



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

ADMINISTRATIVE PANEL DECISION

行政专家组裁决

案件编号: DCN-0900363

投诉人: OSRAM GmbH (欧司朗有限公司)

被投诉人: 周旋

争议域名: osram.cn

注册商: 北京中西泰安技术服务有限公司

一、案件程序

2009年8月14日, 投诉人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)以及香港国际仲裁中心2007年10月8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域名争议解决办法〉补充规则》(下称补充规则)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。

2009年8月19日, 香港国际仲裁中心以电子邮件方式向投诉人传送投诉确认通知, 确认收到了投诉人的投诉书并通知提交相关案件费用。同日, 香港国际仲裁中心向域名注册服务机构北京中西泰安技术服务有限公司传送注册信息确认函, 请求确认注册信息。同日, 争议域名注册商回复确认注册信息, 确认本案争议域名由其提供注册服务, 争议域名的注册人为周旋。

2009年9月18日, 香港国际仲裁中心以电子邮件方式向被投诉人传送程序开始通知, 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, 并同时转送业经审查合格的投诉书副本。

2009年10月11日, 被投诉人根据解决办法、程序规则以及补充规则的规定向香港国际仲裁中心提交了答辩书, 并选择由一人专家组审理本案。

2009年10月12日, 香港国际仲裁中心以电子邮件方式向投诉人传送确认收到答辩书通知。

2009年10月16日, 香港国际仲裁中心向双方当事人及高卢麟先生传送专家确定通知, 指定高卢麟博士为本案独任专家, 成立独任专家组, 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11月2

日或之前)就本案争议作出裁决。

二、基本事实

(一) 关于投诉人

投诉人是 OSRAM GmbH (欧司朗有限公司), 为一家德国公司, 其地址为海拉布鲁那街 1 号, 慕尼黑市, 邮政编码 81543, 德国。投诉人在本案中的委托代理人是 Hoftstetter, Schurack & Skora 专利代理律师事务所的苏珊.斯琪米特。

(二) 关于被投诉人

被投诉人是周旋, 其于 2009 年 5 月 8 日通过北京中西泰安技术服务有限公司注册了本案争议域名 “osram.cn”。

三、当事人主张

(一) 投诉人诉称:

投诉人已经在全球 150 多个国家和地区注册了 500 多个 “OSRAM” 商标和服务商标。而且, 马德里协定数据库 (MADRID Express Database) 已经包含了投诉人拥有的 112 件国际 “OSRAM” 商标。(附件 3)

本投诉书基于以下事实和法律基础: 该 osram.cn 域名和投诉人享有权利的商标或者服务商标相同或者近似, 并足以导致混淆。

投诉人的公司名 “OSRAM” 在许多国家和地区作为商标受到保护。争议域名和投诉人享有上述权利的 “OSRAM” 商标几乎相同, 而且也 and 投诉人的公司名称基本相同。

投诉人的公司名称是 “OSRAM”。公司名称的剩余部分 “GmbH”, 仅仅表明投诉人是一家德国有限公司的法律状态。投诉人隶属于 1919 年在德国创立的 OSRAM 集团。投诉人是一家国际跨国公司, 总部位于慕尼黑。OSRAM 公司目前雇用了 41,000 人, 在约 150 个国家服务于顾客。她在 19 个国家拥有 49 个生产基地。OSRAM 是全球两大照明产品制造公司之一。投诉人负责 OSRAM 集团的商标和域名事务。(附件 4)

其历史沿革显示: OSRAM 已经发展成为一家强壮、大型和风华正茂的公司。自从其创建以来, 投诉人一直以 “OSRAM” 品牌进行产品销售, 该品牌已经成为公司的主要商标。早在 1906 年 4 月 7 日, OSRAM 就已经注册成为 “白炽灯和弧光灯” 的商标。(附件 5)

由于在国际上的频繁使用, “OSRAM” 商标在国际上已经 “驰名”。投诉人提供了许多反面案例, 例如:

WIPO 案件:

No. D2008-1032-OSRAM GmbH vs. Transure Entrprise Ltd.(osramonline.com);

DRO2005-0004- OSRAM GmbH vs. web4COMM SRL Romania (osram.ro);

No. D2008-0083-OSRAM GmbH vs. Ocean Grenier (osram-led.com);

