

**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-1200544**

---

投 诉 人: 新乐卫浴(佛山)有限公司  
被投诉人: 柯壮波  
争议域名: **ying-wei.net**  
注 册 商: 北京新网互联科技有限公司

---

### 1、案件程序

2012年3月31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”)提交了投诉书, 选择由一人专家组进行审理。

2012年4月1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和域名注册商北京新网互联科技有限公司发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。注册商北京新网互联科技有限公司于同日回复确认: (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。

2012年5月7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。

2012年5月11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2012年5月11日正式开始。同日, 中心北京秘书处以电子邮件向

ICANN 和争议域名注册商北京新网互联科技有限公司传送程序开始通知。

被投诉人在答辩期限内未提交答辩。2012 年 6 月 4 日，中心北京秘书处向投诉人及被投诉人传送缺席审理通知。

2012 年 6 月 5 日，中心北京秘书处向薛虹女士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。2012 年 6 月 5 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。

2012 年 6 月 5 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，指定薛虹女士为本案独任专家，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 2012 年 6 月 5 日）起 14 日内即 2012 年 6 月 19 日前（含 19 日）就本案争议作出裁决。

专家组认为，专家组的成立符合《政策》和《规则》的规定。根据《规则》第 11(a)条的规定，除非当事人另有约定或者域名注册协议另有规定，案件程序语言为域名注册协议使用的语言，但是审理案件的专家组有权根据案件的具体情况另行决定。本案域名注册协议使用的语言为中文，因此专家组决定本案的程序语言为中文。

## **2、基本事实**

### **投诉人：**

本案投诉人为新乐卫浴（佛山）有限公司，地址为广东省佛山市禅城区石湾长来岗工农新村 2 号厂内 1 幢 E 座。投诉人是“YING 及图”系列中国注册商标的权利人。

### **被投诉人：**

本案被投诉人为柯壮波，地址为广东省潮州市枫溪区鳗场路鳗场路口，联系的邮箱为 koko@csxxw.net。本案争议域名“ying-wei.net”注册于 2010 年 11 月 24 日，注册服务机构为北京新网互联科技有限公司。

### 3、当事人主张

#### 投诉人：

#### (1) 关于投诉人权利或合法权益

投诉人新乐卫浴（佛山）有限公司是中华人民共和国国家工商行政管理局商标局核准的第 828528 号“YING 及图”、第 3198425 号“YING 及图”和第 3765652 号“YING 及图”商标注册的权利人。第 828528 号“YING 及图”最早于 1994 年 6 月 17 日由原申请人佛山石湾鹰牌陶瓷有限公司向国家工商局提交注册申请，其后于 2002 年及 2003 年分别申请注册了第 3198425 号“YING 及图”商标和第 3765652 号“YING 及图”商标，原申请人佛山石湾鹰牌陶瓷有限公司于 2006 年将上述三个商标同时转让给投诉人新乐卫浴（佛山）有限公司。现上述提到的第 828528 号“YING 及图”、第 3198425 号“YING 及图”和第 3765652 号“YING 及图”商标注册的权利人为本案的投诉人新乐卫浴（佛山）有限公司，且三个商标均处于有效状态。

#### (2) 关于相同或近似

投诉人的三个商标的文字部分均为“YING”，只是图形部分根据时代的变化而稍作修改。“YING”、“YING 与图形”商标使用了已有十几年，同时 YING（鹰卫浴）的称号在国内卫浴界具有很高的知名度。曾在《南方都市报》、《羊城晚报》等报刊上报道宣传。此外，在百度、谷歌大型搜索引擎中以投诉人的商标“YING”或者“鹰卫浴”文字进行搜索，搜索到的多为关于投诉人“YING”商标的商品网页。在中国，汉语普通话是官方语言，普遍大众都是以普通话为母语和主要交流语言。争议域名主要部分“ying-wei”实质上就是中文“YING-卫”的汉语拼音，争议域名网址“ying-wei.net”让人很容易联想到“YING 卫浴”，认为是投诉人公司旗下拳头品牌“YING”的系列产品，从而导致混淆消费者及经销商等相关公众。因此，应该判定争议域名“ying-wei.net”与投诉人所专用的商标“YING 及图”为近似。

#### (3) 被投诉人的网址注册人对网址的注册或使用具有恶意

投诉人新乐卫浴（佛山）有限公司生产及经营鹰卫浴（YING）品牌产品。YING（鹰卫浴）创立于 1994 年（后被新乐卫浴（佛山）有限公司全

资整体收购), 扎根中国本土市场十几年, 拥有丰富的生产经验和强大的技术研发能力, 凭质量创品牌、以服务赢市场, 已在行业内和消费者心目中树立了良好的口碑, 是国内最具实力的卫浴品牌之一。投诉人以战略眼光分别在佛山、唐山、江门、苏州、台湾先后建立了陶瓷洁具、浴室柜、五金龙头、浴缸及淋浴房、电子智能盖板等生产基地, 并且分别在佛山、唐山及江门设立大型物流基地。投诉人经营的鹰卫浴的核心优势为品质、设计、环保。鹰卫浴拥有包括研发、生产、铸造、烧制、品保等专业高技术人才, 成为鹰卫浴优良高品质的强有力保障。鹰卫浴拥有包括国外、国内及公司内部设计师在内的三大专业设计师团队, 有力保证鹰卫浴不断推出创新设计的新产品满足市场需求。至今, 投诉人的鹰卫浴取得了众多的荣誉证书以及奖项。

