



Asian Domain Name Dispute Resolution Centre

hong kong

(香港秘书处)

行政专家组裁决

案件编号.	HK-1500816
投诉人:	腾讯控股有限公司 (Tencent Holdings Limited)
被投诉人:	li ming
争议域名:	<weixin.com>

1. 当事人及争议域名

本案投诉人为腾讯控股有限公司 (Tencent Holdings Limited) · 地址为 : P. O. Box 2681 GT, Century Yard, Cricket Square, Hutchins Drive, George Town, Grand Cayman, Cayman Islands · 本案投诉人授权霍金路伟律师行处理其投诉申请。

被投诉人 : li ming · 地址为 beijingshi chaoyangqu wangjing beijing 10020 CN · 本案被投诉人授权北京市中伦文德律师事务所处理其投诉申请。

争议域名为 <weixin.com> · 注册商是 EJEE Group Holdings Limited · 电邮地址为 abuse@yiyu.com。

2. 案件程序

2015 年 12 月 1 日，亚洲域名争议解决中心香港秘书处（“中心”）收到投诉人根据互联网名称与数码分配公司 [ICANN] 于 1999 年 10 月 24 日实施的《统一域名争议解决政策》（《政策》），和由 ICANN 董事会于 2013 年 9 月 28 日批准的《统一域名争议解决政策之规则》（《规则》），及 2015 年 7 月 31 日生效的《ADNDRC 关于统一域名争议解决政策之补充规则》（《补充规则》）提交的投诉书，并选择由三人专家组审理本案。

2015 年 12 月 23 日，中心以电子邮件向被投诉人传送答辩确认通知及附件材料，要求被投诉人根据《政策》、《规则》及《补充规则》提交答辩。

2016 年 1 月 18 日，中心以电子邮件方式向双方发送专家确定通知有关各方由胡士远(Sebastian Hughes)、迟少杰及王则左组成专家组审理本案，将案件移交专家组，并依据相关规定要求专家组于 2016 年 2 月 1 日或之前作出裁决。

3. 事实背景

投诉人：

投诉人是腾讯集团（下称“腾讯”）成员公司。腾讯成立于 1998 年 11 月，是目前中国最大、用户最多的互联网综合服务提供商之一。2004 年，投诉人在香港联交所主板公开上市（股票代码 700），自 2008 年 6 月起成为恒生指数成分股。

通过互联网服务提升人类生活品质是腾讯的使命。投诉人一直为用户研发及提供互联网增值服务、网络广告服务和电子商务服务。其中，投诉人的即时通信工具“QQ”、移动社交和通信服务“微信”（英文名称“weixin”或

“WeChat”)、门户网站腾讯网 (QQ.com)、腾讯游戏、社交网络平台 “QQ 空间” 等均为中国大陆以及世界各地领先的网络平台。

“微信” 是腾讯于 2011 年初推出的一款可以发送图文信息，语音视频信息，支持多人语音对讲等功能的移动社交软件。用户还可以在朋友圈中和好友实时分享生活点滴。“微信” 可算是中国大陆时下最热门的移动社交平台。

“微信公众号” 则是开发者或商家在微信公众平台上申请的应用账号。通过公众账号，商家可在微信平台上实现和特定群体的文字、图片、语音、视频的全方位沟通、互动；甚至可以做成商城、交易平台、互动社区等。目前“微信公众号” 数目已超过 15,000,000。

关于“微信” 品牌的使用及知名度，2015 年第三季度业绩，微信和 WeChat 的月活跃账户数达到 6.50 亿。

而投诉人于世界各地的知名度一直在世界各地增长，尤其是在中国大陆声誉昭著。

投诉人的知名度可见于：

- 1) 中国互联网络信息中心出具的《中国微信用户市场研究报告》(2013 年 9 月)；
- 2) 工业和信息化部电子知识产权中心出具的《微信的知名度与影响力研究》摘要(2013 年 9 月)；及
- 3) 2015 年 iresearch 微信公众号媒体价值研究报告摘要，而该研究认为微信应当被认定为中国驰名商标。

