



ASIAN DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION CENTRE (HONG KONG OFFICE)

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

Decision Submission

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

Decision ID	DE-0700094
Case ID	HK-0600108
Disputed Domain Name	www.百威.com
Case Administrator	Dennis CAI
Submitted By	Arthur Chang
Participated Panelist	Arthur Chang
Date of Decision	13-02-2007

The Parties Information

Claimant	Anheuser-Busch, Inc.
Respondent	朱晓乐

Procedural History

本案的投诉人Anheuser-Busch, Inc.,是一家在美国成立的公司，地址是2 One Busch Place, St Louis,, Missouri 63118, United States of America; 投诉人指定路伟律师行为其授权代理人。被投诉人朱晓乐，联络地址不详。

本案的争议域名是百威.com。争议域名的注册机构是XinNet Technology Corporation Ltd.。

2006年10月17日，投诉人根据互联网名称与数字地址分配机构(ICANN)1999年10月24日发布的《统一域名争议解决政策》(下称《解决政策》)、《统一域名争议解决政策程序规则》(下称《程序规则》)以及《亚洲域名争议解决中心关于〈统一域名争议解决政策〉补充规则》(下称《补充规则》)，向亚洲域名争议解决中心香港秘书处(下称“中心”)提交了英文投诉书，并选择由一人专家组审理本案。2006年12月22日，中心以电子邮件向投诉人传送投诉书接收确认，确认收到投诉人的投诉书，并表示中心将根据《解决政策》、《程序规则》以及《补充规则》的规定对投诉书予以形式审查。

2006年11月18日，中心向争议域名注册机构北京新网数码信息技术有限公司传送请求协助函，请求提供其WHOIS数据库中有关本案争议域名的信息。同年11月20日，北京新网数码信息技术有限公司以电邮回复中心，确认本案争议域名是由其提供注册服务，现争议域名持有人为被投诉人，并提供其联络地址。

2006年12月22日中心向投诉人确认收到的投诉书，经审查合格后，中心向以电子邮件向投诉人和被投诉人，表示本案程序是于2006年12月22日正式开始，要求被投诉人按期提交答辩。被投诉人于答辩期限自2006年12月22日起20个厉日内向中心及投诉人传递答辩书。

中心向按《程序规则》第二十五条的规定，本案应由一人专家组进行审理。因此，中心向按《程序规则》第二十五条拟指定的专家张子恆先生，以电子邮件传送列为候选专家通知，并请他们确认是否接受指定作为本案专家审理案件，以及如果接收指定，能否在当事人间保持独立公正。其后，张子恆先生回复中心，同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2007年1月30日，中心以电子邮件向双方当事人及张子恆先生传送专家指定通知，指定张子恆先生为本案专家，审理本案。中心也正式将案件移交专家组，裁决的提交日期为提交文件之日起计的第14日，即2006年2月13日。

Factual Background

For Claimant

投诉人：

投诉人是于1876年创立的全球最大酿酒厂之一，是世界知名的“BUDWEISER”牌啤酒的公司。

投诉人投入数十亿元在全球多个国家并基本上采用了所有媒介，包括包括刊物、广告牌、电视、电台、互联网甚至快艇做广告及推广其“BUDWEISER”商标进行广告宣传。“BUDWEISER”已成为全球销量第二的啤酒（全球销量最高的啤酒是“BUD LIGHT”）。投诉人的网站www.anheuser-busch.com上刊登的列表已把全球最强之二十种品牌啤酒列出，见附件4。投诉人的国际品牌包括“BUDWEISER”和“BUD LIGHT”，单是本年上半年的全球销量已达六千三百一十万桶，销售额是9,150,000,000美元。投诉人刊登于投诉人网站的2006年首季及第二季的财务报告副本载于附件5。因其销售量以及投诉人在过去数十年间不断推出全球性宣传广告及进行推广，“BUDWEISER”已成为全球皆认识的啤酒及其关联产品，并取得极高的名望及声誉，因而取得“驰名”商标的地位。