No. 2008-1046- OSRAM GmbH vs. Emmanuel Jouret (Osram.com);

No. D2008-1045-OSRAM GmbH vs. Sinclair Vabalon (osramslyvania.com);

No. 2008-1033-OSRAM GmbH vs. Texas International Property Associates-NA NA (osram-opto.com)

在上述案件中，裁判厅都确认“osram”已经是投诉人及其产品的显著标志。

投诉人拥有以“OSRAM”命名的 140 多个域名，涵盖了国际顶级和国家顶级域名。（附件 6）

在争议域名的次级标志中，被投诉人使用了“osram”字样。特别指出，据投诉人所知：

- （1）被投诉人并非“osram”商标或者近似商标的持有人；
- （2）被投诉人并没有以合法和非商业目的使用“osram”商标以及争议域名，而且被投诉人也没有合理使用；
- （3）被投诉人并非投诉人的授权经销商、分销商或者授权对象。

被投诉人不是 OSRAM 产品的授权经销商，他也从来没有就合作事项联系过投诉人。被投诉人没有使用争议域名进行 OSRAM 产品销售和促销的真实意图。被投诉人对投诉人当然有了解。被投诉人选择了和投诉人的注册商标“OSRAM”实质相似的“osram.cn”域名，这已经清晰表明其恶意的倾向。被投诉人使用争议域名，通过制造和投诉人的域名和 OSRAM 商标的可能混淆来吸引互联网使用者浏览被投诉人的商业网站。

2009 年 6 月，whois 数据库包含有该“osram.cn”域名的管理员电子邮箱 namede@yeah.net。（附件 7）上述电子邮箱的拥有者已经注册了 15 个域名。（附件 8）该 osram.cn 域名的当前管理者电子邮箱 xiulan@sina.cn 的拥有者注册了 3 个域名（附件 9），并提供了 12 个其他域名进行出售。（附件 10）

这里明显有一个问题（附件 11）：为什么在众多的待售域名中 osram.cn 是一个私人使用的域名呢？但是，当域名网站的意图是商业运作时，私人使用就被排除掉了。商业运作的目的不仅仅是为了盈利，而且是基于实质和长期的运营。如果私人互联网博客因此而多星期多月份地长期运营，那么此类实质和永久运营的模式就形成了。现在，很多私人博客是商业运作的。被投诉人使用争议域名不是出于个人兴趣爱好。注册一个包含别人驰名商标的域名不能给被投诉人授予该域名的任何权利或者合法权益，而是构成了恶意。被投诉人选择了一个和投诉人的著名“OSRAM”注册商标实质上相同的“osram.cn”域名，已经清楚表明了其恶意倾向。

被投诉人没有致力于真诚地使用该争议域名。被投诉人使用争议域名是为了商业目的，通过制造和投诉人的“OSRAM”域名和商标的可能混淆来吸引互联网使用者浏览其网站。

（二）被投诉人辩称：

一、被争议域名不属于争议解决机构受理的范围

本案中的争议域名是被投诉人于 2009 年 5 月 10 日,通过拍卖的方式从国域网 (www.66.cn) 取得,并支付对价人民币 1560 元。因此,投诉书附件 1 中显示的注册时间,实际上是被投诉人拍卖取得的时间;而争议域名在 2003 年曾经就被注册过。根据《解决办法》第二条的规定,争议域名的注册期限已经满两年,因此该投诉不应被受理。(附件 1)

二、投诉人不能证明其享有据以主张域名侵权的民事权益

在投诉书中投诉人主张其对“osram”享有商标权,但是并没有说明其依据哪些商标主张权利,也没有提供有效的权利证明。商标权是有地域性的,非在中国注册的商标或非在中国境内使用的驰名商标是不受我国法律保护的。同时,投诉人未提供其注册商标的具体文字或图形,也无法比对其与争议域名是否相同或可能造成混淆。被投诉人不认可投诉人提交的附件 3 的真实性及关联性。

此外,投诉人的公司全称是 OSRAM GESELLSCHAFT MIT BESCHRANKTER HAFTUNG,该公司全称一直使用德文,普通大众对其公司名称中的所有单词都是陌生的,因此“OSRAM”在其公司名称中并没有任何显著性。而且该公司为德国公司,在中国境内并不知名,投诉人的企业名称权(特别是部分单词)在中国境内是不能要求法律特别保护的,更不能对抗他人合法拥有的域名权。

