

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-1100503

投 诉 人: 周立波
被投诉人: **Hong YiShen**
争议域名: **zhoulibo.com**
注 册 商: **GoDaddy.com, Inc.**

1、案件程序

2011年9月29日, 投诉人根据互联网名称与数字地址分配机构(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”)提交了英文投诉书, 选择由一人专家组进行审理。

2011年10月8日, 中心北京秘书处向投诉人传送通知, 确认收到投诉书。同日, 中心北京秘书处向ICANN和域名注册商GoDaddy.com, Inc.发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。2011年10月11日, 注册商回复, 确认争议域名注册人为本案被投诉人, 争议域名注册协议使用语言为英文。

2011年10月27日, 中心北京秘书处向被投诉人传送投诉书传递封面, 转去投诉人的投诉书。2011年10月30日, 被投诉人以电子邮件表示同意以中文进行程序。2011年11月3日, 投诉人以电子邮件表示同意以中文进行程序。

2011年11月9日, 中心北京秘书处以电子邮件通知双方当事人, 鉴于双方当事人均同意以中文进行本案程序, 根据《规则》的规定, 本案程序将以中文进行。同日, 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 11 月 9 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传送程序开始通知。

2011 年 11 月 14 日，中心北京秘书处收到被投诉人提交的答辩书。2011 年 11 月 15 日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送答辩书传递封面，转去被投诉人的答辩书。同日，中心北京秘书处向投诉人与被投诉人发送专家选择通知。

2011 年 11 月 16 日，被投诉人提交专家排序函。2011 年 11 月 20 日，投诉人提交专家排序函。

2011 年 11 月 23 日，中心北京秘书处向高卢麟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 11 月 23 日，中心北京秘书处向双方当事人及上述专家传送专家指定通知，指定高卢麟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 11 月 23 日）起 14 日内即 2011 年 12 月 7 日前（含 7 日）就本案争议作出裁决。

2、基本事实

投诉人：

本案的投诉人是周立波，地址为上海市茂名南路 59 号。投诉人在本案中的代理人为谭圆媛。

被投诉人：

本案的被投诉人为 Hong YiShen，地址为 No.10, ZhengHuangQi, XiaoJiaHe, HaiDian, Beijing 100094 China。被投诉人于 2007 年 10 月 7 日通过域名注册商 GoDaddy.com, Inc. 注册了本案争议域名“zhoulibo.com”。

3、当事人主张

投诉人：

(1) 投诉人简介

周立波成名于上世纪 80 年代末，曾经是一位不可多得的滑稽界鬼才。90 年代初弃艺从商直至 2006 年重返舞台并开创了“海派清口”这一全新的艺术模式。一个人、一张嘴、一台戏 2010 年个人票房更是突破了一亿五千万，创造了个人场次及票房的神话直至今日未有人能出其右，在中国及全球华人社会中具有非凡的影响力与号召力！

周立波亦热衷于公益慈善事业，2010 年获得了“中华慈善奖”这一国家最高荣誉奖项。

周立波从事舞台表演、电视主持、著书立传、古典音乐、电影电视、公益慈善等等活动，多样性和综合性是其能横跨多个领域并能所向披靡的成功所在。

2006 年至 2007 年，周立波分别推出《上海活宝》、《双季盘点》海派清口系列专场演出，共演出 6 场。

2008 年 12 月至 2009 年 4 月，周立波推出《笑侃三十年》海派清口系列专场演出，共演出 32 场。

2009 年 5 月至 2009 年 10 月，周立波推出《笑侃大上海》海派清口系列专场演出，共演出 58 场，场场爆满一票难求。随后《笑侃三十年》和《笑侃大上海》系列 DVD 发行上市。

