



中国国际经济贸易仲裁委员会
域名争议解决中心

=====

裁 决 书

[案件编号：CND-2009000156]

投诉人：陕西秦岭蜂业有限公司

地 址：陕西省宝鸡市渭滨区清姜路秦岭生态园，邮编：721006

被投诉人：张军伟

地 址：北京市东城区竹竿胡同6号，邮编：100010

争议域名：qinling.cn

注册机构：厦门易名网络科技有限公司

二〇〇九年十一月二日

北 京

裁 决 书

(2009)中国贸仲域裁字第 0178 号

中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心(下称域名争议解决中心)根据中国互联网络信息中心(CNNIC)2006年3月17日实施的《中国互联网络信息中心域名争议解决办法》(下称解决办法)、2007年10月8日实施的《中国互联网络信息中心域名争议解决程序规则》(下称程序规则)以及中国国际经济贸易仲裁委员会《关于〈中国互联网络信息中心域名争议解决办法〉补充规则》(下称补充规则)的规定,以及投诉人陕西秦岭蜂业有限公司2009年8月10日针对域名“qinling.cn”以“张军伟”为被投诉人向域名争议解决中心提交的投诉书,受理了有关前述域名争议案。案件编号CND2009000156。

现本案已审理终结。本案专家组根据解决办法、程序规则和补充规则的规定作出本裁决。现将本案案件程序、基本事实、当事人主张、专家组意见和裁决分述如下:

一、案件程序

2009年8月10日,域名争议解决中心收到投诉人提交的投诉书。

2009年8月10日,域名争议解决中心向投诉人发出投诉书接收确认函,确认收到投诉人的投诉书,并于当日向CNNIC以及本案争议域名注册服务机构厦门易名网络科技有限公司发出注册信息确认函,请求确认争议域名的注册信息。

2009年8月10日,厦门易名网络科技有限公司回复域名争议解决中心,确认本案所涉争议域名由其提供注册服务,争议域名注册者为本案被投诉人。

2009年9月11日,域名争议解决中心以电子文本的方式向被投诉人发送投诉书转递通知,转递了投诉人的投诉书。

2009年9月15日,域名争议解决中心向投诉人传送投诉书确认及送达通知,确认收到的投诉书已经审查合格并已送达被投诉人,本案程序于2009年9月15日正式开始;同日,域名争议解决中心向

被投诉人传送程序开始通知、投诉人的投诉书等，并要求被投诉人于2009年9月15日起20日内提交答辩；同日，域名争议解决中心向CNNIC以及注册服务机构传送程序开始通知。

2009年10月9日，域名争议解决中心收到被投诉人提交的答辩。

2009年10月10日，域名争议解决中心向投诉人发送答辩转递通知，转递被投诉人的答辩。

由于投诉人、被投诉人均选择由一人专家组审理本案，根据程序规则和补充规则的规定，本案应由域名争议解决中心指定一名专家成立独任专家组进行审理。域名争议解决中心于2009年10月10日向拟指定的专家杨安进发送列为候选专家通知，请专家确认：是否接受指定作为本案专家审理案件；如果接受指定，能否在当事人间保持独立公正。2009年10月12日，上述专家确认，同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2009年10月16日，域名争议解决中心向投诉人、被投诉人及上述拟定专家发送专家指定通知，由杨安进先生组成一人专家组审理本案。

2009年10月19日，投诉人就被投诉人的答辩意见向域名争议解决中心提交补充意见。专家组考虑到投诉人的该补充意见是在收到被投诉人的答辩书之后提交，且主要针对被投诉人的答辩内容作出，其中所补充陈述的内容对本案争议判断具有实质性意义，因此决定同意接受投诉人的该补充意见。同时，为保证程序的公正性，域名争议解决中心于2009年10月22日向被投诉人转递了投诉人的该补充意见，并允许被投诉人在2009年10月28日之前针对投诉人的该补充意见提交补充意见或补充证据。2009年10月28日，域名争议解决中心收到被投诉人的补充意见，并于2009年10月29日转递给投诉人。