另外，投诉人 (及关联公司) 亦是域名 weixin.qq.com 和 weixin.cn.com 的注册人，注册日期分别为 1995 年 5 月 4 日及 2013 年 2 月 6 日。

被投诉人：

按 WHOIS 记录，争议域名于 2000 年 11 月 21 日注册，及后于 2015 年 4 月或 7 月才转移到当前注册人“liming”名下：

- 1) 争议域名是于 2000 年 11 月 21 日注册。当时注册人为“Haishen Yang”。
- 2) 随后争议域名注册人多次变更。
- 3) 当前注册人“li ming”有两次转让纪录，分别是 2015 年 2 月至 4 月期间由“sun libin”转让给“li ming”，其后 2015 年 6 月时转让至“li zhu”，其后又在 2015 年 7 月 10 日或之前转让给“li ming”。
- 4) 根据 WIPO Overview 2.0 第 3.7 段，域名注册人的转移应该视为一次新的注册。
- 5) 因此，被投诉人取得争议域名拥有权的日期晚于投诉人取得“weixin” / “微信”之香港商标注册日期(即 2011 年 10 月 25 日)。

4. 投诉人主张

A. 投诉人

投诉人的主张如下：

- i. 争议域名完整包含投诉人的“weixin”商标，而“weixin”是投诉人“微信”汉字商标的汉语拼音。争议域名与投诉人的商标相同或极其相似，容易引起混淆。

“weixin”不是英语中的惯常词汇，并无任何含义，被投诉人未有正当理由注册争议域名。

- ii. 被投诉人对争议域名并不拥有任何权利或合法权益，理由如下：

1. 被投诉人名为“li ming”，与“weixin”没有关联；
 2. 被投诉人对“weixin”或“微信”不享有任何商标权或其他合法权益。因被投诉人没有相关的商标注册/申请；
 3. 投诉人从未授权被投诉人注册或使用其“weixin”商标或包含“weixin”的域名；
 4. 争议域名的网站 (www.weixin.com) (“该网站”)，看似投诉人“微信公众号”的资讯平台。
 - a. 该网站多处包含混淆性标示或内容，容易令浏览者误会该网站或域名为投诉人官方或授权网站。
 - b. 该网站内容如“微信营销平台”、“微信交易平台”等涉及投诉人官方规则所不允许的诱导行为等。
- iii. 被投诉人对争议域名的注册和具有恶意，理由如下：
1. 被投诉人在对争议域名并不拥有任何权利或合法权益的情况下注册争议域名已证明被投诉人对争议域名的注册和具有恶意；
 2. 自 2011 年推出“微信”产品以来，投诉人的“微信”品牌在世界各地 (尤其是中国大陆) 已获得极高知名度。被投诉人在 2015 年 4 月或 7 月成为争议域名注册人之时，理应知晓投诉人在先商标，但没有避让，反而修改网站内容以作混淆性使用；
 3. 事实上，争议网站内容明显围绕投诉人“微信”产品，混淆浏览者访问该网站以获得商业利益，均属《政策》第 4(b)(iii)及(iv)段的“恶意”使用；

4. 争议网站亦显示：

- a. “微信官网”，连接投诉人官网 <http://weixin.qq.com/>
- b. “微信公众平台”，连接投诉人官网 <https://mp.weixin.qq.com/>
- c. “微信开放平台”，连接投诉人官网 <https://open.weixin.qq.com/>
- d. 多处使用投诉人各商标，包括其“企鹅图案”、“QQ”及  “” 商标。
- e. 多处使用“官方”字眼制造混淆。