2009 年与 2010 年，分别参加 2 次《闪电星感动》节目，成为换物募集善款最多的明星。

2009 年 11 月至 2010 年 6 月，周立波推出《我为财狂》海派清口系列专场，共演出 42 场。

2010 年 7 月至 12 月，周立波启动海派清口江浙巡演“立波下江南”，共演出 23 场。

《壹周立波秀》自 2009 年开播至今始终是各大卫视的收视王牌。2010 年《壹周立波秀》春节特别节目，在大年夜黄金时段与央视春晚平行播出

5个小时，独占各大卫视收视之鳌头。由其为主导的“中国达人秀”亦创造了中国电视史上的新纪录。

2009年周立波与黄晓明、张静初共同主演《唐伯虎点秋香2》，于2010年6月在全国各大影院上映，票房过亿。

2010年周立波担任东方卫视《中国达人秀》节目的评委，其总决赛收视率同时段全国第一。

2011年2月至4月，周立波推出《民生大盘点》海派清口系列专场演出，共演6场。

周立波与杨澜、成龙、姚明等各界知名人士均共同做过节目，其在目前娱乐演艺界有较高的知名度。各大平面媒体对于周立波有极高的关注度，《半月谈》、《中国新闻周刊》、《亚洲周刊》、《时尚》等杂志均对投诉人周立波有专访报道。

总之，周立波及他姓名的拼音形式“zhoulibo”不仅仅代表了周立波本人，它已经成为代表海派清口这种艺术形式的著名品牌。

(2) 争议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

争议域名“zhoulibo.com”中的“.com”是顶级域名代称，不属于判断近似性的考虑范围。该域名的核心部分是“zhoulibo”。而“zhoulibo”是投诉人的姓名周立波的拼音形式。投诉人对于“zhoulibo”享有合法民事权益。同时，投诉人投资的个人独资企业注册了大量的商标，其中均含有“zhoulibo”字样。争议域名的核心部分“zhoulibo”与投诉人姓名的拼音形式“zhoulibo”完全相同，与投诉人投资的个人独资企业注册的商标的主要部分“zhoulibo”完全相同。

域名与互联网的发展紧密相连。当网络用户通过网络寻找与投诉人的相关消息时，一般会考虑在浏览器的地址栏中输入“zhoulibo.com”。如同网络用户找“百度”一般会在浏览器的地址栏中输入“baidu.com”；因此，投诉人周立波与争议域名“zhoulibo.com”具有紧密关联性，投诉人对于其姓名的拼音形式“zhoulibo”享有合法权益。在国际知名搜索网站“谷歌”中，搜索“zhoulibo”，搜索结果均是与投诉人相关的新闻或者网页。由此

可见，投诉人对其姓名的拼音形式“zhoulibo”享有合法权益。而被投诉人注册争议域名“zhoulibo.com”会导致网络用户认为其网站所有者及所载内容与投诉人有直接联系，引起网络用户的混淆及误认。

投诉人提交的（2011）沪静证经字第 1899 号公证书，该公证书公证内容为争议域名“zhoulibo.com”网站显示内容。在整个页面的最下方有黑体字样“周立波 zhoulibo.com 本域名诚意转让出售中，期待有识者联系”。可见，被投诉人注册争议域名“zhoulibo.com”的意图，就是为了引起网络用户的混淆，使网络用户误认为其争议域名与投诉人周立波先生有直接关联关系。综上所述，争议域名“zhoulibo.com”显然很容易被网络用户误认为其与投诉人有关，导致消费者的混淆。

（3）被投诉人对争议域名不享有合法权益

通过 WHOIS 记录显示，争议域名“zhoulibo.com”登记的注册所有人为“Hong YiShen”，而其与争议域名“zhoulibo.com”核心部分“zhoulibo”无任何关联，也不享有任何民事权益。而投诉人也从未通过任何途径许可他人使用“zhoulibo”作为域名使用。

