

亚洲域名争议解决中心
北京秘书处
行政专家组裁决
案件编号: CN 201000374

投 诉 人: 哈尔滨啤酒有限公司
被投诉人: FanChun
争议域名: harbin-beer.com
注 册 商: 厦门易名网络科技有限公司

1、案件程序

2010年8月23日, 投诉人根据互联网名称与编码分配公司(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》)向亚洲域名争议解决中心北京秘书处(以下简称“中心北京秘书处”)提交投诉书, 要求成立一人专家组, 审理本案争议。

2010年8月24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。同日, 中心北京秘书处以电子邮件向ICANN、本案争议域名注册机构(“注册商”)传送注册信息确认函, 请求其提供争议域名的注册信息。注册商于2010年8月27日以电子邮件回复确认: (1) 争议域名由其提供注册服务; (2) 被投诉人为争议域名注册人; (3) 《政策》适用所涉域名投诉; (4) 争议域名注册协议使用的语言为中文。

2010年9月16日, 中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送投诉书传递封面, 并转去投诉书。

2010年9月28日, 中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送程序开始通知, 同时转送已经审查合格的投诉书及其附件材料, 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传送投诉书确认及送达通知, 确认投诉书已于同月经审查合格并送达被投诉

人，本案程序于 2010 年 9 月 28 日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件向争议域名的 ICANN、注册商传送程序开始通知。

2010 年 10 月 16 日，中心北京秘书处收到被投诉人的答辩书。

2010 年 10 月 21 日，中心北京秘书处向投诉人传送被投诉人的答辩书。

由于投诉人和被投诉人均选择一人专家组审理本案，根据有关规定，投诉人和被投诉人应对中心北京秘书处所列五位候选专家进行排序，共同排序最高者将被指定为本案的独任专家审理本案。根据投诉人和被投诉人排序情况，2010 年 11 月 24 日，中心北京秘书处以电子邮件向廉运泽先生传送列为候选专家通知，并请候选专家确认是否接受指定，作为本案专家审理案件，以及如果接受指定，能否在当事人间保持独立公正。同日，廉运泽先生回复邮件表示同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2010 年 11 月 24 日，中心北京秘书处以电子邮件通知双方当事人，确认指定廉运泽先生为本案独任专家，成立一人专家组，审理案件。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。

根据《规则》的规定，专家组应于成立之日起 14 日内即 2010 年 12 月 8 日之前（含 8 日）就本案争议作出裁决。

2、基本事实

投诉人：

本案投诉人为哈尔滨啤酒有限公司，位于黑龙江省哈尔滨市香坊区油坊街 20 号。本案中，投诉人授权的代理人为北京正理商标事务有限公司。

被投诉人：

本案被投诉人为 FanChun（范春），域名注册的联系地址为：Yihuanlu, 610041。联系邮箱为 231799955@qq.com。被投诉人于 2009 年 11 月 20 日通过注册商厦门易名网络科技有限公司注册了争议域名“harbin-beer.com”。

3、当事人主张

投诉人诉称:

(1) 投诉人哈尔滨啤酒有限公司简介

哈尔滨啤酒有限公司创建于 1900 年,是中国最早的啤酒制造商,其生产的哈尔滨啤酒是中国最早的啤酒品牌,至今仍风行于中国各地。哈尔滨啤酒有限公司生产的啤酒均以“哈尔滨啤酒”或“哈啤”命名,再根据原料、制造过程、口感等不同冠以不同名称,各个系列的啤酒产品都受到了消费者的青睐和喜爱,成为行业内翘楚。

以下是投诉人在中国的诞生以及演化过程简介:

1900 年 俄国商人乌卢布列夫斯基开办了中国第一家啤酒厂——乌卢布列夫斯基啤酒厂,并正式生产“哈尔滨啤酒”。

1908 年 乌卢布列夫斯基啤酒厂改名为“古罗里亚啤酒厂”,转由俄国人乌瓦特夫经营。

1932 年 “古罗里亚啤酒厂”改名为“哈尔滨啤酒厂”,转由捷克人加夫列克和中国人李竹臣共营。

1937 年 “大日本麦酒株式会社”社长高桥真男等创建了“哈尔滨啤酒股份有限公司香坊分厂”。

1946 年 苏联红军将“哈尔滨啤酒股份有限公司香坊分厂”更名为“秋林股份有限公司第一啤酒厂”,经理为俄国人马力且夫,当时生产的商标为“红星牌”。

1950 年 苏联红军将工厂交中国政府,企业归属哈尔滨实业总公司,委派张伟民为厂长,改名为“哈尔滨啤酒厂”。

1956 年 不同时代组建的“哈尔滨啤酒厂”合并后,仍用厂名“哈尔滨啤酒厂”。

1959 年 工厂第一次用玉米代替大米生产 250 吨啤酒,此举为中国首创。

1973 年 由工厂和省科技馆合作设计制造的黑龙江省第一台喷淋杀菌

机安装使用。

1996 年“哈尔滨啤酒厂”与香港新中港集团公司合资组建“哈尔滨啤酒有限公司”，李文涛出任总经理。

1997 年 哈尔滨啤酒有限公海伦分公司成立。

1998 年 哈尔滨啤酒（松江）有限公司成立。集团年产销量达 31.2 万吨，列全国啤酒行业第七位。

1999 年 哈尔滨（鹤岗）有限公司成立。集团年产销量超过 40 万吨，列全国啤酒行业第六位。

2000 年 吉林哈尔滨啤酒有限公司成立，年产销量突破 50 万吨。

2001 年 成功收购粤海啤酒北方集团，集团年产销量突破 100 万吨。

2002 年 哈尔滨啤酒（锦州）有限公司成立、哈尔滨啤酒（大庆）有限公司成立、哈尔滨啤酒（唐山）有限公司成立；哈尔滨啤酒集团有限公司在香港主板上市(HKSE: 0249)，当年被评为香港联交所年度最佳上市公司；哈尔滨啤酒被评为“中国名牌产品”。

2003 年 哈尔滨啤酒（延吉）有限公司成立、哈尔滨啤酒（沈阳）有限公司成立、哈尔滨啤酒集团有限公司再一次被评为香港联交所年度最佳上市公司并荣获第一名。

经过百年的发展，哈尔滨啤酒有限公司已经成为国内第五大啤酒酿造企业。作为东北市场的佼佼者，哈尔滨啤酒有限公司在哈尔滨占有 66% 左右的市场份额，在全国的市场份额约达 5%。2002 年，哈尔滨啤酒有限公司成为首家荣获“中国名牌产品生产企业”称号的黑龙江企业。三年后，哈尔滨啤酒有限公司再度当选，成为黑龙江省首家连续两度夺得这一殊荣的企业。

从 1981 年到 2007 年，投诉人获得了国家、省级和市级多项表彰和嘉奖，主要有：

中国食品工业协会授予哈尔滨啤酒有限公司“1981-2001 中国食品工业突出贡献企业”奖；

1997 年被授予“全省首届十大杰出地方名优新产品企业”;

2000 年被授予“哈尔滨商标协会会员单位”;

2001 年哈尔滨啤酒有限公司被授予“全国食品行业质量效益型先进企业证书”;

2002 年被授予“名优产品先进企业”;

2003 年被授予“哈尔滨市环保形象最佳企业”;

2004 年被授予“黑龙江省质量管理先进企业”称号;

2004 年被评为“哈尔滨市环境保护先进单位”;

2006 年哈尔滨啤酒有限公司被授予“中国食品行业质量效益奖”;

2007 年哈尔滨啤酒有限公司被授予“优秀外商投资企业”;