对全球讲中文的饮酒者来说，“百威”是“BUDWEISER”的同义词。“BUDWEISER”品牌啤酒于1995年首次以中文“百威”和“百威啤酒”商标引入中国。“百威”的汉语拼音为“baiwei”。选择“Baiwei”作为“BUDWEISER”的中文商标名称是基于发音上的相似和相近。

投诉人通过其子公司安海斯-布希国际控股有限公司（Anheuser-Busch International, Inc）在中国经营14家酿酒厂，以数量计算，中国是全球增长最大及最快的啤酒市场。投诉人的销售在中国覆盖面非常大。除设在武汉的主要酿酒厂外，投诉人还在北京、成都、广州、哈尔滨、青岛和上海均设有地区总部，并在全国设有33家代办公司，共有雇员8,800名，其中大多数为中国公民。武汉酿酒厂可制酿三百四十万桶啤酒，这已足以显示“百威”啤酒的需求量及普遍性的程度。附件6节录了投诉人有关中国经营之资料的网页的副本。

在中国，“百威”经长期广泛的广告宣传及营销推广，其方式包括省市有线电视台、中国主要城市大型户外广告牌以及主要餐馆及酒吧外的高质招牌，“百威”也是中国体育赛事的主要赞助商，通过地区性扩张、特定地区和市场的特别赛事和项目对“百威”进行推广。事实上，投诉人“百威”牌啤酒仅今年上半年在中国的销售总量就达到170万桶，销售总额合计达2.17亿美元。

随着在中国大量的和持续增长的饮啤酒人群中获得广泛声誉，中国商标“百威”品牌的”BUDWEISER”啤酒被引入到讲汉语人口较多的其他国家和地区，包括香港和台湾地区。“百威”商标在这些国家和地区也获得了广泛的声誉。摘自香港大公报的剪报和某由台湾网站的网页副本载于附件7中。

在中国大陆、香港和台湾地区（占世界讲汉语人口的90%），投诉人已经投入了巨大资源对“百威”和“百威啤酒”进行商标注册和推广。摘自详述全球讲汉语总人数和按国家对全球讲汉语人口进行细分类的参考材料的数据的副本载于附件8中。

投诉人已在上述国家和地区取得了总数为58个以上的包含或由“百威”组成的商标注册，其中首个注册可追溯至1995年，其余大部分商标的注册事实上亦先于被投诉人对争议域名的注册日期。这些商标的注册清单(百威（中国商标注册号为：895091、4584758、4584759、921015、3778261、1316822、1221628、930680、944327、953607、935364、950545、935330、175283、931991、1317546、136007、1022842、1663055、953607、921015、944347、1494649、927305、930450、938956、930966、938826、930401、940759、928530、960410、932922、935692、928068、934250、947958、937886、943832、955646、945694、935802、941791、941877、951557、922691、937875、941819和947942；新加坡商标注册号为：T8103884I；台湾商标注册号为：0063133和00178202))载于附件2。由于商标注册数量很多，投诉人不可能提供所有注册证书的副本。部分商标的注册证书副本载于附件3中。如专家组和/或被投诉人要求，投诉人愿意提供清单中所含的其他任何商标的注册证书。

For Respondent

Whois的资料库中未能显示被投诉人的邮递地址。被投诉人于2005年5月31日，向Xin Net Technology Corporation申请注册了“www.百威.com”域名。

Parties' Contentions

Claimant

投诉人：

投诉人向专家组指出，争议域名与投诉人拥有权利的商标完全相同和/或混淆性类似，原因如下：

投诉人是多个与争议域名相同和/或混淆性类似的商标在中国大陆、香港和台湾地区登记的注册拥有人；

投诉人已就多个与争议域名相同和/或混淆性类似的商标在中国大陆、香港和台湾地区获得了广泛的声誉及商誉；

争议域名与投诉人的注册商标“百威”完全相同。目前已公认，在对一个商标是否与一个域名完全相同及/或混淆性类似作出查询时，应不予考虑网缀，在本案而言即是<.com>。投诉人请专家组参考全球知识产权组织仲裁及调停中心对Rohde & Schwarz GmbH & Co. HG诉Pertshire Marketing, Ltd（案号：D2006-0762）作出的裁决，副本载于附件9。