（4）被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意

投诉人提交的（2011）沪静证经字第 1899 号公证书，该公证书公证内容为争议域名“zhoulibo.com”页面显示内容，其在网页声明中有如下两段文字：

“因为我们认为海派清口创始人周立波先生与其他愿意购买及使用此域名的人士相比，可能有更高的知名度，并且我们也很喜欢他的表演，我们很乐意这个域名可以由周先生来购买和使用。”

“非常感谢周先生的合理建议，我们准备大幅提高此域名的出售价格。如果询价者确实有意购买此域名，请您先慎重考虑您的预算是否达到以人民币十万元为单位，以免无谓浪费您的宝贵时间。”

由此可见，被投诉人注册争议域名“zhoulibo.com”就是为了转让域名，从中谋取暴利。其声称转让价格以十万元人民币为单位，已经远远高于直接获取域名的合理费用。该情形已经符合《政策》第 4 条 b，针对第 4 条 a 之(iii)规定的第 (i) 被投诉人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收益者。

另外，从 WHOIS 记录可以看出，争议域名“zhoulibo.com”自 2007 年注册至今，长达五年的时间，其一直没有正当使用该域名，而是用于转让出售，使投诉人无法通过正常途径获得域名得以宣传自己的海派清口的文化艺术。被投诉人的行为已经符合《政策》第 4 条 b，针对第 4 条 a 之 (iii) 规定的第 (iii) 被投诉人注册行为本身即表明，其注册该域名的目的是为了阻止该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。

(5) 总结

综上所述，投诉人周立波先生对于“zhoulibo”享有合法民事权益，争议域名的核心部分“zhoulibo”与投诉人姓名的拼音形式完全相同，与投诉人注册的商标部分相同。被投诉人对争议域名“zhoulibo.com”不享有任何合法权益，同时被投诉人将争议域名“zhoulibo.com”欲以高额转让费用出售的行为，已经表明被投诉人注册争议域名“zhoulibo.com”具有明显恶意。以上情形，已经符合《政策》第 4 条规定的情形。恳请专家组依据以上事实和法律，依法裁决争议域名“zhoulibo.com”转至投诉人周立波先生所有。

被投诉人：

被投诉人对投诉人的投诉进行了如下答辩：

互联网名称与数字地址分配机构（ICANN）施行的《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。

(1) 关于 4(a)(i)：

投诉人提供的证据仅仅表明 2011 年 4 月 25 日提交了多类的商标申请

而已，并非已获准注册的商标，无任何权利进行主张。投诉人附件 5 中商标局已经明确表明：“本通知仅表明商标局已收到申请人的商标申请，并不表明所申请商标已获准注册。”即便后期商标获准注册，投诉人也无权获得合法合理善意使用的在先注册的该域名所有权。基于此，其是否符合后两个条件的问题根本已经无需讨论。

虽然投诉人没有满足 4(a)(i)，被投诉人可以不对 4(a)(ii)、4(a)(iii) 问题答辩，但考虑到有利于投诉人全面了解被投诉人的意见，后续适当阐述是适宜的。

(2) 关于 4(a)(ii):

关于被投诉人对争议域名是否享有权利或合法利益，《政策》第 4(c) 条列举了以下情形：

(i) 提供商品或服务的过程中已善意地使用或准备善意地使用该域名或与该域名相对应的名称；或者

(ii) 作为个人、商业公司或其它组织虽未获得商品商标或有关服务商标，但因所持有的域名业已广为人知；或者

(iii) 非商业性地合法使用或合理地使用该域名，不存有为获取商业利益而误导消费者或玷污争议商品商标或服务商标之意图。

被投诉人是文学爱好者，域名 2010 年中即已启动建站，建立了著名文学家“周立波”先生的文学网站。其中小说《山乡巨变》由被投诉人手动扫描并录入，耗费了多月的工作时间，此文档属于互联网上截至今日绝无仅有的 TXT 文本文档。域名所有人善意合法合理地使用该域名 zhoulibo.com 作为著名作家周立波先生文学爱好者网站（满足 4(c)(i)），没有以营利为目的，也不存在为商业利润而误导消费者（满足 4(c)(iii)）。本站 alexa 综合排名 2985097（截至 2011 年 11 月 10 日），早已广为人知（满足 4(c)(ii)）。在满足 4(c)(i)、4(c)(ii)、4(c)(iii) 三个条件中任意一条情况下，均说明被投诉人对该域名享有合法权益。