三、“osram”涵义解读

OSRAM 有多种解读方式。首先,“ram”是电脑内存的缩写,而被投诉人使用“osram.cn”的博客取名为“偶是 Ram”(“O”=“偶”=“我”,“S”=“是”),也是根据网络流行语对“我是 Ram”的表述,取意为“自己如内存一样对电脑知识有快速的存储功能”,这是出于对博客资讯及时、更新迅速的一种宣传考虑,这也是被投诉人竞拍该争议域名的初衷。此外,“osram”也是一个通用英文单词,原意为钨丝、钨钨灯丝合金。“osram lamp”为钨丝灯。所以“osram”为一公知公用的词汇,并非投诉人的专用词。该单词在中国属于生僻词汇,甚至未被列入国内通用英语水平测试的四六级词汇表中。因此可以推断,在国内,大多数人不了解“osram”的含义。而且,投诉人并未提供足以使公众将该单词与其生产的产品等同起来的任何证据,因而其关于被投诉人注册争议域名足以使公众产生混淆,误导公众的说法也不能获得支持。

四、被投诉人对争议域名已取得合法权益

被投诉人在取得争议域名后,经其用于个人博客(BLOG)使用。“O”音译为“偶”,是国内通行的互联网语言的“我”的意思。“S”为“是”的拼音缩写。该博客名称全称为“偶是 Ram”,副标题是“Os,Ram 电脑知识分享库”。博客中的内容主要是提供电脑知识和最新的电子产品资讯,并获得了相当多电脑爱好者的关注。被投诉人的博客没有任何商业目的,纯粹出于个人的兴趣爱好,博客中没有任何商业广告,也未通过其他任何途径利用博客获取商业利益。同时博客内容与投诉人的经营产品“白炽灯和弧光灯”没有任何重合,不存在误导消费者的可能。

因此,根据《争议办法》第十条第三款的规定,被投诉人对争议域名享有合法权益。

必须强调的是投诉人认为被投诉人对域名的使用存在商业用途是违背事实 and 法律的。盈利目的是认定域名作为“商业使用”的必要条件，而被投诉人对争议域名的使用纯属私人行为，没有任何盈利目的。投诉人将“实质和长期运营”等同于商业运作是没有任何事实和法律依据的。（附件 2）

五、被投诉人对域名的注册和使用不存在恶意

1、被投诉人通过公开的拍卖程序取得争议域名，在被投诉人取得该域名之前，争议域名已经被前手权利人使用多年，该域名未受到有效的投诉，包括来自投诉人的。因此，被投诉人有充分理由相信该域名并不存在侵犯他人合法权益的风险。同时，投诉人的公司和品牌在中国境内并没有较高知名度，甚至没有广告宣传，因此包括被投诉人在内的竞拍者都不知道该域名与投诉人存在某种联系，进而认识到该域名具有商业价值。正因如此，该域名的拍得价格仅为人民币 1560 元，属于正常价格范围。综上，被投诉人不存在恶意抢注或高价收购争议域名的故意和行为，对争议域名的取得是善意的和合法的。（附件 3）

2、被投诉人不存在《争议办法》第九条第一款所述的恶意。被投诉人取得争议域名后将其用于自己的个人博客使用，并未进行商业使用，也没有试图向投诉人或投诉人的竞争对手出售。由于被投诉人的使用，该博客获得越来越多的关注，并已经具备一定的知名度，因此，即使是将来被投诉人也没有出售该域名的打算。

3、被投诉人没有非法抢注他人享有合法权益的域名的不良纪录。投诉人提供的附件 8、9、10 不能证明其证明目的。

（1）投诉人对附件 8、9、10 的真实性不予认可，根据中国证据规则的规定，投诉人在没有任何公证监督的情况下打印的网页，是不能作为证据使用的。

（2）namede@yeah.net 邮箱与被投诉人没有任何关系，因此附件 8 与本案没有关联性。

（3）法律并不禁止公民一人拥有数个域名。退一步讲，即使被投诉人确实注册或使用了若干个域名，只要这种行为未侵犯他人权利且不存在恶意，那么被投诉人对这些域名所享有的权利同样是受法律保护的。