根据程序规则的规定，专家组应于成立的2009年10月16日起14日内（遇节假日顺延）即2009年11月2日前（含当日）就本案争议作出裁决。

二、基本事实

(一) 关于投诉人

本案投诉人为陕西秦岭蜂业有限公司，地址为陕西省宝鸡市渭滨区清姜路秦岭生态园，邮编 721006。

(二) 关于被投诉人

根据争议域名注册时注册人所提供的信息以及被投诉人答辩时所提供的信息，本案被投诉人为张军伟，地址为北京市东城区竹竿胡同 6 号，邮编 100010。代理人为李钟军，地址为北京市朝阳区花家地北里 12 号，但被投诉人未提交对该代理人的授权委托书。

被投诉人于 2007 年 9 月 8 日申请注册了本案争议域名“qinling.cn”，到期日为 2009 年 9 月 8 日，目前状态为已冻结。在本案争议发生时，本案争议域名的注册服务机构为厦门易名网络科技有限公司。

三、当事人主张

(一) 投诉人诉称：

投诉人陕西秦岭蜂业有限公司于 1997 年成立，企业名称“秦岭”（拼音或英译 qinling）经省市工商行政管理机关依法核准登记。从 1998 年至今，投诉人共有 5 个“qinling”（秦岭）商标经国家工商行政管理局商标局核准注册，另有 1 个“qingling”商标已在第 1088 期《商标公告》上公告，其中 1180988 号“qinling”商标为陕西省著名商标。这 6 个商标中按国际分类在 30 类有 2 个，使用商品包括蜂蜜、蜂王浆、蜂胶等 19 种；31 类 1 个，使用商品包括水果、花生、谷类、花粉等 9 种；32 类 1 个，使用商品包括矿泉水、果汁、水果饮料、酸奶等 10 种；29 类 2 个，使用商品包括牛奶、牛奶饮料、牛奶制品、奶茶、酸奶、乳酒、肉类、食用油等 18 种。

投诉人认为，被投诉人的域名 qinling.cn 与投诉人的企业名称（拼音、英译）和注册商标相同，妨碍了投诉人以域名方式在互联网上使用其享有的企业名称和注册商标民事权益，影响了投诉人“qinling”（秦岭）品牌在互联网上的传播和正常业务的开展。

基于下述理由，投诉人认为其投诉符合解决办法第八条规定的各项条件，理应得到支持：

1.被投诉人持有的“qinling.cn”域名与投诉人享有民事权益的企业名称字号和注册商标相同。

“秦岭”（拼音或英译 qinling）系投诉人经省市工商行政管理机关依法核准登记的企业名称。

投诉人从成立起至今共持有 5 个经国家工商总局核准注册的“qinling”商标，注册号依次为第 1180988 号、第 1535061 号、第 1622991 号、第 1778734 号和第 3007081 号。另有第 4616662 号“qingling”商标已在《商标公告》上公告。

“qinling”(秦岭)牌蜂蜜是农业部中国绿色食品发展中心 2002、2006、2009 年连续三届认证的绿色食品，2002-2003 年为武汉市场质量信得过产品，2004 年全国抽查质量排名第一，2005 年四川省蜂蜜专项抽查唯一合格产品，已经在全国十多个省市销售，深受广大消费者的喜爱。1180988 号“qinling”（秦岭）商标 2006 年 10 月被陕西省工商局认定为陕西省著名商标，秦岭蜂蜜 08 年申报国家地理标志保护。公司为宝鸡市农业产业化重点龙头企业，中国西部 2008 蜂产品行业最具影响力优秀企业。

为了发挥宝鸡境内秦岭山区的蜂业、乳业、果业等特色农产品资源优势，投诉人自成立起先后向国家工商管理局商标局申请注册了 29 类、30 类、31 类、32 类“qinling”（秦岭）商标 6 枚，产品涵盖了蜂产品、乳品、果品、矿泉水、谷类、植物油等近 50 种农产品，投诉人申报的“秦岭”品牌优势农产品产业集群整合项目已经在宝鸡市高新区管委会备案，项目目前正在抓紧实施之中。

2. 被投诉人对持有的“qinling.cn”域名不享有合法权利。

通过网上查询结果表明：被投诉人张军伟个人持有的“qinling.cn”域名，从注册后至今一直在“易名中国”网站公开转让，投诉人近期在中国互联网中心和网上下载的全部证据完全证明被投诉人对