“周立波”三个字和“zhoulibo”八个英文字母并无必然所属关系，如同“新浪”并不拥有“xinlang”、“网易”并不拥有“wangyi”的所有权，连“胡锦涛”主席都不会声明对“hujintao”的所有权。投诉人自认为属于

自己民事权利范围内的“zhoulibo”这八个英文字母的其他相关主流域名（zhoulibo.cn, zhoulibo.com.cn, zhoulibo.net 等等），没有一个域名所有权属于投诉人。任何组织和个人均可以在 ICANN 规则框架内合法合理地拥有及使用相关域名。投诉人列举的自我介绍类附件，属于自我证明，无任何实际证明意义，所谓名人和普通人一样，在公正平等的法律及规则面前无任何特殊性。如果是个叫“周立波”的人都进行此类投诉，除了浪费社会资源，不会有任何积极作用。

（3）关于 4(a)(iii):

根据《政策》第 4(b)条之规定，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收益者；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你方网站或其他联机地址者。

本答辩书中已经表明，被投诉人建立了著名文学家“周立波”先生的文学网站，合法合理使用该域名。建站之后，因工作关系，网站内容也无需更多更新，没有再去予以关注。截至投诉人投诉申请之后，发现网站主页部分遭人篡改，被投诉人予以及时修正，同时按照网站被篡改页面出售链接联系到了北京易介华通科技有限公司（以下简称“易介华通”）（ejee.com），向其核对了域名出售情况。经核实，此为网站页面篡改者利用易介华通（ejee.com）的“网站认证”方式进行的域名出售认证，而非域名所有者进行提交的域名出售链接，在被投诉人举报后第一时间删除了

非法链接。被投诉人从未以出售为目的向投诉人转让销售本域名，至今也从没有将此域名出售的意向（请以域名所有者信息为准）。

域名真实所有者信息见 WHOIS 信息页面，已经非常清楚地标明了联系电话、联系地址、联系邮件，在投诉人申请文件中也非常清楚地标明。可是这几种联系方式从未收到过域名出售、域名求购相关信息，至今被投诉人也并没有将此域名及网站出售的意向，网页篡改者也根本无法将本域名真正出售给任何人。

简单类比，一栋房子在房子主人不知情的情况下，被人盗取或者配制钥匙进入房间，四处宣扬本房出售，无论他怎么卖，最后是要过户的，而他根本无法做到，同时不可能有买方傻到不过户，不去联系房产局登记的房主进行最后的确认的。无论是否造成买方经济损失，难道法院就会据此要判定真实房主赔偿相关损失、没收房主的房屋所有权证、剥夺真实房主的房屋所有权？

投诉人所提交的沪静证经字第 1899 号公证书，仅仅证明了被投诉人网站被篡改后的相关页面被人出售，相关材料并没有证明与域名所有人的关联性，在被投诉人附件 4 中也已证明该出售行为与被投诉人并无关联。需要说明，域名是域名，网站空间是网站空间，两者并非同等概念。被投诉人承认网站被篡改造成投诉人的困扰，但如前所述，不经域名所有人同意，无论谁也无法真正进行域名所有权的转移操作。被投诉人也已更改更复杂网站密码，尽量避免此类事件再次发生。