目前,哈尔滨啤酒有限公司共有 8000 多名全职员工,并在国内四省共设 13 家主要酿造厂。包括

黑龙江省:哈尔滨啤酒厂,哈尔滨啤酒(松江)啤酒厂,哈尔滨啤酒(佳木斯)厂,哈尔滨啤酒(牡丹江)厂,哈尔滨啤酒(海伦)厂,哈尔滨啤酒(大庆)厂,哈尔滨啤酒(鹤岗)厂。

吉林省:哈尔滨啤酒(长春)厂,哈尔滨啤酒(吉林)厂,哈尔滨啤酒(延吉)厂。

辽宁省:哈尔滨啤酒(沈阳)厂,哈尔滨啤酒(锦州)厂。

河北省:哈尔滨啤酒(唐山)厂。

哈尔滨啤酒不但在东北三省占有绝对的市场份额,而且销往除西藏以外的全国其他省区,更远销英国、美国、俄罗斯、日本、韩国、新加坡、香港、台湾等 10 多个国家和地区,哈尔滨啤酒正以其纯正清爽的口味、干净利落的口感、高品位高档次的形象赢得愈来愈多的消费者的赞誉和喜爱,投诉人的“哈尔滨啤酒”系列商标在相关公众具有驰名商标的知名度和影响力。

(2) 投诉人的“哈尔滨及图”、“哈尔滨”、“HARBIN”、“harbin beer

哈尔滨啤酒及图”、“harbin beer 及图”、“哈尔滨啤酒 harbin 及图”等多个“哈尔滨啤酒”系列商标的注册及使用时间均早于争议域名的注册时间 2009 年 11 月 20 日，投诉人享有在先商标权利

投诉人早在 1979 年就率先在中国在“啤酒”商品上注册了“哈尔滨及图”（注册号：105985）商标，后又陆续注册了“哈尔滨”、“HARBIN”、“harbin beer 哈尔滨啤酒及图”、“harbin beer 及图”、“哈尔滨啤酒 harbin 及图”等多个商标，且多数投诉人商标的注册日期都在争议域名的注册日期 2009 年 11 月 20 日前。可见，投诉人对“哈尔滨”、“HARBIN”、“哈尔滨啤酒”、“harbin beer”文字都享有在先商标权。

（3）争议域名“harbin-beer.com”与投诉人商标构成混淆性近似

争议域名与投诉人在先注册的“哈尔滨”、“哈尔滨啤酒”、“HARBIN”、“HARBIN BEER”等商标均分别构成混淆性近似。

争议域名为“harbin-beer.com”，其中域名后缀“.com”不具备识别作用，争议域名的主体部分为“harbin-beer”。由于“beer”的含义为“啤酒”，是产品通用名称，而“harbin”是同中文“哈尔滨”对应的英文词，争议域名中的主体部分“harbin-beer”必然且仅能翻译为“哈尔滨啤酒”。而投诉人是在啤酒行业里唯一使用“哈尔滨/harbin”为其产品商标的企业。由此可见，争议域名“harbin-beer”与投诉人在啤酒等商品上使用的“哈尔滨”、“哈尔滨啤酒”、“HARBIN”等系列商标具有不可避免的混淆性。

投诉人的第 105985、3447960 号商标的主体和显著部分为“哈尔滨”，由于其指定商品为“啤酒”，因此二者均与“harbin-beer”构成混淆性近似。投诉人的 4085749、4085754、5485367 号商标中均以“哈尔滨啤酒”、“harbin beer”或其组合为其显著部分，尤其是第 4085749 号商标，“哈尔滨啤酒 harbin beer”是该商标的唯一主体和显著部分，而争议域名主体“harbin-beer”与“哈尔滨啤酒”、“harbin beer”并无二致，争议域名与上述三商标均构成混淆性近似，且近似程度极高。

而且，投诉人哈尔滨啤酒有限公司是我国著名的啤酒企业，历史悠久并享有盛誉。早在争议域名注册日之前，投诉人的哈尔滨啤酒在市场上长期、广泛销售，“哈尔滨”品牌作为投诉人的核心品牌，同时也是其企业名称

