

**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-1100449**

---

投 诉 人：戴姆勒股份公司  
被投诉人：wangyujie  
争议域名：china-benz.net  
注 册 商：北京新网数码信息技术有限公司

---

### 1、案件程序

2011年5月3日，投诉人根据互联网络名称及数字地址分配公司（ICANN）施行的《统一域名争议解决政策》（以下简称《政策》）、《统一域名争议解决政策之规则》（以下简称《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》（以下简称《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”）提交了投诉书，并选择由一人专家组审理本案。

2011年5月3日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人发出通知，确认收到投诉书。2011年5月4日，中心北京秘书处向 ICANN 和域名注册商北京新网数码信息技术有限公司发出注册信息确认函，要求其确认注册信息。2011年5月5日，注册商回复确认争议域名系在该公司注册，注册人为本案被投诉人。

2011年5月9日，中心北京秘书处向被投诉人传送了投诉书传递封面，并转去投诉人的投诉书。

2011年5月12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，转送已经审查合格的投诉书及其附件，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2011年5月12日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件向 ICANN 和争议域名的注册商北京新网数码信息技术有限公司传送程序开

始通知。

被投诉人在规定期限内未提交答辩书。2011年6月2日，中心北京秘书处向投诉人和被投诉人发出缺席审理通知。

2011年6月2日，中心北京秘书处向廉运泽先生发出列为候选专家通知，请其确认是否接受指定，作为本案专家审理案件，并在当事人间保持独立公正。同日，候选专家回复中心北京秘书处，同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2011年6月3日，中心北京秘书处向双方当事人及上述拟指定专家传送专家指定通知，指定廉运泽先生为本案独任专家，成立一人专家组审理本案。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。

根据《规则》第6(f)条和第15(b)条，专家组应当在成立之日（即2011年6月3日）起14日内即2011年6月17日之前（含17日）就本案争议作出裁决。

## 2、基本事实

### 投诉人：

本案投诉人为戴姆勒股份公司，地址为德国斯图加特70327梅塞德斯大街137号。投诉人在本案中的授权代理人为北京邦信阳专利商标代理有限公司的姜向阳、余裕武。

### 被投诉人：

本案被投诉人为 wangyujie，地址为中国河北省邢台市南苑路 (hebeixingtaishi nanyuanlu)。被投诉人于2007年9月1日通过注册商北京新网数码信息技术有限公司注册了争议域名“china-benz.net”。

## 3、当事人主张

### 投诉人诉称：

#### (1) 投诉人的商标

投诉人在中国注册了 5 件“BENZ”商标，通过国际注册延伸保护至中国的有 2 件“BENZ”商标。同时还注册了 20 件含有“BENZ”的商标，通过国际注册延伸保护至中国的 4 件商标含有“BENZ”。除上述商标外，投诉人注册的含有“BENZ”商标的注册号分别为：3501472、3501473、3501474、500336、500436、500818、500902、500982、501315、501616、501983、502544、505273、525371、526122、7197964、76580、76582、G321168、G818373 和 G818379。

## (2) 投诉人公司介绍

投诉人被公认为是世界上最成功的高档汽车品牌之一，其完美的技术水平、过硬的质量标准、推陈出新的创新能力、以及一系列经典轿跑车款式令人称道。自 1900 年 12 月 22 日戴姆勒发动机工厂向其客户献上了世界上第一辆以梅赛德斯（Mercedes）为品牌的轿车开始，奔驰汽车就成为汽车工业的楷模。100 多年来，奔驰品牌一直是汽车技术创新的先驱者。奔驰这个强大的汽车王国，总部设在德国的斯图加特市，职员 19.7 万人，1993 年完成销售额 591.02 亿元，年生产汽车约 100 万辆，在国内有 14 家直属厂，主要的子公司 35 个，销售服务站 100 多个，在国外它拥有 50 多个生产装配厂及 6300 多个代理机构和维修中心，产品行销 190 多个国家和地区。