B. 被投诉人

被投诉人的主张如下：

- i. 争议域名与投诉人享有权利的商品商标或服务商标不相同或並不混淆性相似：
 - 1) 被投诉人称地域性是商标法律制度的基本原则。在评判投诉人是否享有商标权利时，不能脱离商标注册的具体的国家地理范围。中国大陆在商标注册领域适用“先注册原则”，即注册产生商标专用权。根据投诉人举证及被投诉人查询，投诉人在中国大陆并没有注册任何“weixin”商标，仅有中文“微信”商标。且投诉人举证的、包括在中国大陆范围以外的一系列中文“微信”及“weixin”商标的申请日及注册日，均晚于争议域名的注册日，即2000年11月21日；
 - 2) “weixin”并非唯一对应投诉人的“微信”，也是其他常用汉语词组的拼音，如“唯心”、“威信”、“维新”；

3) “微信” 亦为 “微信息 (micro information)” 的简称；及

4) 被投诉人亦认为 “微信” 商标并不是驰名商标。

ii. 被投诉人认为对争议域名享有权利或合法权益，理由如下：

1) 2015 年 12 月 3 日在投诉通知之前，被投诉人一直在对争议域名所指向的网站做微调，比如在网站左上方图案加上 “非官方” 一词，希望通过加注区别性标识，因此没有恶意。除此之外，被投诉人在网站的底部亦已明确标注网站的版权属于 “北京将至网络科技有限公司”，也声明网站 “与腾讯微信无任何关联，非腾讯微信官方网站”；

2) 争议域名的注册时间为 2000 年 11 月 21 日，远早于投诉人 “weixin” / “微信” 商标注册时间及 “微信” 产品推出的时间；

3) 被投诉人受让并持有争议域名属善意取得。根据中国民法有 “自争议域名注册时即产生权利或合法利益”；

4) 投诉人在投诉书中引用的先例与本争议情况并不一致，不能适用于本争议。

iii. 被投诉人对争议域名的注册及使用不具有恶意。

1) 被投诉人并没有意图出售、出租或转让域名，事实上，被投诉人本人一直致力于开源平台建设事业；

2) 没有证据证明被投诉人获取争议域名的目的是为了阻止投诉人以争议域名反映其商标；

- 3) 被投诉人获取争议域名的目的并不是为了破坏投诉人的正常业务；
- 4) 被投诉人使用争议域名并不是为商业目的，网站提供的服务与投诉人商标之间不存在混淆及引诱网络用户访问被投诉人网站。

被投诉人称早期创立的 9 秒社团网站上就有专门的“微信开发者社区”平台，投诉人当时并没有异议，而投诉人还曾与被投诉人在 2015 年 7 月共同主办过 2015 HTML5 游戏开发者大会 (H5GDC)，该行为本身已经表明投诉人当时已经对被投诉人的 9 秒社团给予了认可。

5. 专家组意见

根据《ICANN 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：

- (i) 争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆；且
- (ii) 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法权益；且
- (iii) 被投诉人的域名已被注册并且正被恶意使用。

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。

A) 关于争议域名与投诉人享有商品商标或服务商标权利的名称或者标志相同或混淆性相似

- i) 争议域名是完全包含了投诉人的商标“weixin”，在此问题上被投诉人认为商标是地域性的，不能脱离国家地理范围，投诉人并在台湾、澳门、马来

西亚等地注册了“weixin”商标，均在中国以外。而且，鉴于争议域名的注册日（2000年11月21日），专家组不同意被投诉人的意见：

申请商标“weixin”、“微信”及“”已于2011年10月25日已在香港注册。根据WIPO Overview on Selected UDRP Question Original Edition（被投诉人文件8），关于“First UDRP Element”专家组的共识是：

"1.1 If the complainant owns a registered trademark then it satisfies the threshold requirement of having trademark rights. The location of the registered trademark and the goods and/or services it is registered for are irrelevant when finding rights in a mark..."

及

"1.4 Registration of a domain name before a complainant acquires trademark rights in a name does not prevent a finding of identity or confusing similarity. The UDRP makes no specific reference to the date of which the owner of the trade or service mark acquired rights..."