主体部分，在相关公众中具有极高知名度和影响力。

在 2006 年，投诉人“哈尔滨啤酒”品牌的知名度为司法机关所确认，在一起具体案件中投诉人最早的第 105985 号“哈尔滨及图”商标被长沙市中级人民法院认定为“啤酒”商品上的中国驰名商标。

另外，在争议域名注册日之前，投诉人一直将“harbin beer”作为与“哈尔滨啤酒”的同义语进行商标注册（如投诉人的第 4085749 号商标）并实际使用、宣传，这也加强了相关公众中已形成的“harbin beer”就是“哈尔滨啤酒”，并均属投诉人商业标志的实际认识。

综上所述，争议域名主体部分“harbin-beer”的中文翻译为“哈尔滨啤酒”，且投诉人自己也一直将“harbin beer”作为与其核心品牌或主打产品“哈尔滨啤酒”的同义语进行注册、使用和宣传推广，使得“harbin beer”在市场上仅仅代表“哈尔滨啤酒”，并仅与投诉人联系在一起，争议域名主体部分与投诉人的“harbin beer”实质相同，与投诉人的“哈尔滨啤酒”品牌及其商号均具有一一对应关系，结合投诉人及其“哈尔滨啤酒”品牌系列商标在市场上的已有知名度和影响力等因素，投诉人认为，争议域名的注册和使用极易造成相关公众误以为该域名与投诉人具有直接或间接的联系，该域名或使用该域名的网站或利用网站进行的电子商务均极易造成相关公众的混淆误认。

综上所述，争议域名与投诉人已经在先注册的“哈尔滨啤酒”系列商标均构成混淆性近似。

（4）被投诉人对争议域名不享有任何合法权益。

首先，被投诉人 FanChun 是一个自然人，投诉人从未以任何形式授权被投诉人以任何形式使用投诉人的“哈尔滨”、“哈尔滨及图”、“哈尔滨啤酒 harbin beer 及图”、“harbin beer 及图”、“哈尔滨啤酒 harbin 及图”、“harbin beer”等商标或任何与前述标志相近似的商标或标志，亦与其无任何商务往来，因此被投诉人对于上述标识不享有任何形式的商标权；其次，被投诉人的名称和地址等信息与“harbin”或“harbin-beer”也毫无关联；再次，投诉人经过进一步查询后确信被投诉人对于“harbin-beer”标识不享有任何其他权利。

(5) 被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

投诉人哈尔滨啤酒有限公司是中国啤酒行业著名企业，历史悠久并享有盛誉。“哈尔滨”品牌是投诉人的核心品牌，同样具有悠久历史，早在争议域名注册日之前已在中国消费者当中建立了极高知名度和影响力。

“harbin beer”之整体是投诉人首先创设使用的词汇，用以表示“哈尔滨啤酒”；在争议域名注册日之前，投诉人也长期将“harbin beer”作为其“哈尔滨啤酒”的同义语进行商标注册和使用并进行广告宣传。在消费者心目中，“harbin beer”就是代表“哈尔滨啤酒”。

因此，被投诉人在 2009 年 11 月 20 日申请注册争议域名时，不可能不知道投诉人及其商标情况，在此前提下，投诉人仍将与自己毫无关联、却与投诉人核心品牌和企业名称主体“哈尔滨啤酒”具有一一对应关系的，同时也是投诉人在先注册商标的主体和显著部分的标志进行域名注册，被投诉人显有恶意。