“qinling.cn”域名不享有合法权益。

3.被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意。

根据解决办法第九条规定：被投诉的域名持有人具有下列情形之一的，其行为构成恶意注册或使用域名（一）“注册或受让域名的目的是为了向作为民事权益所有人的投诉人或其竞争对手出售、出租或以其他方式转让该域名，以获取不正当利益”。被投诉人持有的“qinling.cn”域名是2007年9月8日注册，至今一直在“易名中国”网站处于转让出售交易状态，投诉人多次与其协商购买终因给出的价格未能满足被投诉人的不正当要求而未果。投诉人于2009年7月27日在中国互联网中心和近日在网上下载的查询结果证据及交易过程完全证明：被投诉人注册和受让域名的目的就是为了向作为民事权益所有人的投诉人出售或转让该域名，以获取不正当利益，该行为在解决办法第九条第一款中被列为恶意注册和使用域名。

基于上述事实 and 理由，投诉人请求专家组裁定将本案争议域名“qinling.cn”转移给投诉人。

投诉人提交以下附件作为证据：

附件一：投诉人的企业法人营业执照复印件；

附件二：第1180988号“秦岭 QINLING 及图”商标注册证及注册人名义和地址变更证明和续展注册证明复印件、第1535061号“秦岭 QINLING 及图”商标注册证及注册人名义和地址变更证明复印件、第1622991号“秦岭”商标注册证及注册人名义和地址变更证明复印件、第1778734号“秦岭 QINLING 及图”商标注册证及注册人名义和地址变更证明复印件、第3007081号“QINLING 秦岭及图”商标注册证及注册人名义和地址变更证明复印件，以及申请号为“4616662”的“QINLING 及图”商标的注册申请受理通知书复印件；

附件三：陕西省工商行政管理局于2006年10月12日向投诉人颁发的“秦岭”商标被认定为陕西省著名商标证书复印件；

附件四：投诉人的组织机构代码证复印件；

附件五：投诉人的税务登记证复印件；

附件六：投诉人的工业产品生产许可证（副本）复印件；

附件七：中国绿色食品发展中心向投诉人颁发的“秦岭”牌绿色食品证书复印件；

附件八：2008年7月宝鸡市人民政府关于成立秦岭蜂蜜地理标志产品申请委员会的报告复印件；

附件九：2008年4月宝鸡市人民政府办公室关于认定市级农业产业化重点龙头企业的通知复印件；

附件十：2008年11月宝鸡高新技术产业开发区经济发展局关于“秦岭”品牌优势产业集群整合重组项目备案的通知复印件；

附件十一：2008年9月“中国西部食品工业发展战略研究会”关于授予陕西秦岭蜂业有限公司为中国西部2008蜂产品行业最具影响力的优秀企业的决定复印件；

附件十二：投诉人声称通过“易名中国”网站和“北京互联网络信息中心”查询到的关于争议域名“qinling.cn”的域名注册信息和转让信息的打印件。

（二）被投诉人辩称：

投诉人的投诉请求不符合解决办法第八条、第九条规定的条件，应予驳回。

1. 关于完全相同或混淆性近似。

（1）投诉人不享有排他性的民事权益，不满足解决办法第八条第一项条件。

争议域名的主体部分“qinling”在中文中对应“秦陵”、“秦玲”、“秦凌”等，分别作为地名、古迹名、山川名、组织名（企、事业单位名称、其他组织名称）、商标名、人名、著作名等使用并受法律保护。这些词均为通用词，而非专用词，以“秦岭”为例，查《中国大百科全书》和《辞海》中该词条解释均指秦岭山脉，与秦岭蜂业无关。

本案情况如贸仲域裁字第[2008]0052号裁决书21页14行至22页3行：“由于中文与汉语拼音的客观情况，中文与汉语拼音之间

并不是一一对应关系，‘代表’的汉语拼音是‘DAI BIAO’，但‘DAI BIAO’反过来则可能是‘戴表’、‘带表’、‘带镖’等等。因此，正如被申请人答辩中所说的‘BAI AN JU’可能有多种的中文汉字。依专家组的理解，‘BAI AN JU’也不排除是‘白暗菊’等的意思。综上，由于商标与域名的不尽相同，由于中文汉字与汉语拼音固有特点，在投诉人对拥有中国商标专用权而没有单独就‘baianju’注册为商标或商号的情况下，很难认定投诉人对‘baianju’有排他的民事权利，否则，可能会造成权利保护的任意扩大以至权利滥用。……由于投诉人不拥有对‘baianju’排他性的民事权利，不能满足《解决办法》第八条规定的第一项条件，已可不就其他条件继续进行分析。”