- ii) 投诉人对“weixin”是否享有民事权益，WIPO Overview 1.1 指出与注册地点（location）是无关的，在注册后投诉人即享有民事权益，*Lucasfilm Ltd. And Lucas Licensing Ltd. v. Cupcake City and John Zuccarini*（WIPO 案号 D2001-0700）一案指出，拥有有效和持续的商标注册，是投诉人拥有该商标的表面证据，亦能证明对该商标，享有民事权益。
- iii) WIPO Overview 1.4 指出争议域名注册在前，亦不能作为相同或混淆性相似的答辩。

- iv) 被投诉人指出“weixin”并非单单应对“微信”一词，而常用汉语词组同样发音的还有“威信”、“维新”等词，因此“weixin”无显著性。“微信”并非汉语字典的常用词。在此问题，专家组考虑了WIPO 案号 D2007-0062，其中：

*“...The Respondent argues that no identity or confusing similarity should be found because “credit” and “keeper” are both common words that Complainant cannot claim exclusive rights in. The Respondent also makes reference to what it claims are several descriptive uses of the terms “credit keeper” unrelated to the Complainant and its products or services. While such use factors might be relevant under a traditional trademark infringement analysis, in the internet context of paragraph 4(a)(i) of the Policy the question of identity or confusing similarity is evaluated based solely on a comparison of the complainant’s mark and the alphanumeric string constituting the domain name at issue. *Magnum Piering, Inc. v. The Mudjackers and Garwood S. Wilson, WIPO Case No. D2000-1525. Thus, the Panel compares the mark and the domain name alone, independent of the use factors usually considered in a traditional trademark infringement action. See Banconsumer Service, Inc. v. Mary Langthorne, Financial Advisor, WIPO Case No. D2001-1367; InfoSpace.com, Inc. v. Delighters, Inc. d/b/a Cyber Joe’s Internet Café, WIPO Case No. D2000-0068. Based on such a comparison, the Panel concludes that the disputed domain name is identical to the Complainant’s CREDITKEEPER mark...*”*

因此，本案专家组仅需比较争议域名的显著部份及投诉人的商标用字，而不需考虑传统商标侵权案件的其他因素。

综上，专家组认为政策第 4a 条第一款的条件已满足。

B) 关于被投诉人对争议域名或其大部分不享有合法权益

被投诉人的姓名与“weixin”并无关联。而投诉人亦从未授权被投诉人使用“weixin”作为其域名的识别部份，而被投诉人亦从未以“weixin”在任何地方作出注册或注册申请。

在此投诉人已成功的成立了被投诉人不享有争议域名的合法权益的表面案情 (Prima facie case)，即被投诉人对“weixin”并无权利或合法权益。根据《政策》的第 4c 段，被投诉人可根据以下三点举证答辩证明拥有权利或合法利益：

- i) 在接到有关争议通知之前，你方 (被投诉人) 在提供商品或服务的过程中已善意地使用或可证明准备善意地使用该域名或与该域名相对应的名称者；或者
- ii) 你方 (作为个人、商业公司或其他组织) 虽未获得商品商标或有关服务商标，但因所持有的名业已广为人知者；或者
- iii) 你方正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图者。

被投诉人答辩的说法是，在 2015 年 12 月 3 日之前 (即接到投诉通知之前)，被投诉人已对被投诉人的网站作“微调”，包括在网站加上“非官方”一词及在底部明确“与腾讯微信无任何关联”，尽可能避免相关公众误会为投诉人的官方网

站¹。这答辩正正支持了被投诉人在知道投诉人的商标时，注册争议域名，构成“恶意”，而非“善意”地使用争议域名/网站。

被投诉人亦指出，注册争议域名的时间为 2000 年 11 月 21 日，早于投诉人于 2011 年 10 月 25 日在香港、台湾、马来西亚登记“weixin”商标。因此被投诉人对争议域名享有该域名注册时即产生的权利或合法利益。但专家组注意到 WIPO Overview 3.7 段：

"...While the transfer of a domain name to a third party does amount to a new registration, a mere renewal of a domain name does not amount to registration for the purposes of determining bad faith. Registration in bad faith must occur at the time the current registrant took possession of the domain name..."