根据数据显示，梅赛德斯-奔驰在中国市场的保有量已经超过 15 万辆，且还保持着高速增长。2008 年 3 月，经过改装生产线的北京奔驰正式推出了国产奔驰 C 级轿车，实现了国产与进口 C 级同时销售的喜人景象，从年销售 700 余辆艰难起步，到 2010 年一季度国产奔驰 C 级车的销量同比增长了 124.9%，市场占有率提升至 26.5%；北京奔驰旗下的国产奔驰轿车销量同比增长 140.9%，对奔驰品牌全系增长的贡献率为 99%；国产奔驰 C 级轿车对于奔驰全系车型在中国市场上的贡献率达到 37.7%。

1986 年，梅赛德斯-奔驰(中国)有限公司在香港成立。2006 年，梅赛德斯-奔驰中国的总部迁至北京，同时公司也更名为梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司(以下简称奔驰中国)，拥有在中国大陆以及香港和澳门特别行政区销售梅赛德斯汽车集团旗下产品的所有经销权。目前梅赛德斯-奔驰

在中国共有四个法人公司，戴姆勒东北亚投资有限公司属于战略性公司，负责引领负责销售的梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司，为客户及经销商提供贷款业务的梅赛德斯-奔驰汽车金融有限公司和整合整个中国地区的汽车零部件售后服务系统的戴姆勒东北亚零部件贸易服务有限公司。

此外，在北京，戴姆勒东北亚与北京汽车工业控股有限责任公司成立了合资企业北京奔驰-戴姆勒·克莱斯勒汽车有限公司，生产梅赛德斯-奔驰 E 级和 C 级轿车；在福州，戴姆勒东北亚与福建省汽车工业集团和中华汽车工业股份有限公司成立了合资企业福建戴姆勒汽车工业有限公司，将生产梅赛德斯-奔驰威霆/唯雅诺和凌特轻型商用车。戴姆勒东北亚也正与北汽福田汽车股份有限公司进行洽谈，计划在中国提供中型和重型载重车产品和技术。

投诉人向中国出口并计划在中国生产中型和重型梅赛德斯-奔驰载重车。目前，戴姆勒在中国市场销售梅赛德斯-奔驰 Actros、Axor、Atego 和 Econic 载重车。梅赛德斯-奔驰载重车具有一流品质、可靠性强、使用经济性能高，并具有较长的维护周期。另外，在创新、内部工效学设计和安全性方面，都处于行业的领军地位，是商用车领域的全球基准。投诉人在中国也销售梅赛德斯-奔驰乌尼莫克特种车辆。乌尼莫克超级全地形车系列具有无与伦比的越野性能，可应用作丛林和沙漠中的石油勘探人员往返工具、森林消防车、或者越野救护车等等。

(3) 争议域名的主体部分“BENZ”和投诉人注册商标完全相同，这些商标早已是中国的驰名商标

投诉人早在 1986 年 9 月 20 日就已经在中国注册了第一件“BENZ”商标，注册号为 263064。截至到现在，投诉人在中国共拥有 25 件含有“BENZ”的商标，另外还有 6 件国际注册商标，每件国际注册商标都指定了多个类别。

这些商标经过长期的宣传和使用，已经全世界驰名，也早已是中国的驰名商标。商标局在多个异议裁定中都认为投诉人的“BENZ”商标已经是事实上的驰名商标，如在《关于“MERCEDES”商标异议的裁定》([1992]商标异字第 101 号)中，商标局认为投诉人商标“BENZ”是驰名商标。

1994年11月15日，商标评审委员会在《BENCHI 奔驰商标异议复审终局裁定书》（[1994]商评字第1285号）中，认定“BENZ”是世界驰名商标，中国消费者习惯将“BENZ”称为奔驰。

争议域名中的主体部分为“china-benz”，其中“china”是中国，其主要识别性部分为“benz”，和投诉人的注册商标“BENZ”完全相同。

#### （4）被投诉人对“BENZ”不享有任何权利

首先，通过中国商标网进行查询可以发现，被投诉人河北邢台市龙清经贸有限公司和曼奔汽车公司没有申请或注册过任何商标。

其次，被投诉公司注册于2000年，早在1992年时，投诉人“BENZ”和“奔驰”已经被中国商标局确认为驰名商标，且被投诉人从事“BENZ”和“奔驰”品牌的各种卡车及配件的销售，被投诉人不可能在和投诉人完全相同的产品上享有“BENZ”和“奔驰”的注册商标专用权。其次，被投诉人名称为wangyujie，争议域名的使用人为河北邢台市龙清经贸有限公司和曼奔汽车公司，他们也都对“BENZ”不享有企业名称权。综上，被投诉人对“BENZ”不享有任何权利。