争议域名的主体部分“harbin-beer”同投诉人享有百年悠久历史的企业商号“哈尔滨啤酒”互为译文，明显是对投诉人企业商号的抄袭和复制。由于投诉人的商号经过百年的流传和使用，在相关公众间享有极高认知度。被投诉人注册争议域名，就是看到了投诉人商号极高的品牌价值，意图通过借助投诉人商号误导相关公众，误认为被投诉人网站为投诉人所设立，其上宣传的商品为投诉人商品，借机牟取暴利。被投诉人的行为损害了投诉人的声誉，破坏了投诉人正常业务活动，根据《政策》的规定，被投诉人对争议域名构成恶意。

被投诉人曾将争议域名及其自称持有的两百多个域名在“站长网”（www.admin5.com）上公开出售，在网上也有争议域名寻求购买的记录，投诉人显属以注册、销售域名获利为投机投资手段的个人。投诉人的人员曾以合理的价格寻求受让争议域名，而被投诉人表示非高额对价而不予转让。

上述事实充分表明了被投诉人获取争议域名的主要目的是为了向作为商标所有人的投诉人或其竞争对手出售，以获取直接与域名注册相关费用之外的额外收益，当属《政策》4(b)(i)条规定的恶意注册。

在递交本投诉书之前，争议域名网站的内容同投诉人的直接竞争对手——华润雪花啤酒（中国）有限公司的网站相同，在投诉人向华润雪花啤酒（中国）有限公司发出律师函后，对方向投诉人答复，争议域名并非在其授权之下使用，而后争议域名对该公司网站的指向消失。由此可见，被投诉人注册争议域名明显是为了破坏投诉人的正常业务，或者利用同投诉人商标和商号具有混淆性的域名制造的网站，故意引诱网络用户访问投诉人竞争对手的网站。被投诉人的行为当属《政策》4a(iii)和(iv)中所述恶意情形。

综上所述，被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

被投诉人辩称：

（1）根据域名相关法律规定，域名网址争议新规生效 企业进入品牌保护期，企业进入“全网品牌保护”期。

为平衡商标、企业名称等民事权益人与互联网域名、通用网址、无线网址持有者之间的权益，8月29日《通用网址争议解决办法》与《无线网址争议解决办法》修订案全面施行，企业将迎来全新的网络品牌保护和品牌营销环境。

近年来，三网融合的加速、手机上网用户急速增长，互联网应用开始向纵深发展。传统网络形态的变化，特别是移动互联网渐行渐近，是促成域名及网址修订案出台的一个重要原因。从新修订的《通用网址争议解决办法》、《无线网址争议解决办法》有关善意条规的规定看，投诉人拥有商标权并不当然意味着商标对应的域名、网址品牌必然受到保护，只要被投诉人证明其注册的善意，就有权拥有相关通用网址、无线网址，投诉就会被驳回。此前，中国银行在“boc”无线网址争议裁决中败诉就是很典型的一个案例。

在中国，大量存在所谓“品牌重复”，同一品牌被多家不同单位或个人同时合法持有的现象。数据显示，83%的知名服装行业品牌面临“品牌山寨化”难题。知识产权专家提醒，品牌高度重复淡化了品牌在公众心目中的唯一性、集中性，而另外一大危害是导致企业中文网络品牌陷入“僧多粥少”的局面。

据了解，域名、通用网址、无线网址均采取“先注先得”的国际惯例，倘若企业疏于防范，很有可能造成品牌资产的流失。专家认为，在新的网络时代，企业品牌保护的内涵逐渐丰富，保护的范围也将发生变化。当前，企业应当及早构建一个以“商标+域名+通用网址+无线网址”为内核的“全网保护”事前防御性品牌体系。

根据上述依据得知，域名已不在商标保护范畴，所以哈尔滨啤酒有限公司提供的商品混淆仲裁请求不成立。

被投诉人认为其注册绝对属于善意，所以哈尔滨啤酒有限公司的商标权并不当然意味着商标对应的域名、网址品牌必然受到保护。

(2) “harbin-beer.com”中的“harbin-beer”与哈尔滨啤酒注册商标“harbinbeer”有明显区别，多了一个横杠。

(3) 哈尔滨啤酒有限公司也该去仲裁“hapi.com”、“harbinbeer.com”、“haerbinijiu.com”、“haerbinbeer.com”、“hapi.net”、“harbinbeer.net”、“haerbinijiu.net”、“haerbinbeer.net”、“hapi.cc”、“harbinbeer.cc”、“haerbinijiu.cc”、“haerbinbeer.cc”这些无数多个相关域名，为什么单单要仲裁这个域名。他们同样有商标混淆啊。