同时，必须强调一点，《政策》只是规定“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”这种行为是违规的，其他合理合法的域名转让行为并不违规。Gaopeng.com（高朋网购得）、Jingdong.com（京东商城购得）、Chromebook.com（谷歌购得）、Suning.com（苏宁购得）、Pcauto.com（太平洋汽车网 Pcauto.com.cn 购得）、Banggou.com（美特斯邦威购得）等等至少数百万金额的转让案例已说明这点，同时也说明，无论您多响亮的名号，无论您后期注册了多少相关商标，想要获得自己所期望的前期注册的合法域名，都需要与持有人友好协商，双方自愿进行转让。被投诉人即使有意转让域名及网站，也不存在违规行为，更何况本就自用，无意出售转让。

因此，被投诉人并未违反 4(b)(i)之规定。

被投诉人注册域名时间为 2007 年，而投诉人商标申请日期已经在 2011 年，因此很难想象在四年前被投诉人恶意的注册了域名以阻止投诉人商标，在先的 WIPO 案例中的专家组也持有如此观点（参见 Digital Vision, Ltd. v. Advanced Chemill Systems, WIPO Case No. D2001-0827），更何况投诉人并未真正拥有获准注册商标，被投诉人并未违反 4(b)(ii) 之规定。

被投诉人对域名的使用在本答辩书中已经表明“非商业性地合法使用或合理地使用该域名”，至今被投诉人连投诉人的商业网站是什么都不清楚，投诉人自己也从未列出，所以被投诉人并未违反 4(b)(iii)(iv)之规定。

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权益；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

专家组认为，对于《政策》第 4(a)(i)条的规定，投诉人的投诉应当满足以下两个条件：(1) 投诉人拥有据以提出投诉的商标权利；(2) 被投诉人的域名与投诉人的商标相同或混淆性近似。专家组现对上述两个要件分别进行分析：

(1) 投诉人是否拥有据以提出投诉的商标权利。

投诉人投诉称，“zhoulibo”是投诉人的姓名周立波的拼音形式。投诉人对于“zhoulibo”享有合法民事权益。同时，投诉人投资的个人独资企业注册了大量的商标，其中均含有“zhoulibo”字样。

被投诉人答辩称，投诉人提供的证据仅仅表明其提交了多类商标申请，

并非已获准注册的商标，投诉人无任何权利进行主张。

投诉人提交的证据显示，投诉人设立了个人独资企业“上海周立波清口文化工作室”，经营范围及方式为“曲艺表演”。该个人独资企业向中国国家工商行政管理总局商标局（下称“商标局”）申请了“周立波 zhoulibo 及图”商标，指定使用在第 9 类、第 41 类、第 43 类等多个商品或服务类别上。但投诉人未提交上述商标已经获准注册的相关证明，仅提供了《注册商标受理通知书》予以佐证。专家组注意到《注册商标受理通知书》注明“本通知书仅表明商标局已收到申请人的商标申请，并不表明所申请商标已获准注册”。因此，根据现有的证据材料，专家组无法认定投诉人对“周立波 zhoulibo 及图”商标享有注册商标专用权。

对于投诉人是否可以依据其对姓名享有的权利提出投诉，专家组认为，《政策》第 4(a)(i)条保护的是商标权，到目前为止，《政策》并没有将姓名权纳入保护范围。（见 *THE RECOGNITION OF RIGHTS AND THE USE OF NAMES IN THE INTERNET DOMAIN NAME SYSTEM, Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process*）姓名仅仅“知名”亦不足以满足《政策》第 4(a)(i)条的规定。（见 *Jay Leno v. Garrison Hintz*, WIPO Case No. D2009-0569；*李嘉诚.com*，ADNDRC Case ID *HK-0800235*）

但 WIPO 的观点以及许多现有的判例表明，未注册为商标的姓名经过商业或贸易使用，使得消费者能够将姓名与商品和服务固定地联系起来，具备了商标的标识性特征，这时，未注册为商标的姓名可以视为商品商标或服务商标而满足《政策》第 4(a)(i)条。（见 *WIPO Overview of WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions, Second Edition*, 第 1.6、1.7 条）（见 *李嘉誠.com*, ADNDRC Case ID *HK-0800180*；*Julia Fiona Roberts v. Russell Boyd*, WIPO Case No. D2000-0210）