及投诉书 8.4.1 段：

"... 按 WHOIS 记录, 争议域名于 2000 年 11 月 21 日注册。... 争议域名是于 2015 年 4 月或 7 月才转移到当前注册人"liming"名下.... "li ming" 有两次转让纪录, 分别是 2015 年 2 月至 4 月期间由 "sun libin" 转让给 "li ming", 其后 2015 年 6 月时转让至 "li zhu", 其后又在 2015 年 7 月 10 日或之前转让给 "li ming" "。

¹ 雖然如此，WIPO Overview 3.5 指出：*"The existence of a disclaimer cannot cure bad faith, when bad faith has been established by other factors. A disclaimer can also show that the respondent had prior knowledge of the complainant's trademark."* and the consensus view in the relevant section in WIPO legal index is that: *"This is typically explained by UDRP panels with reference to the probability of Internet user "initial interest confusion"*

因此实质上，被投诉人受让的时间，应被视为登记/注册的时间，作为新的注册（见 WIPO 案号 D2007-0062² under rights or legitimate interests），因此被投诉人根据此分析并无早于投诉人先注册域名。

关于《政策》第 4c(ii)及(iii)，被投诉人没有提出说法，因此，专家组认为投诉人满足了《政策》第 4c 条第二款的条件。

C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

投诉人的商标“weixin”、“微信”，于 2015 年在中国是家喻户晓的。其实投诉人早在 2004 年已在香港主板上市（股票代码 700）。而在 2015 年，微信和 WeChat 的月活跃账户已达到 6.5 亿。被投诉人对此也直认：“作为微信生态圈的一员，清楚地知道投诉人相当于“衣食父母”，但被投诉人却在 2015 年重新注册《weixin.com》。根据《政策》第 2 段“你方的陈述责任”：

“... 你方申请注册某一域名或要求我方保留或更新某一域名注册时，即向我们陈述保证：... (b) 就你方所知，域名的注册将不会侵害或妨碍任一第三方的权益；... (d) 你方不会在明知违反有关可适用的法律或法规的情况下使用该域名。你方有责任判断你方域名注册行为是否侵害或妨碍他人权益。”

于 WIPO 案号 D2007-0062，独任专家亦在裁决中指出：

“...The Respondent, however, fundamentally misperceives the Policy and its objectives in asserting that a previous registrant’s good faith registration of a domain name immunizes one who subsequently acquires the domain name from further scrutiny. The overriding objective of the Policy is to curb the abusive registration of domain names in circumstances where the registrant is seeking to profit from and exploit the trademark of

² HSBC Finance Corporation v Clear Blue Sky Inc. c/o Domain Manager

another. *Match.com, LP v. Bill Zag and NWLAWS.ORG*, WIPO Case No. D2004-0230. The consensus view of WIPO Panelists is that, while a renewal of a domain name does not amount to registration for purposes of determining bad faith, the transfer of a domain name to a third party does amount to a new registration, requiring the issue of bad faith registration to be determined at the time the current registrant took possession of the domain name. See *WIPO Overview of WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions*, § 3.7, and cases cited therein.

While a renewal is not considered equivalent to a “registration” in the context of the objectives of the Policy, and thereby insulates a respondent who did not register a domain name in bad faith but subsequently uses it in bad faith, the benefit of an original good faith registration should not be perpetual to the point where it can cloak successors in title and successors in “possession” long after the original registration would have expired. See *PAA Laboratories GmbH v. Printing Arts America*, WIPO Case No. D2004-0338. The Panel notes that paragraph 2 of the Policy implicitly requires some good faith effort to avoid registering and using domain names corresponding to trademarks in violation of the Policy. See *Media General Communications, Inc. v. Rarenames, WebReg*, WIPO Case No. D2006-0964. But the Respondent has not indicated that it explored the possibility of third-party rights in any way before registering and using the disputed domain name.