#### （5）被投诉人对争议域名的注册或使用出于恶意

首先，“BENZ”不是英语中的固有词汇，是投诉人独创的极具显著性的商标，经过投诉人多年的宣传和使用，“BENZ”已经是世界驰名商标，也是中国汽车行业的顶级品牌。被投诉人在中国销售各种“BENZ”和“奔驰”品牌的卡车，不可能不知道投诉人的品牌。

其次，争议域名的主体部分为“china-benz”，其对应的中文含义为“中国奔驰”，投诉人在中国有4个子公司，很容易让人误认为被投诉人是投诉人在中国的子公司。

第三，争议域名已经投入使用，目前在“www.china-benz.net”网站上，被投诉人大量使用了投诉人在先注册的商标“BENZ”、“奔驰”及图形商标，在“公司简介”上，被投诉人称：“我们是一家生产及销售的公司，成立于2000年，公司改制完善后成立曼奔汽车公司，是一家集重型卡车整车销售、售后服务以及整车零部件生产销售于一体的综合性汽车贸易公司，

同时又是奔驰、北方奔驰与重庆铁马重卡的配件中心库。公司主要经营重型卡车、客车、牵引车、自卸车、混凝土搅拌车、加油车、吊车、泵车、消防车、奔驰发动机。同时列出了奔驰卡车的各种型号和奔驰发动机的型号”。

在“产品展示”中，有各种型号的奔驰卡车图片、北方奔驰汽车配件图片、奔驰发动机配件图片。在“品牌展示”中，有投诉人的商标：“”，生产厂家：梅赛德斯—奔驰，产品名称：奔驰正（整）车、配件。同时也有投诉人曾经合作过的北方奔驰商标“”，生产厂家：北方-奔驰，产品名称：奔驰整车、配件。在“奔驰配件”中，有各种奔驰卡车的配件名称、件号和数量等。

从上述情况来看，被投诉人专业销售“BENZ”和“奔驰”卡车，有奔驰的配件中心库，还能根据不同客户的需求，加工定制各种规格的产品。另一方面，投诉人生产各种型号的卡车、载重车、重型牵引车、自卸车底盘、消防车专用底盘、系列工程车、乌尼莫克救援车、乌尼莫克系列载重车等，因质量精良，受到社会的高度认可。

鉴于“BENZ”和“奔驰”商标的驰名度，尤其被投诉人同样销售各种卡车、牵引车等，被投诉人不可能不知道投诉人的品牌。其将“china-benz”注册为域名，并在网站上的宣传其销售“BENZ”和“奔驰”品牌的各种卡车，必然导致消费者的混淆和误认，误认为被投诉人是投诉人的授权经销商。事实上，投诉人和被投诉人之间没有任何的关系，也不存在任何的业务往来。

投诉人从未授权被投诉人生产、销售过“BENZ”产品。投诉人各种型号的卡车都是世界一流的产品，被投诉人不具有生产和销售投诉人产品的资质，却生产、销售投诉人品牌的各种整车和配件，由于被投诉人和投诉人之间不存在任何关系，投诉人无法监制其产品的质量，如果任其生产、销售，必然造成投诉人世界驰名品牌在消费者中声誉的下降，给投诉人的无形资产造成不可估量的损失。

被投诉人未经投诉人同意，擅自使用投诉人商标，将投诉人的驰名商标“BENZ”注册为域名，并且通过该域名开展电子商务，被投诉人的行为

已经侵犯了投诉人的商标权。同时其在网站上的虚假宣传，必然导致消费者的混淆和误认，已经构成了不正当竞争。投诉人保留对被投诉人及争议域名实际运营人河北邢台市龙清经贸有限公司和曼奔汽车有限公司采取进一步法律措施的权利。