投诉人通过使用“百威”商标，及上文所述的推广、宣传及赞助活动，在讲汉语的人群中就上述商标取得了相当声誉及商誉，投诉人因此就上述商标在中国大陆、香港和台湾地区享有民事权益。投诉人因此向专家组指出，就《解决政策》第4(a)(i)条而言，其已证明争议域名与投诉人享有权利或权益的已注册及未注册商标相同及/或混淆性类似。

投诉人认为被投诉人对争议域名并不享有权利或合法权益，原因如下：

- 争议域名并不反映被投诉人的姓名；
- 被投诉人在中国大陆、香港或台湾地区并不拥有反映争议域名的任何注册商标权利；及
- 被投诉人就争议域名得以构建的“百威”商标并没有在中国大陆、香港或台湾地区取得任何声誉。
- 争议域名既不反映被投诉人的名称，亦不反映被投诉人在中国大陆、香港或台湾地区享有对其他名称和其

他商标进行注册的权利或权益。投诉人的法定代表人以“朱晓乐”（被投诉人）的名义进行了商标所有人搜寻，结果显示该人不是上述国家和地区的任何注册商标的所有人。附件10载列该商标搜寻的结果的副本。

用中文在互联网搜索引擎百度、搜狐、雅虎及Google进行的互联网搜寻使用了下列搜寻关键词：“朱晓乐和百威”以确定被投诉人和“百威”之间是否存在任何客观关联。搜索结果显示不存在任何联系。附件11载列在百度、搜狐、雅虎及Google各自的本土化中文版、香港版和台湾版进行搜寻的前20个搜寻结果的副本。

在缺乏证明用途的任何其他证据的情况下，被投诉人不可以声称就“百威”取得任何声誉，而且，肯定在中国不享有声誉而足以使被投诉人享有争议域名的任何合法权利或权益。

因此，投诉人向专家组指出，就ICANN《解决政策》第4(a)(ii)条的目的，证明被投诉人对争议域名并无拥有任何权利或合法权益。

投诉人认为，被投诉人对争议域名的注册具有恶意，原因如下：

- 被投诉人对争议域名并不拥有任何合法权利或权益；
- 鉴于投诉人至少在中国对“百威”所享有的声誉，被投诉人，作为中国公民和/或在中国居住的个人，必已知道投诉人对争议域名拥有在先的权利及权益；
- 被投诉人知悉投诉人在“百威”（至少在中国）所取得的声誉和商誉所得的必然推论是：被投诉人注册争议域名的目的是为买卖争议域名以取得金钱利益和/或以其他方式利用投诉人在中国的声誉以获取利益；和
- 被投诉人没有使用争议域名。

被投诉人在不享有任何合法权利或权益的情况注册争议域名，这一事实本身已证明被投诉人注册争议域名具有恶意。

投诉人亦认为，鉴于投诉人对“百威”和“百威啤酒”在全球广泛层面享有的声誉，被投诉人在注册争议域名时必定已知投诉人于此等商标拥有的权利。被投诉人在注册及使用争议域名时已全面知悉投诉人对此等商标的在先权利，而被投诉人并没有向作为商标所有人的投诉人寻求给予许可，而被投诉人在上述情况下注册和使用争议域名概不能视为善意的行为。

投诉人请专家组参考JSC Baltikums Bankas Grupa and Insurance JSC Baltikums诉Masayoshi Hotta（案号：D2005-0735），该案件裁决的副本附于附件12。在该案中，决定登记人是否恶意使用及登记域名时，专家组已考虑到被投诉人知悉投诉人对域名享有在先权利的事实。