In view of the foregoing, it follows that the Respondent cannot rely on a previous registrant’s good faith registration of the disputed domain name without more to establish that the Respondent possesses rights or legitimate interests in the disputed domain name. Nor can the Respondent rest its claim of legitimacy on a continuation of the previous registrant’s

use of the domain name, in the absence of a good faith effort by the Respondent to avoid registering and using a domain name corresponding to the trademark of another in violation of the Policy. As noted above, the Respondent does not indicate that it explored the possibility of third-party rights in any way before registering and using the disputed domain name.

“

证据显示，被投诉人是在明知投诉人的商标“weixin”下，重新注册争议域名，构成恶意注册。

其实也没有证据显示初始注册是善意的，根据 Domain Tools, LLC 及 The Way Back Machine 取得的域名报告，最初的注册人为 Hai Shen Yang，之后注册人多次变更：2007 年 Ye Xu Jian，2009 年 Sun Li Jiao，2010 年 Tongbo Technology Co., Ltd.，2011 年 Zhu Fang，2015 年 4 月 Sun Li Bin，2015 年 6 月 Li Zhu，最后转至被投诉人，被投诉人没有提供在 2015 年前争议域名曾被善意使用或使用的证据。

在答辩书的第(3)(iii)A 段，被投诉人声称一直致力于开源项目，亦曾于 2011 年创立了 9 秒社团 – 国内最大的中文开源游戏开发者小区，但 9 秒社团的域名是《9miao.com》而并不是《weixin.com》。

亦有证据显示，于 2011 年 1 月 22 日，争议域名的 Administrative Contact 及 Registrant Contact Information 都被改为“Privacy Service”，来隐藏注册人的身份。同时争议域名的网页截图，2011 年显示出的中文名是“威信”而至 2014 年 4 月 11 日的截图，才改为“微信”。

综以上的证据，专家组认为恶意注册已成立。

关于恶意使用，投诉书亦于 8.11 – 8.19 段详列被投诉人的恶意使用，包括 (i) 变更网站内容；(ii) 误导该网站为投诉人官方网站；(iii) 而该网站多处使用投诉人商标包括“企鹅图案”、“QQ”及“”；(iv) 在“公众号托管平台”多处显示投诉人的商标；(v) 以金钱回报诱导用家关注某些公众号及用户分享等。综观网站整体内容，专家组认为恶意使用成立，满足了《政策》第 4(a)条第三款的条件。

综上，专家组认为投诉人已满足了《政策》第 4(a)(iii)条即被投诉人对争议域名的注册及使用具有恶意。

6. 裁决

基于以上分析，专家组认为，在本案中《ICANN 统一域名争议解决政策》第 4(a)条规定的三项条件均得到满足，因此专家组裁定支持投诉人的投诉请求，将争议域名转移给投诉人。

首席专家：王则左 (Samuel WONG)

合作专家：胡士远 (Sebastian HUGHES)

日期：2016 年 1 月 29 日于香港

关于 HK1500816 号 WEIXIN.COM 域名争议案的意见

本人对题述案发表如下看法：

1.本案争议的特殊点

1.1 无论是诉讼、仲裁或域名争议解决，纠纷审理者皆应根据具体案情恰当认定事实、正确适用法律。

1.2 本案特殊点在于，

（1）争议域名于 2000 年注册；并于 2015 年转让给被投诉人；

（2）投诉人于 2011 年推出“微信”电讯服务，并于 2011 年在香港、2012 年及以后在中国大陆，注册“微信/WeChat/WEIXIN”等商标；

（3）投诉人基于《WIPO OVERVIEW》（以下简称《WIPO 意见》）中的“域名转让应被视为新注册”的说法，主张适用《政策》，请求专家组裁决转移争议域名。

1.3 上述特点似乎在以往域名争议案例中“罕见”。因此，在讨论适用《WIPO 意见》时，不应当脱离如此“罕见”的争议事实。

2.关于《WIPO 意见》及先例的适用问题

2.1 解决域名争议的行政程序，应适用《政策》作为实体判定标准；而非适用“先例原则”。《WIPO 意见》是将域名争议中具有“共性”的问题，总结归纳为具有一般参考意义的原则，进而对《政策》标准的适用，起到一定“细化”作用；因此对具有“共性”的案例，具有指导意义。

