缀。

2. 被投诉人对争议域名并不享有权利或合法权益

投诉人首先确认投诉人并没有亦从来没有授予被投诉人任何权利、许可、授权或同意，已使用其 **BUDWEISER** 商标。投诉人在中国采用及广泛使用 **BUDWEISER** 商标的日期远早于被投诉人注册和初次使用争议域名的日期，计超过 20 年；此事实的实际意义是将证明其对争议识别域名拥有合法权利及 / 或权益的举证责任转移予被投诉人。如没有此等证明，被投诉人就不能履行其举证责任，因此专家组应裁定被投诉人对争议域名不享有任何合法权利或权益。（a）争议域名并不反映被投诉人的姓名或其单位的名称；（b）被投诉人或被投诉人单位于中国并不拥有反映争议域名的人和注册商标权利；及（c）被投诉人并没有就任何真诚的商品或服务的提供对争议域名做任何使用，而鉴于投诉人对 **BUDWEISER** 商标所拥有的权利，被投诉人亦不可能作出上述行动。争议域名并不反映被投诉人的名称或被投诉人在中国拥有任何注册权利或权益的其他名称或商标。投诉人的法律代表以“东方网景”（被投诉人）及“东方网景 cn 域名”（被投诉人单位）的名称进行专有商标搜索，结果显示该两名称在中国并非任何相关商标的所有人。事实显示被投诉人似乎从没有就任何真诚的商品或服务的提供对争议域名作出任何使用。争议域名所导向的网站仅包含单一网页，载有一项销售争议域名的广告，此情况不可能声称为真诚的服务提供。被投诉人认为在任何情况下鉴于投诉人拥有的广泛商标组合和在中国就 **BUDWEISER** 在啤酒商品中享有的知名度，被投诉人不可能进行任何真诚的商业用途，因为就啤酒或相关产品对争议域名的任何使用均必然会导致产生的投诉人存在关联的错误印象。

3. 被投诉人对争议域名的注册具有恶意

被投诉人在不享有任何合法权利或权益的情况下注册争议域名这事实本身已证明被投诉人注册争议域名具有恶意。鉴于投诉人在 **BUDWEISER** 于全球（包括在中国）在广泛层面享有的知名度，以及被投诉人在争议域名中加入明显与投诉人的商品有关的字眼“beer”（啤酒），可就此作出如下不可推翻的推断：被投诉人注册争议域名时已知道投诉人的 **BUDWEISER** 商标。被投诉人于注册及使用争议域名时已全面知悉投诉人于此等商标之在先权利，而被投诉人并没有向作为商标拥有人的投诉人寻求给予许可，被投诉人在上述情况下注册和使用争议域名概不能视为真诚的行为。目前已存在大量案例指出任何实体如与知名商标并无任何关系但注册与该知名商标混淆地相似的域名这事实本身已充份证明该域名的使用和注册具有恶意。特别在域名不单明显与投诉人的商标相似，更与投诉人的商品相关连的情况下，更能证明有关注册和使用具有恶意；在本案中即出现该等情况，被投诉人在注册争议域名时同时使用投诉人的 **BUDWEISER** 商标及投诉人的核心商品——啤酒。最后《解决办法》对注册和使用域名具有恶意的认定作出如下规定：该情形表明注册或获取域名的主要目的是为向投诉人或投诉人的竞争对手出售、出租或转让域名，以获取直接与域名注册相关费用之外的额外收益。在本案中，被投诉人获取争议域名的唯一目的似乎是要出售域名。证据显示，争议域名的唯一用途或唯一曾被使用的用途是导向一个要约出售争议域名的网站。鉴于争议域名明显与投诉人及其啤酒商品有关，实难以想象除投诉人外会有其他合法买家，故可合理推断投诉人有意将争议域名售予投诉人。同时亦可作出如下的合理推断：如非为超过其成本费用的收益，被投诉人不会愿意不厌其烦地购买争议域名、维持其注册和将其要约出售。

根据解决办法的规定，并基于上述理由，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。

（二）被投诉人辩称：

1. 对 BUDWEISER 品牌和权利的认识

投诉人在中国，在本行业只是一个很普通的企业，全部产值包括非 BUDWEISER 产品在内全部产品，在中国所占市场份额很小，并没有多大的影响力，并非中国驰名商标和中国知名厂商和品牌。由于中国市场的特殊性，广大消费者对 BUDWEISER 品牌的认知度非常低，十四亿人口绝大多数人根本不知道 BUDWEISER 是何物？即便是进行解释，估计还是大部分人不清楚到底是怎么回事。中国现行法律并没有创设的域名权，域名登记程序只是对网络地址标识的管理规范，并不产生一项新的知识产权权利。 .cn 域名注册的开放，就是要于国际顶级域名相区别，根据 .cn 域名的注册原则，BUDWEISER 商标的注册不能成为当然对抗 BUDWEISER.cn 注册的理由。所以，投诉人对 BUDWEISER 不是驰名商标，不享有域名权，故不能作出投诉人对 BUDWEISER-BEER.cn 享有民事权益的判断。

2. 被投诉人对争议域名享有合法权益

被投诉人是一家经营多年的互联网企业，中国有了互联网产业开始，就有被投诉人的身影，在互联网行业属于元老级的企业，享有很高的声誉。被投诉人曾经经营过门户网站，也曾经经营电子商务，被投诉人持有 BUDWEISER-BEER.cn 域名主要是使用准该域名开展相关的商业活动，被投诉人准备在网站上宣传、销售自己的产品和业务是正常合法的商业行为。因此、被投诉人对争议域名或主要识别部分享有合法权益。