（4）中国法律同样允许公民出售其合法所有的域名。

综上，投诉人不能证明被投诉人存在《争议办法》第九条第二款所述的恶意。

4、被投诉人的博客内容与投诉人及其经营的产品完全不同，不存在干扰投诉人经营或混淆、误导公众的可能，因此也不存在《争议办法》第九条第三款所述的恶意。

六、被投诉人对域名的使用并不会对投诉人的商业利益造成任何伤害

即便有浏览者由于域名拼写的原因，将被投诉人的网站误认为与投诉人存在某种联系，但是一旦其进入该网站，这种误解马上就会消除。如果浏览者需要了解投诉人的公司或产品信息，他并不会因为被投诉人的网站而获得某种误导，仍然会通过搜索或其他途径进入投诉人的网站，获得正确信息。当被投诉人的行为不可能对他人已享有的合法权益造成侵害时，任何人也无权妨害被投诉人享有其

合法权益，否则就背离了“反不正当竞争”的宗旨和目的。

七、投诉人的投诉行为是一种商业霸权的体现，不应得到法律的支持

1、投诉人出于自身利益的考虑不惜侵犯他人合法权益

法律并不禁止企业追求更大的利益，但是前提是不能侵犯他人的合法权利。投诉人试图将所有与“OSRAM”相近似的域名全部收入囊中，以达到使其公司和产品在互联网上宣传更加集中和便捷的目的，这从商业的角度是可以理解的。但是，法律并没有赋予投诉人实现这一目的排他权或优先权，投诉人必须通过在先注册或合理转让的方式去获得其目标的域名。被投诉人合法拥有和使用争议域名并没有损害投诉人的利益，仅仅是可能妨碍了投诉人追求更大商业利益，但投诉人有什么理由强制别人为他的商业利益让路呢？并且，投诉人未对手中掌握的大量域名妥善使用，而只是一味霸占有限的域名资源。这是明显的商业霸权行为。（附件4）

反过来讲，如果有一天被投诉人经营的博客的知名度超过了投诉人的公司和产品，更多的人将“OSRAM”与电脑产品和电脑知识的介绍联系在一起，那也是非常正常的，是完全符合法律的价值。因为这一结果是被投诉人通过添加在其博客上的创造性地劳动造成的，理所应当受法律保护。

商标权并不具有绝对的优先性，同时还具有产品范围的局限性。商标权不必然排斥相同或相近的域名权，同时商标权也仅在同类商品上排斥其他相同或近似的在后商标权。因此，以商标权为基础请求限制他人的域名权，主要是基于“反不正当竞争”的考虑，那么必然要考虑是否造成混淆、是否干扰经营或误导公众等情节。本案中被投诉人确实不存在不正当竞争的行为，请仲裁员考虑。

2、投诉人试图让别人为其怠于行使权利的行为买单

中国cn域名的开放注册时间是2003年3月17日，而被投诉人取得争议域名的时间是2009年5月8日，其间6年多的时间，投诉人没有为取得争议域名做出过任何正面努力。事实上，投诉人如果真正关心其权利，完全可以与被投诉人一起参加域名竞拍，其费用也仅是几千元人民币而已。

我们还注意到，投诉人在1999年就已经注册了osram.com的域名并作为公司网站进行使用。可见投诉人对域名的注册和使用并不陌生，其这么多年来对争议域名的漠视，完全可以视为其对权利的放弃。根据法律的公平和效率的原则，权利人怠于主张权利达到一定的时间法律就不再对其进行保护，而转而保护更积极地行使该权利的其他人。我国民法关于失效的规定和《解决办法》第二条两年期的规定，就是出二对上述原则的考虑。（附件5）

投诉人在怠于行使权利达6年之久后，向被投诉人主张权利，是想让别人为其权利懒惰和经营失误行为买单，对被投诉人是极为不公平的。

综上所述，被投诉人取得和使用争议域名的行为并没有侵犯投诉人的合法权益，而是基于其自身所享有的合法权益，同时在取得和使用过程中，被投诉人也不存在任何恶意。投诉人的投诉行为，是对被投诉人域名权的侵犯，是一种商业霸权思维，理应得不到法律的支持。被投诉人请求驳回投诉人的全部仲裁请求。