本案情况亦如贸仲域裁字第[2009]0050号裁决书7页20、21行：“同一汉语拼音组合还有可能对应于多种汉字组合，因而通常情况下，专家组不会仅仅因为汉语拼音相同而认定域名与商标相同。”

同时，参考贸仲域裁字第[2005]0028号裁决书专家组意见：“根据我国商标法的规定，注册商标的标志应具有显著性，缺乏显著性的标志，不能作为商标注册。……而标志显著性的判断，应以一般公众对该标志的认识为标准。……投诉人商标中的‘mtv’文字不具备显著性，如该文字不与美术字图形相结合，是不可能授予商标专用权的。因此，投诉人根据其注册商标主张其对‘mtv’文字享有民事权益，不能成立。”

综上所述，本案投诉人商标中的“qinling”文字不具备显著性，如该文字不与图形相结合，也不可能授予商标专用权。事实上，投诉人商标分为三个类型：“秦岭+qinling+图形”、“美术字秦岭”、“qinling+图形”，至今没有单独就“qinling”注册为商标或商号。因此，投诉人根据其商标、商号主张其对“qinling”文字享有民事权益，同样不能成立。

(2) 投诉人不享有在先权利。

“qinling”对应的“秦陵”、“秦岭”、“秦玲”等均为通用词汇，非投诉人独创和专用，不能为投诉人垄断。且投诉人至今未能取得“qinling”

文字的商标。因此，投诉人不享有在先权利。被投诉人亦有权利使用。

(3) 争议域名与投诉人的商标、商号不同；并且不具有足以导致混淆的近似性。亦不满足解决办法第八条第一项条件。

争议域名“qinling.cn”自注册以来，长期用于“秦陵”考古科普，为“秦陵”拼音，与投诉人的商号“秦岭”完全不同，亦与其三类商标均完全不同。

争议域名与投诉人商标不存在混淆性近似。“《解决办法》中关于认定相同或足以导致混淆的‘近似性’的规定是将争议域名的主体部分与投诉人商标的主体部分或显著部分进行对比，而不是抽取商标中的部分标识进行对比（贸仲域裁字第[2008]0039号裁决书9页22行至10页2行）。”消费者在看到“qinling.cn”时并不会必然地将其与投诉人的“秦岭”商标联系起来。关于此点，被投诉人及其代理人曾在近期随机抽查过近百人对“qinling”拼音的认识，无一人表示认识，所有被调人员无一人提及投诉人商标及商号，当我们大家问及“秦岭蜂业”时，无一人表示知晓，类似调查专家组成员也可自主实施或凭常识判断。投诉人仅是宝鸡市“市级农业产业化重点龙头企业”，也仅获得“陕西省著名商标”，而并未通过“驰名商标认定”，从法律意义上讲，也就是在中国范围内还不著名，大家不知晓也就正常了。其实，被投诉人在本案前也不知晓投诉人的存在。在中国范围内，一般公众对投诉人基本不知晓的前提下，如何会将争议域名与其混淆？因此，争议域名与投诉人的商标不存在混淆性近似。

同理，争议域名与投诉人商号不存在混淆性近似。争议域名的主体部分是由字母构成的，投诉人的商号由汉字构成，投诉人并未对拼音“qinling”同样享有商号权。在中文中，由于相同的拼音会对应很多不同的汉字，加之投诉人在全国范围内并不著名，一般公众对其基本不知晓，消费者在看到“qinling.cn”时并不会必然地联想到投诉人。因此，争议域名与投诉人的商号不存在混淆行近似。（参见贸仲域裁字第[2007]0081号裁决书）