(4) 哈尔滨啤酒有限公司并没有发官方的求购函，属于恶意仲裁。

(5) 被投诉人更倾向于法院起诉，不接受域名仲裁。

(6) 被投诉人并不知道关于该域名出售和转发雪花网站的情况，可能是域名之前所有者所为，或者某些网络黑客所为。哈尔滨啤酒有限公司并不能证明他们所说的是被投诉人所为。被投诉人并没有公开出售该域名，也没有将该域名转发到任何网站，千真万确。

(7) 被投诉人已于8月20日将该域名转让给做哈尔滨啤酒的代理刘某，因域名被锁定，暂时没有将该域名转移，有合同为证。

(8) 被投诉人收购争议域名也是想做哈尔滨啤酒代理用的，只是一直没有成熟的时机，加上现在备案难，才作罢。最后无奈将该域名转让给刘某。

(9) “harbin-beer.com”的所有权归被投诉人所有，如非法院判决，任

何人不得擅自剥夺，否则被投诉人将向法院提交诉讼。

(10) 被投诉人对亚洲域名争议解决中心北京秘书处是否有权仲裁.com 国际域名有疑问。

综上所述，被投诉人希望取消本次仲裁，希望哈尔滨啤酒有限公司直接采取法律手段解决此域名争议。希望亚洲域名争议解决中心北京秘书处能按正规程序办理，不要因为对方是大企业就徇私枉法。

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。尽管被投诉人声称其“倾向于法院起诉，不接受域名仲裁”，但是由于其并没有提交任何有关已启动司法程序的证据，专家组认为，《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。

关于完全相同或混淆性相似

投诉人提供的证据表明，其在中国注册了大量包含“HARBIN BEER”的商标，并指定使用于国际商品分类第 32 类的啤酒等产品，其中第 4085749 号“HARBIN BEER 哈尔滨啤酒及图”商标于 2006 年 11 月 28 日在中国大陆获得注册，指定使用于国际商品分类第 32 类的啤酒商品上，目前处于有效期内。该商标的注册日期远早于争议域名的注册日期，即 2009 年 11 月 20 日。除上述商标外，专家组发现投诉人在争议域名注册日期之前还在中国注册有多个“HARBIN”、“harbin beer 哈尔滨啤酒及图”、“harbin beer 及图”、“哈尔滨啤酒 harbin 及图”商标，且注册时间均早于争议域名的注册时间，指定使用的商品均包括“啤酒”。专家组认为，尽管“harbin”为地

名的对应翻译，“beer”为通用词，但是投诉人商标经过多年使用，已经具有显著性，能够起到区分商品来源的作用，并且上述商标也已由中国商标局予以核准注册，因此，投诉人对“HARBIN”、“harbin beer 哈尔滨啤酒及图”、“harbin beer 及图”、“哈尔滨啤酒 harbin 及图”享有在先商标权。

“harbin-beer”是争议域名中具有识别作用的部分，是争议域名的主体部分。该部分与投诉人享有在先商标权的“harbin beer 及图”商标的文字部分、与“harbin beer 哈尔滨啤酒及图”商标的字母部分完全相同，区别仅在于争议域名的主体部分多了一个字符“-”。被投诉人称争议域名的主体部分比投诉人的商标多了一个字符“-”，因而有明显区别。专家组认为，字符“-”仅起到连接及分割作用，不具有显著性，并不能使争议域名因此与投诉人的商标相区别，因此争议域名与投诉人享有在先权利的商标构成混淆性近似。