对于从事演艺事业的知名人物而言，当其姓名被用于区分其演艺服务时，可以满足《政策》第 4(a)(i)条的规定，其方可将姓名作为提出投诉的基础。（见 *Kevin Spacey v. Alberta Hot Rods*, NAF Case No. *FA0205000114437*）。

投诉人主张，其为“海派清口”这一全新艺术模式的开创人，2006 年

至今推出了多场海派清口系列专场演出，受到热烈欢迎，投诉人及其姓名的拼音形式“zhoulibo”已成为海派清口这种艺术形式的著名品牌。此外，投诉人还参与电视主持、电影电视、公益慈善等活动。投诉人提供了演出海报以及《第一财经周刊》、《半月谈》、《中国新闻周刊》等媒体对投诉人的专题报道等证据予以证明。

专家组注意到，投诉人提供的附件 6 为 2006、2007 年投诉人海派清口演出海报，显示内容包括：“上海活宝周立波”，周立波的个人肖像，“周立波自说自话”，以及演出时间 2006 年 12 月 1 日-2 日、2007 年 1 月 26 日-27 日，票价、订票热线，网上订票信息等。同时，投诉人提供的附件 9-17 为《半月谈》、《中国新闻周刊》等部分知名媒体对投诉人的介绍和专访报道。

专家组还注意到，投诉人投资设立了个人独资企业“上海周立波清口文化工作室”，经营范围及方式为“曲艺表演”。

根据投诉人提供的证据，专家组认为，

第一，在争议域名注册日之前，投诉人已将其姓名“周立波”用于其海派清口表演推广和宣传。

第二，投诉人提供的附件 10《第一财经周刊》提到“周立波自创的‘海派清口’，表演形式极其简单，一个人在舞台上说满两个多小时，其间只配以简单音效和数张提示纸”。此外，附件 16 亦提到投诉人自创的表演形式“一个人，一张嘴，一台戏，演满 120 分钟”。可见，投诉人的表演具有特色，主要以投诉人为主，投诉人的知名度与其表演紧密相连。

第三，投诉人提供的附件 14《南都娱乐周刊》提到“周立波这个名字同他的海派清口已经家喻户晓。美国 CNN 评选周立波为 2009 年度 25 位亚洲最具影响力的人物之一，‘周立波’成为谷歌搜索引擎 2009 年度搜索量增长速排名第一的关键词”。此外，投诉人的附件 12、13 等证据也显示投诉人及其表演具有一定的知名度。在被投诉人未对投诉人上述证据提出质疑的情况下，专家组对上述证据的真实性予以认可。根据投诉人提供的上述证据，专家组可以认定，自 2006 年以来，投诉人通过表演、演出等多种形式持续地推广其自创的海派清口，现已在相关公众中享有一定的知名度，相关公众已经在投诉人的姓名“周立波”与其表演之间建立了紧密的联系。换言之，投诉人的姓名“周立波”通过商业使用已经具有显著的区

分服务来源的功能，具备了商标的识别特征，具有了一定的商业价值。

综上，在本案中，投诉人以其姓名作为对本案争议域名投诉的基础，专家组对此予以认同。

(2) 被投诉人的域名是否与投诉人的商标相同或混淆性近似。

投诉人主张，投诉人姓名的中文拼音为“zhoulibo”。争议域名的可识别部分与投诉人姓名的拼音完全相同。

被投诉人辩称，“周立波”三个字和“zhoulibo”八个英文字母并无必然所属关系。

专家组注意到，投诉人提供的证据 7 显示，搜索引擎 Google 对于“zhoulibo”的搜索结果大部分指向表演者周立波即本案投诉人。据此，专家组可以合理推定，“zhoulibo”已经与投诉人周立波形成一定的对应关系。