2. 被投诉人对争议域名的主要识别部分享有合法民事权益。

(1) 争议域名注册程序合法。争议域名于 2007 年 9 月 8 日通过相关机构的审查后，被合法注册，根据注册在先的原则，被投诉人拥有相关域名的合法民事权益。

(2) 被投诉人有拥有争议域名的正当理由。

被投诉人热爱考古，先后毕业于四川大学和北京大学取得考古学相关学士和硕士学位，长期以来一直欲作一些考古科普工作。秦陵及其包含的铜车马坑、珍禽异兽坑、秦俑坑是考古学的瑰宝，全人类的财富，在 google 中精确搜索“秦陵”，获得 243000 条结果，被投诉人长期关注秦陵考古，曾于 1997、1999 年两次赴秦陵进行学术考察，被深深吸引，一直想以秦陵为载体，利用网络作一些考古科普工作，故以此为目的选择了“qinling.cn”。

(3) 被投诉人从 2007 年开始就已合理使用该域名。

2007 年，被投诉人与在陕西秦陵秦俑从事考古工作的友人商议，对上述设想进行尝试，由于被投诉人等对网站编程不了解，故采用新浪博客的形式建立网络平台，在当年建立了“秦陵_探秘”<http://www.qinling.cn>，一是方便快捷，绕过了技术难题，二是可以借助新浪网的自然流量和提供的免费推广。而为了便于受众记忆博客地址，便于交流使用，同时也为了响应 cnic 推广 cn 应用的号召，采用“qinling.cn”为独立域名，用隐藏转发的解析方式指向该平台。

当时，被投诉人在与北京大学考古文博学院崔剑锋老师等相关人员的学术交流及联系中，也不失时机的使用“qinling.cn”为相关站点地址来进行交流。

尽管后来由于被投诉人及友人忙于工作等各种原因，该站点渐疏于管理，直至 2009 年工信部强化网络管理，包括易名在内的众多注册商纷纷停止转发解析服务，从开始的转发解析需要审核到后来干脆停止所有服务，致使该域名一时闲置，直至近日才通过与注册商沟通恢复解析（投诉人在近两年的时间内仅关注而不投诉，却选择在此解析失灵时才投诉，这应该才是真实的原因），即便如此，该宣传平台

至今已有一千以上的点击量，在一定范围内产生了积极影响。

可见，投诉人主张不符合解决办法第八条的第二项条件，应予驳回。

相反，《投诉书》提供伪证，第4页2至3行：“网上查询结果证明：被投诉人张军伟个人持有‘qinling.cn’域名，从注册后至今一直在易名中国公开转让”。据此，看似投诉人是一直在关注该域名，并了解全部情况，但事实是该域名2007年注册于国域网，而不是易名中国，一直到2008年8月18日才转移至易名中国，可见此处有两点为伪：所谓“一直在易名”为假，所谓“一直出售”为假。

3. 被投诉人对争议域名的注册、使用不具有恶意。

解决办法第九条列举了四类恶意情形，被投诉人均不具备。

第一，被投诉人的目的是进行秦陵考古科普，从未打算出售争议域名。被投诉人业务性质与站点内容与投诉人不相关，也未获得任何非法利益。

这里《投诉书》第二次提供伪证（4页9至10行）：“qinling.cn域名是2007年9月8日注册，至今一直在易名中国网站处于转让出售交易状态，投诉人多次与其协商购买终因给出的价格未能满足被投诉人的不正当要求而未果”。事实上，投诉人仅于2009年7月间致电被投诉人，明言欲购买争议域名，而非所谓“多次”，被投诉人当时明确告知是自用，不打算出售，并善意提醒可试试注册或购买其他后缀相关域名，谈话过程中双方也从未谈及具体价格。这里又有两点伪证。

关于《投诉书》的附件12。未经公证的网络截屏不具法律效力，何况为孤证，不足采信。被投诉人从未见过该页面，暂推测其可能性有三：

A、鉴于投诉人之前两处四点问题上提供伪证，不能排除其也为伪的可能性。

B、被投诉人曾在今年上半年委托一公司提供网站开发与维护方

面的技术服务与技术咨询，因工作需要将易名中国帐号、密码告知该公司，期间，因易名中国解析不稳定等原因，技术人员曾用帐号内一些域名作过测试性解析操作，是否涉及争议域名已不得而知。