另外，“百威”为“虚构”字。事实上，假如独立于投诉人的商标之外，该字在汉语中没有一般性的意义。因此，被投诉人选择将争议域名建构在该字上是没有任何客观的合理解释的。附件13载列《现代汉语辞典》所包含的“百”字词条的副本和使用“百威”作为搜索关键词进行互联网搜索的结果的副本。

此外，截止于本投诉书之日，被投诉人并没有使用任何一个争议域名。在互联网浏览器键入争议域名后产生的网页的副本见附件14。在Village Resorts Ltd.诉Superfares（案号：D2001-0813）一案中，专家组认为不使用域名构成恶意保存域名的行为，该案裁决的副本见附件15。

在“百威”和被投诉人之间缺乏任何关联、在“百威”上构建争议域名缺乏任何客观合理解释、以及在被投诉人没有使用争议域名的情况下，必定会作出如下推定：被投诉人选择争议域名的动机纯粹是从投诉人处获取利

益，被投诉人一定知悉投诉人对“百威”商标享有在先权利。该行为构成对投诉人的商标的不合法和不公平使用，以及对中国的TLD注册系统的蓄意操控。

因此，投诉人向专家组指出，就 ICANN《解决政策》第 4(a)(iii)条而言，其已证明被投诉人注册争议域名具有恶意。

基于上述理由，投诉人请求本案专家组裁决，本案争议域名应转移给投诉人。

Respondent

被投诉人未在规定期限内提交答辩书，雖然被投訴人在2007年1月12日(即規定期限外)曾以電郵回覆並詢問有關裁判後的註冊費用問題，但被投訴人並沒有就域名爭議作出正式答辯，而由于无特殊情形，依据《程序规则》第七条规定，专家应当依据投诉书裁决争议。

Findings

《统一域名争议解决政策》第4(a)条规定，符合下列条件的投诉应当得到支持：

- (1) 被投诉的域名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
- (2) 被投诉的域名持有人对域名并不享有权利或合法利益；且
- (3) 被投诉的域名持有人对域名的注册和使用具有恶意。

《解决办法》第4(a)条说明，投诉人在行政程序中必须举证证明以上三种情形同时具备。根据投诉人所提交的投诉书及其所附证据材料，本案专家组意见如下：

Identical / Confusingly Similar

投诉人是于1876年创立的全球最大酿酒厂之一，是世界知名的“BUDWEISER”牌啤酒的公司。投诉人投入数十亿元在全球多个国家并基本上采用了所有媒介，包括包括刊物、广告牌、电视、电台、互联网甚至快艇做广告及推广其“BUDWEISER”商标进行广告宣传。“BUDWEISER”已成为全球销量第二的啤酒（全球销量最高的啤酒是“BUD LIGHT”）。

“BUDWEISER”品牌啤酒于1995年首次以中文“百威”和“百威啤酒”商标引入中国。“百威”的汉语拼音为“baiwei”。选择“Baiwei”作为“BUDWEISER”的中文商标名称是基于发音上的相似和相近。

投诉人通过其子公司安海斯-布希国际控股有限公司（Anheuser-Busch International, Inc）在中国经营14家酿酒厂。

投诉人已在中国大陆、香港和台湾地区对“百威”和“百威啤酒”进行商标注册和推广，并取得了总数为58个以上的包含或由“百威”组成的商标注册，其中首个注册可追溯至1995年，其余大部分商标的注册事实上亦先于被投诉人对争议域名的注册日期。

在争议域名“百威.com”中，“.com”为顶级域名，在略去争议域名中的相关“.com”顶级域名，所余下的“百威”主要部分与投诉人的注册商标“百威”完全相同，因此，“百威.com”明显地与投诉人的注册商标“百威”具有足以导致混淆的近似性。