而比对本案争议域名的主要识别部分“zhoulibo”与投诉人姓名的汉语拼音“zhoulibo”，毫无疑义，二者完全一致。在投诉人周立波具有较高的知名度，且域名一般都以英语或拼音的形式出现的情况下，争议域名极易对相关公众造成误导，使相关公众误认为争议域名与投诉人具有某种联系。因此，专家组认为，争议域名与《政策》规定的具有商标特征的投诉人的姓名构成相同或混淆性近似。

综上所述，专家组认为，投诉人的投诉满足《政策》第 4(a)(i)条所述的条件。

关于被投诉人权利或合法权益

投诉人主张，被投诉人与争议域名“zhoulibo.com”的核心部分“zhoulibo”无任何联系，也不享有任何民事权益，投诉人也从未通过任何途径许可他人将“zhoulibo”作为域名使用。

专家组认为，投诉人已经就其所知所能提供了初步的证据，完成了《政策》第 4(a)(ii)条所要求的举证责任，举证责任应当转移到被投诉人一方。被投诉人需证明其对争议域名享有权利或合法权益。

被投诉人答辩称其为文学爱好者，争议域名由其建立作为著名文学家周立波先生的文学网站，其善意合法合理地使用争议域名作为著名作家周

立波先生文学爱好者网站（满足 4(c)(i)），没有以营利为目的，也不存在为商业利润而误导消费者（满足 4(c)(iii)）。争议域名网站 alexa 综合排名 2985097（截至 2011 年 11 月 10 日），早已广为人知（满足 4(c)(ii)）。因此，被投诉人认为其满足 4(c)(i)、4(c)(ii)、4(c)(iii) 三个条件中任意一条，对争议域名享有合法权益。

专家组认为，

第一，争议域名的注册行为本身并不能产生权利或合法利益。

第二，被投诉人称其注册本案争议域名之目的在于建立著名文学家周立波先生的文学网站，并提供了网站建站探测结果作为证据。专家组注意到，争议域名网站的文件更新时间仅为 2010 年 10 月 9 日与 2011 年 11 月 2 日，且被投诉人没有提交其它证据显示争议域名网站上的具体内容，亦未提供证据证明其对争议域名网站进行了实质性的建设和使用。因此，根据现有证据，专家组无法得出被投诉人已善意地实际使用争议域名网站的结论。

第三，投诉人主张其从未通过任何途径许可被投诉人将“zhoulibo”作为域名注册和使用。被投诉人的姓名与“zhoulibo”无任何关联，亦没有提供任何证据证明其已获得将“zhoulibo”作为域名注册和使用的授权。

综上，根据双方的主张和现有的证据，专家组无法得出被投诉人对争议域名享有权利或合法利益的结论，因此，专家组认为，被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益，投诉人的投诉符合《政策》第 4(a)(ii) 条所述的条件。

关于恶意

根据《政策》第 4(b) 条之规定，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，被投诉人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收益者；或者，

(ii) 被投诉人注册行为本身即表明，被投诉人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)被投诉人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，被投诉人通过制造被投诉人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网站或其它联机地址者。

投诉人投诉称，被投诉人注册争议域名“zhoulibo.com”是为了转让域名，从中谋取暴利，该情形符合《政策》第 4(b)(i)条规定。另外，投诉人主张，被投诉人自 2007 年注册争议域名至今长达五年时间，其一直没有正当使用该域名，使投诉人无法通过正常途径获得域名得以宣传自己的海派清口文化艺术，该情形符合《政策》第 4(b)(ii)条规定。投诉人提供了(2011)沪静证经字第 1899 号公证书予以证明。