2.2 但在遇到具有“个性”的争议时，若适用基于“共性”产生的原则，即应充分考虑具有“个性”的争议情节，再决定是否能够针对具有“个性”的案例，适用产生于

“共性”的原则。而不应将产生于“共性”的指导原则，机械地运用于解决具有“个性”的争议。

2.3 至于先例，体现的是具体专家处理具体案件的认识。如此认识不仅受案情的影响，而且在很大程度上受具体专家的法域背景、个人经验，乃至个人价值取向等因素的影响。就此而言，先例对审理域名争议的指导性意义，要比《WIPO 意见》更弱。因为后者至少还是归纳处理具有“共性”争议的一般看法；而前者仅为个别专家对个别争议的看法。

2.4 基于上述的结论是，若旨在适用《WIPO 意见》或先例解决本案争议，则首先应当明确具有“共性”的争议情节是什么。若本案争议出现“个性”争议情节，则有必要对其阐述具有“个性”的意见；而不是生硬照搬源于“共性”的意见，将其不加区分地套入具有“个性”的争议。

2.5 就事实认定而言，本案的“个性”在于，争议域名 WEIXIN.COM 注册于 2000 年，而届时并无为公众所知晓的“微信”服务和商标。投诉人 2011 年推出“微信”服务并将其注册为商标时，对中国人而言，熟悉的是汉字“微信”；对外国人而言，熟悉的是投诉人使用的英文“WeChat”。如此，汉语拼音 WEIXIN 除作为注册商标外，对其使用者理解“微信”一词及其与投诉人的关系，无任何特殊意义。

3、关于本案争议

3.1 适用《政策》认定第一个事实条件，没有问题。因为对该争议点的认定，只需在表现形式上对比争议域名与涉案商标即可；而无需过多阐述其他理由。

3.2 关于“合法权益”问题，《政策》列举的是具有“共性”的情形。而本案争议域名于 2000 年注册，但投诉人于 2011 年或 2012 年才申请注册 WEIXIN 商标；因此应当特别注意这样几个基本争议事实：

(1) 具有权威性的“百度”对“微信”一词的解释是，“微信(WeChat)是腾讯公司于2011年1月21日推出的一个为智能终端提供即时通讯服务的免费应用程序，微信支持跨通信运营商、跨操作系统平台通过网络快速发送免费(需消耗少量网络流量)语音短信、视频、图片和文字，同时，也可以使用通过共享流媒体内容的资料和基于位置的社交插件‘摇一摇’、‘漂流瓶’、‘朋友圈’、‘公众平台’、‘语音记事本’等服务插件。截止到2015年第一季度，微信已经覆盖中国90%以上的智能手机，月活跃用户达到5.49亿，用户覆盖200多个国家、超过20种语言。此外，各品牌的微信公众账号总数已经超过800万个，移动应用对接数量超过85000个，微信支付用户则达到了4亿左右。”

其中应予注意的有三点。其一，投诉人2011年才向公众推出“微信”概念；其二，投诉人推出的是一种“为智能终端提供即时通讯服务的免费应用程序”；而非将“微信”作为区别服务来源的商标。其三，至2015年，“微信”作为一种“服务”而非“商标”，在全球产生巨大影响；其中“各品牌的微信公众账号总数已经超过800万个”。

(2) 即便全球在2015年时，已将“微信”理解为一种服务形式或网络产品，亦无必要讨论所谓“商标淡化”问题。因为从逻辑上讲，“商标淡化”涉及的终究是，先有“商标”后有“淡化”情形。专家组在本案需要解决的是，为什么投诉人于2011年或2012年注册的商标，应对2000年注册的WEIXIN域名，产生实质影响；乃至足以使专家组认定，该域名注册是不正当的。