综上，被投诉人注册并使用争议域名已经构成《政策》第 4b(iii)(iv)款的恶意情形，即破坏投诉人的正常业务，并通过故意制造混淆，导致消费者访问其网站，从中牟取非法利益。

据此，投诉人请求专家组裁决，本案争议域名“china-benz.net”应予以注销。

#### **被投诉人主张：**

针对投诉人的上述投诉主张，被投诉人未在规定的答辩期限内进行答辩。

#### **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《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**

满足《政策》4(a)(i)，必须具备两个独立的要素：(1)投诉人对与争议域名相关的商品商标或服务商标享有权利；(2)争议域名必须与该商标相同或者具有混淆性的近似。

#### **(1)投诉人的在先商标权**

投诉人提交的中华人民共和国工商行政管理总局商标局（中国商标局）颁发的商标注册证、核准转让证明及续展证明表明，投诉人的第 63065 号“BENZ”商标注册于 1986 年 9 月 20 日，核定使用商品为第 1 类的固定式发动机及部件、电机，经核准续展，该商标的有效期至 2016 年 9 月 19 日；投诉人的第 263984 号“BENZ”商标注册于 1986 年 9 月 30 日，核定使用商品为第 19 类的各种机动车、用于（组装）机动车的发动机及部件、电动机等商品，经核准续展，该商标的有效期至 2016 年 9 月 29 日；投诉人的第 264724 号“BENZ”商标注册于 1986 年 9 月 30 日，核定使用商品为第 8 类的挖土机械的发动机及部件，经核准续展，该商标的有效期至 2016 年 9 月 29 日。上述商标的注册日期远远早于争议域名“china-benz.net”的注册日期 2007 年 9 月 1 日，而且，商标目前都处于有效期内。鉴于被投诉人对投诉人的上述证据未提出任何异议，专家组对前述证据所记载的内容予以采信。专家组认为，根据《政策》，投诉人在本程序中享有对“BENZ”的在先商标权。

## (2) 混淆性近似

“china-benz”是争议域名“china-benz.net”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“BENZ”相比，除了大小写不同外，多出了一个单词“china”和一个连接符“-”。专家组认为，在域名的识别中，大小写不具有任何区分意义；而连接符“-”也没有任何识别意义；“china”是一个英文单词，不具有识别意义，其中文意义为“瓷器”、“中国”，但在通常情况下，消费者和网络用户会将其理解为“中国”。“BENZ”并不是一个通用词汇，而是投诉人独创的品牌和商标，具有极强的显著性，被投诉人将“china”和“benz”联系在一起，注册为域名，不但不能将争议域名与被投诉人享有在先商标权的“BENZ”有效区分开来，反而更容易导致广大消费者和网络用户误认为该域名指向的网站的经营者为投诉人在中国开设的分公司、子公司或者与投诉人有其他联系。因此，专家组认为，本案争议域名与投诉人的商标“BENZ”混淆性近似。

综上，专家组认为争议域名与投诉人享有在先权利的商标混淆性相似，投诉人的投诉满足《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，被投诉人未注册任何“BENZ”商标，被投诉人与投诉人之间不存在任何业务关联，投诉人从未授权或者许可被投诉人注册或者使用任何与“BENZ”商标近似的商标、域名或者商业标识，被投诉人对“BENZ”不享有商标权。专家组认为，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

根据《政策》4(a)(iii)的规定，投诉人的投诉必须能够证明被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意。

### (1) 注册的恶意

投诉人提交的一系列证据表明，100多年来投诉人品牌一直是汽车技术创新的先驱者。投诉人总部设在德国的斯图加特市，职员19.7万人，1993年完成销售额591.02亿元，年生产汽车约100万辆，在国内有14家直属厂，主要的子公司35个，销售服务站100多个，在国外它拥有50多个生产装配厂及6300多个代理机构和维修中心，产品行销190多个国家和地区。

投诉人产品在中国市场的保有量已经超过15万辆，且还保持着高速增长。2008年3月，经过改装生产线的北京奔驰正式推出了国产奔驰C级轿车，实现了国产与进口C级同时销售的目标，从年销售700余辆艰难起步，到2010年一季度国产奔驰C级车的销量同比增长了124.9%，市场占有率提升至26.5%。