投诉人根据其商标“YING”用于域名“ying-sw”的主要识别, 目的就是利用自身品牌的知名度, 便于公众在网络上搜索查询企业及产品信息。被投诉人所注册的争议域名“ying-wei.net”由识别域名“ying-wei”构成, 其域名中的主要识别部分“ying”与投诉人的商标“YING”、域名主要识别部分“ying”相同。且被投诉人的企业名称为鹰牌卫浴, 与投诉人的对外宣传所用的“YING”牌卫浴相似。因此, 被投诉人的争议域名足以导致公众的混淆, 使消费者认为被投诉人与投诉人之间有关联。投诉人认为, 被投诉人注册的域名与投诉人注册的商标构成混淆性相似。

同时, “YING”作为投诉人的品牌商标, 经过长时间大量的使用后, 已经与投诉人、投诉人的一系列产品紧密联系在一起。在公众消费中具有一种极强的指向性。投诉人在全国乃至向世界范围极大的推广和使用商标“YING”后, 该商标已具有极高的知名度, 被投诉人不应该, 也不可能不知道投诉人的“YING”品牌产品的知名度。尤其是被投诉人与投诉人有着同样的经营范围, 销售与投诉人同类型的产品。

投诉人身为国家知名卫浴品牌企业, 被投诉人的域名可识别部分与投诉人的商标、域名、对外宣传的称号极其相似, 并且经营着与投诉人相同的产品领域, 明显是企图混淆公众, 使公众认为该域名下的网站与投诉人有关, 并借此获取商业利益, 若放任被投诉人通过争议域名“ying-wei.com”**【投诉书原文如此, 应为“ying-wei.net”之误】**进行商业活动, 必定会使

消费者误认为其所提供的服务与投诉人新乐卫浴（佛山）有限公司有关，极有可能造成消费者的错误认识，进而引起不良的影响。

投诉人请求专家组裁决将本案争议域名转移给投诉人。

**被投诉人：**

被投诉人没有提交答辩书。

#### **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。

#### **关于完全相同或混淆性相似**

投诉人提交的证据表明，“YING 及图”是投诉人在中国注册的系列商标，这些商标注册至今合法有效。“YING 及图”商标虽然是由图形和文字构成的组合商标，但是其中文字部分“YING”清晰可辨，是商标显著性的重要构成部分。

被投诉人注册的争议域名“ying-wei.net”除去代表通用顶级域名的字符“.net”，系由“ying”和“wei”部分组合而成。结合争议域名网站上的内容，“YINGWEI”表示“鹰卫浴”，因此争议域名中的“wei”，系指“卫浴”。由于争议域名中的“ying”与投诉人注册商标“YING 及图”的主要部分“YING”相同，“wei”又与“YING 及图”商标的注册和使用商品“卫浴”、“卫生洁具”直接相关，因此，争议域名整体上与投诉人的注册商标难以区分，构成近似。

专家组认为，争议域名与投诉人的注册商标混淆性近似，投诉满足《政策》第 4(a)(i)条规定的条件。

## 关于被投诉人权利或合法利益

投诉人主张被投诉人对争议域名不享有任何合法权益。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。

根据投诉人提交的证据，被投诉人在争议域名网站上将其公司及经营的产品称为“鹰牌卫浴”。但是，由于被投诉人没有提交答辩书和证据材料，专家组无法判断被投诉人是否就“鹰牌卫浴”、“ying”及“ying wei”享有何种权利或者利益。

因此，专家组根据现有证据认定，被投诉人就争议域名不享有权利或者合法利益，投诉满足《政策》第 4(a)(ii)条规定的条件。

## 关于恶意

投诉人主张，被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。被投诉人没有提交答辩，未提供反驳理由。

专家组注意到，投诉人的注册商标“YING 及图”对于中国公众来说，具有很强的显著性，通过投诉人的市场经营、推广活动，该商标已经在卫生洁具等产品上取得了一定的知名度。当被投诉人的争议域名“ying-wei.net”于 2010 年注册之时，投诉人的注册商标“YING 及图”已经在中国注册和使用 16 年之久。在名为“鹰卫浴”的争议域名网站上，不仅“YING 鹰卫浴”、“YINGWEI”等标志随处可见，而且推销的正是卫生洁具等产品，与投诉人“YING 及图”商标标注的商品相同。上述事实表明，被投诉人明知投诉人的注册商标“YING 及图”，仍然注册与之混淆性近似的域名，并用于相同及类似的商品，足以与投诉人的“YING 及图”商标及其标注的商品发生混淆，误导消费者。

根据《政策》第 4(b)(iv)条的规定，被投诉人为了商业目的，故意利用争议域名吸引网络用户访问其网站或者其他在线站点，制造与投诉人的商标之间的混淆，使用户误以为被投诉人的网站、其他在线站点或者网站、其他在线站点提供的商品或者服务在来源、授权、附属或者认可方面与投诉人的商标有关联的，构成《政策》第 4(a)(iii)条所述的被投诉人恶意注册并使用争议域名的证据。

专家组认为，被投诉人对争议域名的注册和使用完全符合《政策》第

4(b)(iv)条所述的典型特征，构成恶意的证据。因此，专家组认为，投诉满足《政策》第 4(a)(iii)条规定的第三个条件。

## 5、裁决

综上所述，专家组认为，投诉符合《政策》第 4(a)条规定的三个条件，即“争议域名与投诉人拥有权利的商品商标或服务商标混淆性地近似”，“被投诉人就争议域名不享有权利或合法权益”，以及“被投诉人出于恶意注册并使用争议域名”。

根据《政策》第 4(i)条和《规则》第 15 条的规定，专家组决定将争议域名“ying-wei.net”转移给投诉人新乐卫浴（佛山）有限公司。

独任专家：薛虹

二〇一二年六月十二日