3. 被投诉人对域名的持有、使用不具有恶意

被投诉人不存在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的情形。被投诉人也不存在注册或者受让争议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以误导公众的情形。广大人民群众对投诉人所使用的 BUDWEISER 的标识没有什么认知度。根本谈不上被投诉人损害声誉、破坏业务活动或者混淆误导公众。同时，在本案中，被投诉人获取争议域名的唯一目的是为了准备开展合法的商业活动，并非要出售域名。由此可知被投诉人对域名的持有、使用不具有恶意。需要指出，由于被投诉人是基于合法目的而合法持有和使用争议域名，客观上阻碍的第三方恶意占有和使用该域名，我们愿意和投诉人协商解决存在的问题。

四、专家组意见

专家组依据解决办法、程序规则及补充规则的规定对本域名争议案进行审理裁决。

根据解决办法第八条的规定，符合以下条件的投诉，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。

解决办法第七条规定，投诉人和被投诉人应当对各自的主张承担举证责任。

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、答辩书及有关证据材料，本案专家组意见如下：

(一) 关于完全相同或混淆性相似

投诉人是一家生产啤酒的美国公司，很早开始就已经在包括中国在内的世界上许多国家和地区均有生产活动和销售活动。投诉人更在中国就其“**BUDWEISER**”获得商标注册，至今已经有 20 余年的注册时间，远远早于争议商标的注册日期。该商标目前处于注册有效期内。由此，专家组认定，投诉人就“**BUDWEISER**”商标拥有受中国法律保护的注册商标专用权。在对有关商标权的确认方面，并不要求该商标是否是知名商标；只要是在中国获得注册的商标，就应当受到中国法律的保护。确实如被投诉人所言，中国现行法律并未创设域名权，但是解决办法本条的规定则是针对争议域名主要部分的权利而言，而不是有关域名权的确定。

本案争议域名的主要部分由两部分组成，即“**budweiser**”和“**beer**”。毫无疑问，“**budweiser**”与投诉人的商标完全相同。争议域名的主要部分的另一个构成内容为“**beer**”。两者之间的一条横线，在进行比较时，是可以忽略不计的。“**beer**”为一普通英文词汇，为“啤酒”的意思，该词汇代表的正是投诉人从事的业务。该词汇的增加非但不能将争议域名与投诉人的注册商标相区别开，反而会加强两者之间的联系。因此，争议域名的主要部分与投诉人拥有的在先权利的商标构成近似，该争议域名的使用极为容易使公众误认为使用争议域名的网站是投诉人开办的网站，或与投诉人存在某种联系，足以导致产生混淆。

因此，专家组认定投诉人的投诉已满足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利益

投诉人主张被投诉人对争议域名或其主要部分不享有任何合法权益，同时也确认，投诉人从未授权被投诉人以任何方式使用“**BUDWEISER**”商标或域名。被投诉人则强调其在互

联网行业的名望，以及表示其准备利用网站进行有关活动；这些言语表述与证明被投诉人的权益没有任何关系。被投诉人也没有提交任何证据证明其对争议域名或其中的主要部分享有合法权益，亦无证据显示被投诉人对争议域名或其主要部分享有任何合法权益。依据现有证据，专家组无法得出被投诉人对争议域名拥有合法权益的结论。据此，专家组认定被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权益。

本案投诉已符合解决办法第八条所规定的第二个条件。

（三）关于恶意

投诉人提供的证据表明，投诉人是一家国际知名的啤酒公司；在中国开展经营活动已经有 20 余年。投诉人并就其“BUDWEISER”商标在中国大陆申请注册并获批准，至今已经超过 20 年，经过投诉人多年的宣传和市场运作，该商标已成为凝聚投诉人商誉的商业标识。投诉人提交的证据充分表明，投诉人的“BUDWEISER”啤酒是全球销量第二的啤酒；投诉人在中国的运营相当成功，投诉人及其“BUDWEISER”商标在中国享有极高的声誉；而且投诉人的产品与人们日常饮食紧密相关。被投诉人有关该商标在中国没有认知度的书面看法并不能否认投诉人及其商标在中国的知名度。此外，该商标并不是一个普通英文词汇，而且将该商标与表示“啤酒”的英文单词连在一起，更加增加注册该争议域名的针对性。根据这些事实，专家组认为，被投诉人在注册争议域名时显然已经知道投诉人及其商标的存在以及该商标的商业价值。被投诉人明知自己对“BUDWEISER”商标不享有任何合法权益，仍然将这一品牌注册为自己的域名，客观上必然阻止了作为商标权人的投诉人将自己的商标用于域名注册，妨碍了投诉人在互联网上使用自己的域名进行商业活动。其注册行为本身即具有恶意。被投诉人认为其注册域名的目的是为了开展合法的商业活动，但是被投诉人也没有作任何解释或提交任何证据表明其为开展商业活动在注册后一年多时间内进行的准备工作；而且争议域名的网站清楚表明，该域名是用于出售的。至于该网站向谁出售并以何种价格出售，专家组在此不作任何揣测和推断。

鉴于此，专家组认定，被投诉人注册争议域名具有解决办法第九条所规定的恶意。

五、 裁决

基于上述案件事实和理由，本案专家组裁决：

投诉人以被投诉人注册争议域名 budweiser-beer.cn 而提起的投诉成立，争议域名 budweiser-beer.cn 应转移给投诉人。

独任专家组专家：赵云
二零零九年一月十九日