



ASIAN DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION CENTRE (BEIJING OFFICE)

— ADNDRC is a charitable institution limited by guarantee registered in Hong Kong

Decision Submission

[English](#)
[Print](#)

Decision ID	DE-0900246
Case ID	CN-0900268
Disputed Domain Name	www.bmw-bmw.com
Case Administrator	Xinmin Cui
Submitted By	YUN ZHAO
Participated Panelist	
Date of Decision	29-07-2009

The Parties Information

Claimant	宝马股份公司
Respondent	yan xuelong

Procedural History

1、案件程序

本案的投诉人是宝马股份公司。
被投诉人是yan xuelong。

本案的争议域名是“bmw-bmw.com”。争议域名的注册商是Xin Net Technology Corporation。亚洲域名争议解决中心北京秘书处（“中心北京秘书处”）于2009年4月22日收到投诉人提交的投诉书。根据互联网名称与数码分配联合会（ICANN）实施的《统一域名争议解决政策》（《政策》）、《统一域名争议解决政策之规则》（《规则》）及亚洲域名争议解决中心（ADNDRC）施行的《统一域名争议解决政策之补充规则》（《补充规则》）提交的投诉书，要求指定一位专家组成独任专家组，审理本案争议。

2009年4月23日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知，确认已收到投诉书。

2009年4月23日，中心北京秘书处以电子邮件向本案争议域名注册机构传送注册信息确认函，请求提供争议域名的注册信息。2009年4月24日，注册商回复确认，争议域名由其提供注册服务，被投诉人为争议域名注册人。

2009年6月10日，中心北京秘书处以投诉转递通知向被投诉人转去投诉书。

2009年6月18日，中心北京秘书处向被投诉人发送程序开始通知，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。同日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人及注册商传送程序开始通知。

截至2009年7月8日，即程序规则规定的最后答辩期限，中心北京秘书处没有收到被投诉人提交的答辩书。2009年7月9日，中心北京秘书处向投诉人以及被投诉人发出缺席审理通知。

2009年7月10日，中心北京秘书处以电子邮件向候选专家赵云先生发送列为候选专家通知，请专家确认：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。2009年7月11日，候选专家表示同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。2009年7月13日，中心北京秘书处以电子邮件向双方当事人以及上述拟定专家传送专家指定通知，确定指定赵云先生为本案专家，成立独任专家组审理本案。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。

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7月27日前（含7月27日）就本案争议作出裁决。

Factual Background

For Claimant

2、基本事实

投诉人：

本案的投诉人为宝马股份公司，为外国企业法人，公司注册地为德国慕尼黑80788。在本案中，投诉人委托北京

集佳知识产权代理有限公司作为其代理人, 参与域名争议解决程序。

For Respondent

被投诉人:

本案被投诉人为yan xuelong, 地址为nanshan, ShenZhen, Guang Dong。被投诉人通过域名注册机构Xin Net Technology Corporation注册了本案争议域名bmw-bmw.com。

Parties' Contentions

Claimant

3、当事人主张

投诉人:

(1) 争议域名主体可识别部分与投诉人享有民事权益的注册商标“BMW”相同, 具有足以导致混淆的近似性。

投诉人及“BMW”商标在全球及中国享有较高知名度。投诉人的历史始于1916年, 最初是一家飞机发动机制造商, 1918年更名为巴伐利亚发动机制造股份公司并上市。BMW是公司名称Bayerische Motoren Werke的缩写, 具有很强的显著性。投诉人拥有以“BMW”为主、MINI和Rolls-Royce(劳斯莱斯)为辅的三大品牌。这些品牌占据了从小型车到顶级豪华轿车各个细分市场的高端, 使投诉人成为世界上唯一一家只专注于高档汽车细分市场的汽车制造商。目前, 投诉人在全球14个国家设有22家生产及组装厂, 员工总数达10.6万人, BMW汽车销售遍及5大洲120多个国家。目前, 投诉人拥有27家销售公司和3,200家独立的代理商。

作为当今世界最成功和效益最好的高档汽车及摩托车生产商, 投诉人近年来连续创造新的销售纪录。2007年, 投诉人延续了成功进程, 旗下三个品牌的销量全部创历史新高, 实现销售增长9.2%, 共向全球客户交付1,500,678辆汽车(2006年: 1,373,970辆)。BMW品牌汽车销量达到1,276,793辆(2006年: 1,185,088辆), 较2006年增长7.7%。在全球的金融和经济危机影响下, 2008年, 投诉人向全球客户交付了1,435,876辆BMW、MINI和Rolls-Royce(劳斯莱斯)汽车, 取得了公司历史上年销量排名第二位的业绩。