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：

对于被投诉人所称争议域名“osram.cn”的注册期限已超过两年应不予受理的主张，专家组认为，争议域名注册时间应以中国互联网络信息中心数据库中记录的时间为准。中国互联网络信息中心数据库的信息记录，以及争议域名注册服务机构的确认均显示，争议域名“osram.cn”的注册时间为2009年5月8日。因此，至投诉人2009年8月14日提交投诉时，争议域名的注册期限尚未超过两年，符合解决办法的规定。专家组对被投诉人的上述主张不予支持。

（一）关于完全相同或混淆性相似

专家组认为，根据解决办法第八条的规定，投诉人对其主张权利的名称或标志享有在先的民事权益，是其投诉能够得到支持的前提。就本案而言，投诉人应当证明其在争议域名“osram.cn”注册日期（2009年5月8日）之前已经在中国存在相应合法的民事权益。专家组注意到，投诉人主要主张其对“OSRAM”享有商标权和商号权，并提供了包括马德里协定数据库有关“OSRAM”商标注册信息列表、WIKIPEDIA关于“OSRAM”介绍的网页打印件等证据加以证明。以下，专家组将分别就投诉人是否对“OSRAM”享有在先商标权和商号权进行评判。

1、关于商标权

就投诉人提供的附件 3 马德里协定数据库有关“OSRAM”商标注册信息列表，专家组认为：该列表既没有显示该等商标的所有者及其有效性信息，也无法证明该等商标已通过领土延伸而在中国获得注册保护。同时，投诉人提供的附件 5 “Highlights in OSRAM’ history”并不能证明“OSRAM”商标在中国已享有较高的知名度，为相关公众所知悉。对于投诉人依据 WIPO 有利于投诉人的仲裁裁决而声称“ORSAM”商标在国际上已驰名的主张，专家组认为，鉴于商标权的地域性以及中国认定驰名商标的通常要求，在没有其它相应证据支持的情况下，无法仅仅根据商标在其他国家和地区享有知名度的事实直接断定该商标在中国也享有较高的知名度并为中国相关公众知悉。

因此，专家组认为，投诉人提交的现有证据不足以证明投诉人在中国境内对“OSRAM”享有商标权，也不能认定该商标在中国为驰名商标和具有较高的知名度。专家组对投诉人享有“OSRAM”商标权的主张不予认定。

2、关于商号权

根据《保护工业产权巴黎公约》第八条“企业名称应在本联盟一切成员国内受到保护，无须申请或注册，也不论其是否作为商标的组成部分”之规定，德国与中国均为《保护工业产权巴黎公约》的成员国，投诉人作为一家在德国注册成立的公司，其企业名称或商号在中国应受到法律保护。根据《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》第六条规定，在中国境内进行商业使用的外国（地区）企业名称，以及具有一定的市场知名度、为相关公众所知悉的企业名称中的字号，可以按《中华人民共和国反不正当竞争法》第五条予以保护。专家组认为，根据上述规定以及中国现阶段的司法实践，在某成员国没有注册登记的企业名称及其商号要得到法律保护，必须同时满足另一个条件，即该商号已经在中国进行使用且产生一定的影响，包括广告或者其他宣传的使用及其产生的一定商业影响。

就本案而言，专家组注意到，投诉人并未提交能够证明“OSRAM”标识作为投诉人的商号已在中国使用并具有一定知名度的证据材料，如投诉人在中国经营活动的证明、中文的产品或服务交易文件或广告宣传材料等。投诉人提交的附件 4 WIKIPEDIA 关于“ORSAM”介绍的网页打印件并未提及投诉人在中国开展的任何商业活动，也未提及“ORSAM”商标在中国的任何使用情况；附件 5 “ORSAM”公司历史资料打印件仅提到投诉人曾在中国设立关联公司，但未有其他证据予以佐证。因此，根据现有证据，专家组无法得出投诉人的商号在争议域名注册日期之前已经在中国使用并产生一定影响的结论。投诉人主张其就“ORSAM”在中国享有商号权的证据不足。

综上所述，专家组认为，投诉人提供的证据不足以证明投诉人对“ORSAM”享有在先民事权益，所以已经无须再比较分析其与争议域名是否具有足以导致混淆的近似性。因此，专家组认定，投诉未能符合解决办法第八条规定的第一个条件。