综上，专家组认为，投诉人的投诉已满足《政策》第4(a)规定的第一个条件。

关于被投诉人权利或合法利益

投诉人主张，“harbin beer 及图”、“harbin beer 哈尔滨啤酒及图”、“哈尔滨啤酒 harbin 及图”是投诉人的商标。投诉人从未以任何形式授权被投诉人以任何形式使用投诉人的上述商标或任何与前述标志相近似的商标或标志，亦与其无任何商务往来，因此被投诉人对于上述标识不享有任何形式的商标权；其次，被投诉人的名称和地址等信息与“harbin-beer”也毫无关联；再次，投诉人经过进一步查询后确信被投诉人对于“harbin-beer”标识不享有任何其他权利。投诉人的主张初步表明被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权利。因此，被投诉人应举证证明其对于争议域名或者其主要部分享有合法权利。但是，被投诉人没有就此提供任何证据。专家组也无法根据案件现有的证据材料，得出被投诉人对争议域名或其主要部分享有合法权益的结论。

因此，专家组认为被投诉人对于争议域名或者其主要部分不享有合法权利或利益，投诉人的投诉满足《政策》第4(a)规定的第二个条件。

关于恶意

投诉人提供的长沙市中级人民法院认定投诉人“哈尔滨及图形”商标为驰名商标的判决书（（2006）长中民初字第 0385 号）以及大量的宣传、使用、销售和获奖方面的证据表明，在争议域名注册之前，投诉人使用于“啤酒”产品上的“哈尔滨及图形”商标在中国大陆具有较高知名度。

此外，投诉人提供的网页打印件显示，争议域名在互联网上被公开出售，并标明“harbin-beer.com ...，哈尔滨啤酒，年产值几十亿，南非世界杯合作伙伴，中央五套众多广告”。经专家组访问该网站核实，该网页确实存在，并且出售争议域名的联系人的 QQ 号码（QQ 231799955）与争议域名注册联系邮箱（231799955@qq.com）相同，联系电话与被投诉人答辩书中显示的联系电话一致，因此专家组认为被投诉人应该知晓“哈尔滨啤酒”为投诉人的商标。

由于争议域名的主体部分“harbin-beer”是投诉人具有较高知名度的商标的对应翻译，而争议域名的注册人也在中国大陆，结合争议域名在互联网上公开出售的情况，专家组认为被投诉人在注册争议域名前理应知晓投诉人的商标，故其注册与投诉人商标混淆性近似的争议域名的行为具有恶意。

投诉人提供的公证书（关于争议域名指向的网站）表明，争议域名指向投诉人竞争对手，同样是生产啤酒的华润雪花啤酒（中国）有限公司的网站。被投诉人称该情形可能为之前的域名所有人所为，或者为某些黑客所为，但是并没有提供任何证据予以证实。专家组认为被投诉人的辩解并没有否认争议域名曾被指向投诉人竞争对手的网站，其关于该行为实施人的说法也不具有说服力，专家组认定争议域名曾由被投诉人指向投诉人竞争对手的网站。专家组认为，尽管网络用户登录争议域名指向的网站以后可能会知道该网站与投诉人的商标或者投诉人有所区别，但是争议域名造成混淆的可能性也并不因此变小，因为互联网用户在决定访问被投诉人网站之初始阶段仍然受到了争议域名的误导，而且可能因为访问了被投诉人的网站而放弃访问投诉人的网站。因此，争议域名的该种使用方式具有恶意。

综上，专家组认为被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意，投诉

人的投诉满足《政策》第 4 (a) 规定的第三个条件。

5、裁决

综上，专家组认定，投诉人的投诉满足《政策》第 4 (a) 条所规定的全部三个条件。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，裁决将争议域名“harbin-beer.com”转移给投诉人哈尔滨啤酒有限公司。

独任专家：

二〇一〇年十二月八日