在中国, 投诉人早于1994年4月便于北京设立代表处, 标志着投诉人正式进入大中华区市场。2003年3月, 投诉人与华晨中国汽车控股有限公司签订合资企业合同, 华晨宝马汽车有限公司正式成立, 生产厂位于沈阳。2003年10月推出第一款国产BMW汽车之后, 华晨宝马快速推出了多款不同型号、不同配置的3系和5系车型。2005年10月, 宝马(中国)汽车贸易有限公司成立, 它的成立是投诉人对中国市场长期承诺的又一里程碑。目前, 通过进口, BMW全系列车型, 包括BMW 7系、6系、1系、X6、X5和X3家族、Z4敞篷跑车和双门跑车、3系双门轿跑车和敞篷轿车、3系和5系四门轿车的顶级车型、高性能车型BMW M3、M5、M6, MINI及Rolls-Royce汽车在中国大陆均有销售。

2005年3月, 投诉人在北京成立BMW全国培训中心, 致力于为员工提供技术和非技术类的高水平培训; 2005年年底, 开通BMW客户服务中心; 2006年7月, 正式启动BMW道路救援服务, 为客户提供更加便捷的服务; 2007年1月, 投诉人在中国大陆的第一家零部件配送中心在北京正式开业, 截至2007年, 投诉人中国销售和服务网点已达到90家。目前, 投诉人在中国大陆共有三家配送中心, 分别位于北京、上海和佛山, 这一高效灵活的配送网络让BMW能够在全国范围内提供最迅速的零部件供应; 2008年6月, 投诉人在中国启动标准化保养服务, 在中国所有的BMW授权经销商实行统一的保养服务指导工时价和透明、统一的配件价格。

投诉人在中国市场的销售连续多年保持高水平增长, BMW汽车在中国高档车市场的份额逐年提升。2007年, 投诉人在中国大陆市场的销量再创新纪录, 突破5万辆, 达51,588辆。其中BMW汽车49,388辆。华晨宝马汽车有限公司生产的BMW汽车销量达30,600辆。中国大陆进一步巩固了其BMW 7系的全球第二大市场的地位, 销量增长42%, 达10,688辆, 保持了其在中国大陆同级车型细分市场的首要地位。2008, BMW品牌汽车在中国大陆地区的销量增长27%, 达到62,688辆, 其中包括35,163辆国产的BMW 3系和BMW 5系汽车, 国产车销量也创下新的纪录。

经过不懈的品牌打造和形象推广, BMW商标早已为广大中国消费者所熟知, 同时也受到了国家工商及司法机关的有力保护。中国国家工商行政管理局商标局在2000年6月编制的《全国重点商标保护名录》中将“宝马

(BMW)”商标列为重点保护商标。根据商标局“关于印发《全国重点商标保护名录》的通知”, “重点商标是从全国各地工商行政管理机关及有关商标代理组织上报的材料中筛选出来的, 在市场上有较高知名度, 被侵权假冒比较严重且涉及两个以上省级行政区域的注册商标”。

由于BMW商标具有较高知名度, 且其品牌价值不可估量, 市场上随之出现了一些不法经营者为了快速进入市场、增加销路, 采取傍名牌搭便车等恶意竞争行为, 未经投诉人授权或许可在相关商品上使用BMW商标, 以牟取不正当的商业利益。近年来有关工商及司法部门对于多起假冒BMW商标的侵权行为给予了严厉打击, 有效保护了投诉人的合法权益以及BMW品牌在相关公众中的良好声誉。鉴于以上, 投诉人认为投诉人商标“BMW”在全球及中国在争议域名注册前早已经享有较高知名度, 为相关消费者所熟知。

投诉人就“BMW”在中国及全球多个国家都享有注册商标专用权。“BMW”为投诉人企业字号Bayerische Motoren Werke的缩写, 同时, 作为投诉人的独创商标, “BMW”早于二十世纪30年代便于多类商品及服务类别在全球100多个国家取得400多项注册。在中国, 国际注册第G663925号商标“BMW”也早于二十世纪90年代于多类商品及服务类别在中国获得延伸保护, 此外投诉人在中国单独申请注册了第740722号商标“BMW”及第