（二）关于被投诉人权利或合法权益

投诉人主张被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法权益。被投诉人并非

“osram” 商标或近似商标的持有人，也非投诉人的授权经销商、分销商或者授权对象。

被投诉人在答辩中对投诉人的主张予以否认，称其对争议域名已取得合法权益。争议域名下的个人博客主要用于提供电脑知识和最新的电子产品资讯，没有任何商业目的，也未通过任何途径利用博客获取商业利益，同时博客内容与投诉人的经营产品“白炽灯和弧光灯”没有任何重合，不存在误导消费者的可能。被投诉人提供附件 2 争议域名下博客的网页打印件予以佐证。

根据当事人的主张以及所附证据材料，专家组注意到，投诉人和被投诉人提供的争议域名网站打印件均显示，争议域名被用作个人博客，发布电脑知识及最新的电子产品资讯，博客所载产品或信息与投诉人的商业领域存在较大差异，博客内容也未显示被投诉人为获得商业利益而刊载的广告或其他商业活动。此外，被投诉人提交的争议域名网站打印件显示该博客的最早发布时间是 2009 年 5 月 29 日。而投诉人并未对被投诉人的上述证据提出异议。根据解决办法第十条第三款的规定，如果被投诉人在接到投诉书之前具有“合理地使用或非商业性的合法使用争议域名，不存在为获取商业利益而误导消费者的意图”的情形，则表明被投诉人对争议域名享有合法权益。

基于此，专家组可以认定被投诉人合理地使用或非商业性的合法使用争议域名，不存在为获取商业利益而误导消费者的意图，对争议域名享有合法权益。

综上，专家组认为，投诉人的投诉不符合解决办法第八条规定的第二个条件。

（三）关于恶意

投诉人诉称，被投诉人选择和投诉人著名“ORSAM”注册商标实质相同的争议域名，已清楚表明其恶意倾向。被投诉人使用争议域名是为了商业目的，通过制造和投诉人“ORSAM”域名和商标的可能混淆来吸引互联网使用者浏览其网站。

针对投诉人的上述主张，被投诉人辩称，其对域名的注册和使用不存在恶意。被投诉人不存在恶意抢注或从原注册人高价收购域名的故意，也没有试图向投诉人或其竞争对手出售该域名，亦没有非法抢注他人享有合法权益的域名的不良记录。争议域名被用于建立个人博客，并未进行商业使用，基于博客内容与投诉人及其经营的产品完全不同这一事实，也不存在误导消费者的可能。

投诉人声称被投诉人选择与其著名的“OSRAM”商标实质相同的域名已经清楚表明了被投诉人的恶意倾向。对此，专家组认为，在本案中，投诉人未提供证据证明其“ORSAM”商标在中国已具有较高的知名度，从而使相关公众将上述标识与投诉人及其产品联系起来。而且，不能仅仅根据争议域名与投诉人商标实质相同的事实来认定被投诉人的恶意，还应当根据解决办法第九条的规定，结合其他因素来综合考虑被投诉人的恶意。

其次，投诉人声称用争议域名建立的个人博客实质上是商业运作，被投诉人使用争议域名是为了商业目的，通过注册和投诉人“OSRAM”商标实质相同的域名，造成混淆来吸引互联网使用者浏览其网站。对此，专家组无法基于现有证据得出争议域名是用于商业目的，且在争议域名下的个人博客的内容与投诉人的经营范围差异较大，专家组很难认定被投诉人注册和使用争议域名是为混淆与投

诉人之间的区别，误导公众，进而获取不正当利益。

再者，专家组注意到，投诉人自己声称被投诉人从来没有就合作事项联系过投诉人；结合被投诉人将争议域名用于建立个人博客的事实，可以看出被投诉人从原注册人受让争议域名的目的不是为了向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。

最后，投诉人还提供证据证明，还有其它一些域名与争议域名使用相同的电子邮箱作为域名管理人电子邮箱，且其中一些域名有待出售，投诉人以此佐证被投诉人的恶意。专家组认为，这些证据不足以证明被投诉人与这些域名具有必然联系，也无法证明被投诉人具有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恶意情形。

基于以上理由，被投诉人取得争议域名不符合第九条规定的恶意注册或使用域名的情形。

综上所述，专家组认为，投诉不符合解决办法第八条规定的三个条件。

五、裁 决

基于上述案件事实和理由，本案专家组裁决：投诉人就被投诉人注册的争议域名“osram.cn”提起的投诉不成立，驳回投诉人的投诉。

独任专家： 高卢麟

二〇〇九年十月二十九日于北京