1986年，投诉人在中国香港设立子公司梅赛德斯-奔驰(中国)有限公司。2006年，投诉人中国的总部迁至北京，同时公司也更名为梅赛德斯-

奔驰(中国)汽车销售有限公司(以下简称奔驰中国),拥有在中国大陆以及香港和澳门特别行政区销售梅赛德斯汽车集团旗下产品的所有经销权。目前投诉人在中国共有四个法人公司,戴姆勒东北亚投资有限公司属于战略性公司,负责引领负责销售的梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司,为客户及经销商提供贷款业务的梅赛德斯-奔驰汽车金融有限公司和整合整个中国地区的汽车零部件售后服务系统的戴姆勒东北亚零部件贸易服务有限公司。此外,在北京,戴姆勒东北亚与北京汽车工业控股有限责任公司成立了合资企业北京奔驰-戴姆勒·克莱斯勒汽车有限公司,生产梅赛德斯-奔驰E级和C级轿车;在福州,戴姆勒东北亚与福建省汽车工业集团和中华汽车工业股份有限公司成立了合资企业福建戴姆勒汽车工业有限公司,将生产梅赛德斯-奔驰威霆/唯雅诺和凌特轻型商用车。戴姆勒东北亚也正与北汽福田汽车股份有限公司进行洽谈,计划在中国提供中型和重型载重车产品和技术。

另外,投诉人在投诉书中诉称,商标局在多个异议裁定中都认为投诉人的“BENZ”商标已经是事实上的驰名商标,比如在《关于“MERCEDES”商标异议的裁定》([1992]商标异字第101号)中,商标局认为投诉人商标“BENZ”是驰名商标;在《BENCHI 奔驰商标异议复审终局裁定书》([1994]商评字第1285号)中,商标评审委员会认定“BENZ”是世界驰名商标。但是,投诉人并没有提交上述裁定书,而仅仅提交了原中国商标局局长安青虎先生所著《驰名商标和中国的驰名商标保护制度》一书中第501页、534页和535页的复印件。专家组在审核该证据时发现,安青虎先生在该书中从侧面提到了投诉人“BENZ”商标为驰名商标,也确认了1994年11月15日,商标评审委员会在《BENCHI 奔驰商标异议复审终局裁定书》([1994]商评字第1285号)中,认定“BENZ”是世界驰名商标。鉴于被投诉人没有提交任何答辩,专家组对于投诉人提交的上述证据及投诉人关于“BENZ”商标是驰名商标的主张予以采信。

综上,专家组认为,投诉人公司及其“BENZ”商标在包括中国在内的世界范围内享有很高的知名度。被投诉人在注册和使用域名的时候不可能不知道投诉人及其商标的存在。据此,专家组认定被投诉人在明知投诉人及其商标的情况下注册与投诉人商标相近似的域名的行为具有恶意。

## (2)使用的恶意

专家组审核投诉人提交的(2011)京长安内经证字第 5776 号公证书复印件发现:被投诉人将争议域名“china-benz.net”指向的网页用于经营重型卡车、客车、牵引车等大型机车及配件;在“公司简介”上被投诉人称自己是奔驰、北方奔驰与重庆铁马重卡的配件中心库;在“产品展示”中,被投诉人展示了各种型号的奔驰卡车图片、北方奔驰汽车配件图片、奔驰发动机配件图片;在“品牌展示”中,被投诉人展示了包括投诉人在内的共八个汽车及配件生产厂家及产品、配件。

综上,专家组认为,被投诉人的行为显然是借助投诉人及其产品的良好声誉和知名度,有意造成与投诉人之间的混淆,误导消费者及网络用户,使网络用户以为上述网站或网站上出售的商品与投诉人商标之间存在来源者、赞助者、附属者或保证者方面的关系。被投诉人使用争议域名的行为具有明显的恶意。

根据《政策》第 4(b)(iv)的规定,专家组认定,被投诉人的行为具有恶意。

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

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“china-benz.net”予以注销。

独任专家:



二〇一一年六月十七日