鉴于此，专家组裁定投诉人的投诉已满足了《解决政策》第4(a)条中的第一项条件，即争议域名与投诉人享有权益的名称和商标相同或混淆地相似。

Rights and Legitimate Interests

在本案投诉书提交之日被投诉人对于“百威”名称或者商标尚未建立任何权利或合法权益。在本案投诉书提交之日：

1. 争议域名并不反映被投诉人（或任何演化的词）的姓名；
2. 被投诉人在中国大陆、香港或台湾地区并不拥有反映争议域名的任何注册商标权利；投诉人的法定代表人以“朱晓乐”（被投诉人）的名义进行了商标所有人搜寻，结果显示该人不是上述国家和地区的任何注册商标的所有人；
3. 被投诉人就争议域名得以构建的“百威”商标并没有在中国大陆、香港或台湾地区取得任何声誉；及
4. 投诉人从未授权、许可、认可或者以其它方式允许被投诉人将投诉人的“百威”商标或商号注册或使用于商业或其他用途上。

因此，专家认定被投诉人对争议域名或者其主要部分不享有合法权益。

Bad Faith

《解决政策》第4(b)条规定，针对第4(a)(iii)条，尤其是如下情形但并不限于如下情形，如经专家组发现确实存在，则构成恶意注册和使用域名的证据：

- (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它连机地址者。

投诉人是于1876年创立的全球最大酿酒厂之一，是世界知名的“BUDWEISER”牌啤酒的公司。投诉人投入数十亿元在全球多个国家并基本上采用了所有媒介，包括包括刊物、广告牌、电视、电台、互联网甚至快艇做广告及推广其“BUDWEISER”商标进行广告宣传。“BUDWEISER”已成为全球销量第二的啤酒（全球销量最高的啤酒是“BUD LIGHT”）。投诉人的国际品牌包括“BUDWEISER”和“BUD LIGHT”，单是本年上半年的全球销量已达六千三百一十万桶，销售额是9,150,000,000美元。因其销售量以及投诉人在过去数十年间不断推出全球性宣传广告及进行推广，“BUDWEISER”已取得极高的名望及声誉。

“BUDWEISER”品牌啤酒于1995年首次以中文“百威”和“百威啤酒”商标引入中国。投诉人通过其子公司安海斯-布希国际控股有限公司（Anheuser-Busch International, Inc）在中国经营14家酿酒厂，以数量计算，中国是全球增长最大及最快的啤酒市场。投诉人的销售在中国覆盖面非常大。除设在武汉的主要酿酒厂外，投诉人还在北京、成都、广州、哈尔滨、青岛和上海均设有地区总部，并在全国设有33家代办公司，共有雇员8,800名，其中大多数为中国公民。武汉酿酒厂可制酿三百四十万桶啤酒，这已足以显示“百威”啤酒的需求量及普遍性的程度。

基于上述事实，专家认为“BUDWEISER”和“百威”品牌啤酒于全球和中国已建立一定声誉；相反，被投诉人在对争议域名并不拥有任何合法权利或权益的情况下；卻特意选择用“百威”作其域名注册，这一行为本身应可被视为具有恶意。

另外，“百威”为“虚构”词。事实上，假如独立于投诉人的商标之外，该词在汉语中没有一般性的意义。因此，被投诉人选择将争议域名建构在该字上是没有任何客观的合理解释的；而且被投诉人亦没有使用争议域名建立网页，在对争议域名并不拥有任何合法权利或权益的情况下，专家认为注册而不使用域名本身阻止了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，其意图实在值得商榷。

专家基于上述分析，认为被投诉人注册域名阻止了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，根据《解决政策》第4(b)条第(ii)款的规定，本案被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

关于恰当救济方式

投诉人请求本案专家组裁决，本案争议域名应转移给投诉人。专家组认为裁定将争议域名转移给投诉人是合适的救济方式。

Status

www.百威.com

Domain Name Transfer

Decision

基于以上分析，专家组认为：(1)争议域名百威.com与投诉人享有民事权益的名称或者标志相同，具有足以导致混淆的近似性；(2)被投诉人对该域名或者其主要部分不享有合法权益；和(3)被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意。据此，专家组裁定域名百威.com 应予转移给投诉人。

专家：张子恆 Arthur Chang

2007年2月7日 于 香港

Back

Print