282195号商标“BMW”。投诉人“BMW”商标在中国的注册达40余项。

在争议域名“bmw-bmw.com”中，“com”为国际顶级域名后缀；“China”是“中国”的英文，皆不具有任何显著性。很明显，两争议域名的可识别主要组成部分“BMW”与投诉人享有商标权、知名商品名称权的“BMW”英文字母组合完全相同。鉴于投诉人BMW商标在中国的较高知名度，对于一般消费者而言，很可能认为争议域名同投诉人存在某种法律或商业关系。因此，可以认为，被投诉人注册争议域名，已构成了与投诉人享有民事权益的企业字号及注册商标的相同或混淆性近似。

(2) 被投诉人对域名主要部分“BMW”不享有合法权益。

被投诉人名称“Yan Xuelong”，其不可能就“BMW”享有企业名称权。此外，根据投诉人查询，被投诉人并未在任何类别注册“BMW”商标。因此，被投诉人对争议域名的主要部分“BMW”不享有企业名称权及商标权。再者，通过网络搜索“BMW”和被投诉人名称，均未查到任何关联，因此，可以推断被投诉人对“BMW”亦不享有其他民事权益，即，被投诉人注册及持有争议域名无任何民事权益作为基础。

(3) 被投诉人对争议域名的注册或者使用具有恶意。

“BMW”既是投诉人的企业字号缩写，也是其注册商标，不具有任何具体含义，具有很强的显著性。鉴于投诉人BMW商标在全球及中国的较高知名度，被投诉人同时注册两个含有“BMW”字样的争议域名绝非巧合，可以推定被投诉人在注册争议域名之前就已经知晓投诉人的知名商标“BMW”，但仍然恶意注册。

被投诉人在未经投诉人授权的情况下，注册争议域名bmw-bmw.com并恶意模仿投诉人中国公司官方网站www.bmw.com.cn的版式设计建立网站www.bmw-bmw.com，在网页上使用“BMW中国”字样，并使用投诉人享有商标专有权的“BMW”文字商标及含有“BMW”字样的蓝白图形商标。此网站首页栏目设置包括：“首页、宝马3系、宝马6系、宝马7系、宝马X3、宝马X5、宝马X7、宝马mini、联系我们”，而且，网页上发布相关联系电话，即“预约试驾:(0755)86090980；销售顾问:(0755)86090980；售后服务:(0755)26544930”。被投诉人上述未经投诉人授权及许可即试图通过设立网站www.bmw-bmw.com销售“BMW”产品的行为，很可能给相关公众造成误认，认为其是投诉人在中国的授权经销商，从而侵害了投诉人对“BMW”商标享有的在先权利及消费者的合法利益。因此，被投诉人以上注册并使用争议域名bmw-bmw.com的行为，已经构成《统一域名争议解决政策》第4条(b)(iii)及(iv)款的恶意情形，即被投诉人注册争议域名的主要目的是破坏投诉人的正常业务；或/及是通过故意制造与投诉人所持有的商标“BMW”的混淆，以诱使互联网络用户访问争议网站或者其他联机地址，并从中牟利非法利益。

根据《统一域名争议解决政策》的规定，投诉人请求专家组裁定争议域名“bmw-bmw.com”应转移给投诉人。

Respondent

被投诉人：

被投诉人在规定的期限内没有提交答辩意见。

Findings

4、专家意见

根据被投诉人与注册商之间的注册协议，被投诉人同意受《统一域名争议解决政策》（《政策》）的约束。

《政策》适用于本项争议解决程序。

《政策》第4条规定了强制性域名争议解决程序。根据第4(a)条的规定，投诉人必须证明以下三个条件均已满足：

- (i)被投诉人域名与投诉人享有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性相似；且
- (ii)被投诉人对该域名并不享有权利或合法利益；且
- (iii)被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意。

Identical / Confusingly Similar

关于完全相同或混淆性相似

投诉人提交的证据显示，“BMW”是投诉人的商标。投诉人在包括中国在内的多个国家和地区获得了“BMW”商标注册，拥有商标权。其标志早在20世纪30年代就已经取得商标注册；在中国，该标志早于1995年就获得中国的商标注册，受中国法律的保护。这个时间远远早于争议域名的注册时间。因此，投诉人对于“BMW”拥有无可置疑的在先权利。争议域名“bmw-bmw.com”中除去表示通用顶级域名的“.com”，其主要部分由两个“bmw”通过横线相连，而“bmw”与投诉人的注册商标完全相同。专家组认为，投诉人的“BMW”商标是具有显著性的独特性标志，并非通用词语；争议域名“bmw-bmw.com”极有可能使人误以为这一域名的注册人是投诉人，或足以导致相关公众误认为被投诉人及该争议域名与投诉人存在一定联系。针对投诉人的主张，被投诉人没有提出任何抗辩。