专家组注意到，(2011)沪静证经字第 1899 号公证书内容多处显示“海派清口表演者周立波先生”、“周立波”字样，并称“喜欢其表演”；被投诉人对于本案争议域名提供报价，并以价格量级对于有意购买者的询价进行屏蔽，并且在投诉人对争议域名进行评论后，以 10 万元人民币为单位大幅提高争议域名出售价格；同时，争议域名网站的询价方式改由专业域名中介机构处理，出价链接为：<http://www.ejee.com/index.php?r=domain/transaction&id=20059>。链接到中介机构的网站页面显示，争议域名的出售方式为：“卖方定价—价格 ¥100,000.00”。

被投诉人针对投诉人提供的上述证据提交了域名中介机构北京易介华通科技有限公司“关于 zhoulibo.com 域名在 EJEE.com 出售事宜说明”，并辩称：上述出售行为与其没有关联，而是网站被篡改后篡改者向中介公司提交了域名出售链接；其从未以出售为目的向投诉人转让销售争议域名，至今也从没有将此域名出售的意向。

专家组认为，被投诉人提供的证据不足以证明其出于善意注册和使用争议域名：

首先，从证据效力分析，根据《中华人民共和国民事诉讼法》等相关法律，(2011)沪静证经字第 1899 号公证书由公证机构出具，其证据效力

高于第三人北京易介华通科技有限公司“关于 zhoulibo.com 域名在 EJEE.com 出售事宜说明”。在没有其它证据支持的情况下，专家组无法根据被投诉人提供的域名中介机构的说明对其网站遭到篡改的答辩予以采信。

其次，从行为动机分析，即使如被投诉人所述，争议域名网站主页遭人篡改，出售信息并非被投诉人之意愿，但争议域名被购买后，相应的支付价款只能由该域名的注册人获得，而非篡改网站之人所能得到，域名中介机构的说明也证实了这一点。根据被投诉人的答辩和证据，专家组难以找出篡改网站者篡改网站的动机。

再者，尽管被投诉人答辩称其“从未以出售为目的向投诉人转让销售本域名，至今也从没有将此域名出售的意向”，但被投诉人又在答辩书中表示“无论您多响亮的名号，无论您后期注册了多少相关商标，想要获得自己所期望的前期注册的合法域名，都需要与持有人友好协商，双方自愿进行转让。被投诉人即使有意转让域名及网站，也不存在违规行为”，并列举了 Gaopeng.com（高朋网购得）、jingdong.com（京东网购得）等多个域名有偿转让的案例。被投诉人的论述与其“没有将此域名出售的意向”的答辩存在矛盾，同时也可以看出被投诉人对域名有偿转让非常熟悉。据此，专家组认为被投诉人仍有通过转让争议域名获得与域名注册相关费用之外的额外收益的意图之嫌。因此，被投诉人的行为符合《政策》第 4(b)(i)条规定。

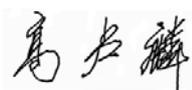
即使被投诉人答辩称其“本就自用，无意出售转让”，但被投诉人提交的证据不足以让专家组认定被投诉人对于网站在进行其所述目的的实质使用。被投诉人于 2007 年注册争议域名，到 2010 年中才启动建站，争议域名网站的文件更新时间也仅为 2010 年 10 月 9 日与 2011 年 11 月 2 日。专家组很难据此认定被投诉人出于善意注册和使用争议域名。而被投诉人这种消极持有争议域名的行为在客观上也阻碍了商品商标或服务商标的所有人以相应的域名反映其商标，被投诉人的行为符合《政策》第 4(b)(ii)条规定。

综上，专家组认为被投诉人的行为符合《政策》第 4(b)(i)、4(b)(ii)条规定，据此，专家组认定，被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意，

投诉人的投诉符合《政策》第 4(a)(iii)条所述的条件。

5、裁决

综上所述，专家组认为，投诉已满足《政策》第 4(a)条规定的三个条件。因此，根据《政策》第 4 条和《规则》第 15 条的规定，专家组裁决将争议域名“zhoulibo.com”转移给投诉人。

独任专家：

二〇一一年十二月七日