(3) 权且不论在网络使用者尚不理解“微信”这个概念时(因为该种服务问世于2011年；而WEIXIN注册于2000年)，专家组依据什么理由，认定“WEIXIN”汉语拼音一定对应于“微信”汉字；即便可以这样认定，又依据什么理由认定，在“WEIXIN”被注册为域名十几年后出现的“微信”汉字，会使他人对十几年前注册的“WEIXIN”汉语拼音，不再具有合法权益；进而与之相关的域名转让，也不具有合法性？

(4) 凭个人有限理解，《WIPO意见》或先例将“转让”认定为“新注册”是有条件的，即争议域名的注册存在明显恶意(例如将他人驰名商标或商号注册为域名，而被投诉人简单以“转让”对抗投诉人“不享有合法权益”或“注册恶意”的主张)。就本案而言，在“微信”这一服务形式为公众所知晓之前十几年，“WEIXIN”

即被他人注册为域名。所以，在难以认定该注册存在恶意前提下，认定受让如此注册域名者，对其也不享有合法权益，似乎难以讲出令人信服的充足理由。而在如此前提下，硬性基于《WIPO 意见》，将受让认定为“新注册”，并将受让时间与投诉人注册商标的时间对比，进而得出“不享有合法权益”的结论，似有“主观武断”之嫌。

(5) 有一个需要注意的事实点是，投诉人推出“微信”服务时，使用的与其对应的英文是“WeChat”。如此，对中国以外的网络使用者而言，对中文“微信”的了解不是“WEIXIN”，而是“WeChat”。由于他们并不熟悉汉语拼音，在他们眼中与投诉人相联系的是英文“WeChat”，而非汉语拼音“WEIXIN”。既然本涉及的是顶级通用域名，专家组不能忽视前述事实。而由此产生的问题是，2011 或 2012 年才为公众了解的“微信/WeChat”，为什么就可以使 2000 年注册的“WEIXIN”丧失“合法权益”？

(6) 还有一个不得不提的事实，即“微信”概念是否投诉人所独创？从中国汉字传统角度看，“微信”一词应当是“舶来词”（似乎源于英文 Micro Information）；大概是某些学者最先将如此概念引入汉语的（因为投诉人既未主张亦未证明，“微信”一词系其独创）。如此而言，当事人将首先使用于学术领域的概念，以汉语拼音形式注册域名，似乎难言如此行为违反诚实信用原则，并因此具有恶意，并使其后的转让也丧失合法性。如果认定将首先出现于学术领域的概念注册域名的行为，违反诚实信用原则，那么如何看待投诉人 2011 年及以后将如此概念注册为商标，并基于该商标向被投诉人主张权利的行为？

3.3 被投诉人提出“善意取得”的抗辩理由。个人感觉，目前尚未到适用该民法原则之时。与目前争议相关的是，投诉人如何证明“WEIXIN”在 2000 年注册，为什么就“不具有合法权益”的事实。就本案而言，尚未见到如此主张、证据和法律依据。

3.4 如何认定“注册恶意”，也是本案事实认定的难点。投诉人就此提出的基点是，被投诉人受让争议域名在投诉人注册商标之后，因此具有恶意。上述已表明，如果不能以充足理由认定，争议域名于 2000 年注册具有恶意，则以受让争议域名在后为由，认定注册恶意，似乎缺乏说服力。

3.5 关于被投诉人是否具有使用恶意，不是本案主要争点。因为，如果不能解决“合法权益”和“注册恶意”问题，即便认定使用恶意，仍旧不具备裁决转移争议域名的条件。从其他法律关系角度讲，如若投诉人认为被投诉人使用争议域名，构成对其商标权侵害，或者构成不正当竞争，则可以考虑诉诸商标法或反不正当竞争法主张权利。综上，个人倾向于驳回投诉。

合作专家：迟少杰 (CHI Shao Jie) (不同意见)

2016年2月1日