鉴于此，专家组认定投诉人的投诉已满足了《政策》第4(a)条中的第一项条件，被投诉人的域名与投诉人享有民事权益的名称混淆性相似。

Rights and Legitimate Interests

关于被投诉人权利或合法利益

按照《政策》第4（a）条的规定，专家组需认定的第二个争议事实是，被投诉人是否对争议域名享有权利或合法权益。就认定该争议事实而言，一般应由被投诉人承担举证责任。投诉人主张，被投诉人的名称、地址、标志等方面都与争议域名的可识别部分无关。投诉人提交的证据还表明，投诉人对“BMW”商标，享有充分的在先权利和合法权益；投诉人并主张与被投诉人没有任何关系，也从未授权被投诉人使用“BMW”标志。被投诉人没有提出任何有效抗辩及证据，证明其对“BMW”的任何权益。因此，专家组能够认定的争议事实是，投诉人对“BMW”商标享有权利和合法权益；与此同时，没有任何证据足以让专家组认定被投诉人对争议域名享有任何先于投诉人的权利或合法权益。

综上，专家组认定被投诉人不对争议域名享有任何权利或合法权益；并进而认定，投诉人请求转移争议域名的第二个条件已经满足。

Bad Faith

关于恶意

根据《政策》第4（a）条的规定，投诉人需要证明的第三个争议事实是，被投诉人注册和使用域名具有恶意。

根据《政策》第4（b）条的规定，下列情形（但不限于此）将构成域名注册及使用的恶意：

（i）该情形表明，你方注册或获取域名的主要目的是为了向作为商品商标或服务商标所有人的投诉人或其竞争对手出售、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受益者；或者，

（ii）你方注册行为本身即表明，你方注册该域名的目的是为了阻止商品商标和服务商标的所有人以相应的域名反映其上述商标者；或者，

（iii）你方注册域名的主要目的是为了破坏竞争对手的正常业务者；或者，

（iv）以使用域名的手段，为商业利益目的，你方通过制造你方网站或网址上所出售的商品或提供的服务于投诉人商标之间在来源者、赞助者、附属者或保证者方面的混淆，故意引诱网络用户访问你方网站或其他连机地址者。

投诉人提交的证据表明，投诉人就其商标“BMW”在世界许多国家和地区申请注册并获批准。经过投诉人多年的宣传和良好的市场运作，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，“BMW”商标在中国具有极高的知名度。被投诉人在注册该争议域名时应该已经了解投诉人上述商标的影响和价值。而且，投诉人提交的证据表明，争议域名设立的网站内容是投诉人产品及服务相关的各个链接，这一事实，充分证实被投诉人是清楚知道投诉人及其商标的存在。被投诉人明知“BMW”系投诉人的商标，又在自己对该标识不具有任何合法权益的情况下注册为自己的域名，其注册行为本身即具有恶意。

争议域名的网站除了列名有关投诉人的产品和服务外，还提供了相关联系电话，进行有关产品销售行为，这已经构成《政策》中所列举的典型恶意情形之一，即以使用域名的手段，为商业利益目的，被投诉人通过制造网站或网址上所出售的商品或提供的服务与投诉人商标之间在来源者、赞助者、附属者或保证者方面的混淆，故意引诱网络用户访问被投诉人的网站或其他连机地址者。

据此，专家组认定，投诉人请求转移争议域名的第三个条件已经满足。

基于上述事实与推理，专家组认定，投诉人的投诉满足了《政策》第4（a）条所规定的全部三个条件。

Status

www.bmw-bmw.com

Domain Name Transfer

Decision

5、裁决

专家组适用《政策》第4（a）条规定，基于所阐述的全部意见，认定如下：

- （1）争议域名“bmw-bmw.com”的主要部分与投诉人注册商标“BMW”构成混淆性相似；
- （2）被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法权益；
- （3）被投诉人注册和使用争议域名具有恶意。

据此，专家组依据《政策》第4（a）和《规则》第15条的规定，以及投诉人的投诉请求，裁决争议域名“bmw-bmw.com”应转移给投诉人宝马股份公司。

Back

Print