C、注册商误设置。众所周知，易名中国有过擅自更改客户解析设置、甚至误删除域名的先例。

第二，被投诉人从未有情形二所述“多次将他人享有合法权益的名称或者标志注册为自己的域名，以阻止他人以域名的形式在互联网上使用其享有合法权益的名称或者标志”。

第三，被投诉人在本案发生前从不知晓投诉人，无从谈起是为了对其损害、混淆。

第四，亦无其他恶意情形。

基于以上，被投诉人对争议域名的注册和使用不具有恶意。

4. 投诉人行为属恶意投诉。

(1) 恶意投诉，提供伪证。如前所述，至少在《投诉书》的两处提供了四点伪证。

(2) 无中生有，混淆视听。《投诉书》仅在第3页就数次将“秦岭+qinling+图形”等三类商标有意写为莫须有的“qinling”商标，意在误导，混淆视听。

(3) 滥用争议解决程序，欲反向侵夺或达其他目的。投诉人在“.net.cn”、“.org.cn”、“.sn.cn”、“.sx.cn”、“.org”、“.biz”都没有注册的情况下，在前缀为“qinlingfengye”或“秦岭蜂业”的域名基本未注册情况下，在百度和谷歌能轻松搜索到被投诉人公司网站即不会影响公司正常网络推广的情况下，执意投诉，难脱恶意，或为反向侵夺，甚至可能是欲制造新闻宣传效应。

综上，被投诉人请求专家组驳回投诉人的投诉请求，同时对投诉人的恶意投诉行为予以谴责。

被投诉人提交以下附件作为证据：

附件一：被投诉人本科考古学相关学历证明；
附件二：被投诉人硕士研究生考古学相关学历证明；
附件三：被投诉人硕士研究生考古学相关学位证明；
附件四：Google 中精确搜索“秦陵”，获得 243000 条结果；
附件五：被投诉人某次秦陵考察留影；
附件六：www.qinling.cn 网站首页截屏复印件；
附件七：www.qinling.cn 站点的个人中心-个人资料截屏复印件；
附件八：被投诉人邮箱发件箱中 2007 年 11 月 30 日发给崔剑锋的邮件截屏复印件；
附件九：北大考古文博学院崔剑锋老师简历截屏复印件；
附件十：2009 年 2 月易名中国网站上发布的关于转发服务暂停的通知截屏复印件；
附件十一：<http://bbs.admin5.com/>网页上发布的信息截屏复印件；
附件十二：被投诉人与国域网客服人员聊天记录截屏复印件；
附件十三：国域网（66.cn）首页截屏复印件；
附件十四：2008 年争议域名转入易名中国的记录截屏复印件；
附件十五：北京美凯诺石油技术有限公司出具的“关于我公司对张军伟先生易名中国账户操作情况的说明”复印件；
附件十六：百度网站（www.baidu.com）搜索“秦岭 蜂业”搜索结果截屏复印件；
附件十七：Google 网站（www.google.cn）搜索“秦岭 蜂业”搜索结果截屏复印件。

（三）投诉人补充意见：

2009 年 10 月 19 日，投诉人针对被投诉人的答辩意见提出以下补充意见。投诉人未提交补充证据。

1. 关于民事权益相同或足以导致混淆的近似性。

（1）投诉人享有企业字号和注册商标民事权益，符合解决办法第八条第一项的条件。

争议域名主体部分“qinling”对应的中文名词是“秦岭”，英文“qinling”对应的中文也是“秦岭”。秦岭是中外著名的地理标志，是与长江、黄河、长城一样的名词。投诉人持有的“qinling”商标具有显著特征，经国家商标局依法核准，并颁发5个《注册商标证书》，投诉人对“qinling”商标享有合法的民事权益；投诉人的企业字号为“qinling”，企业名称经国家工商行政管理机关依法核准并颁发营业执照，对“qinling”字号享有合法的民事权益。任何人在投诉人注册的范围内再申请“秦岭”的汉字、英文或汉语拼音都不会被核准。因此，投诉人也就不必要单就“qinling”注册为商标，而且在中国没有任何企业将英文或拼音字母注册为企业字号。投诉人根据商标、企业字号主张对“qinling”享有民事权益事实清楚，理由成立，应获得支持。

至于被投诉人引用的其他案件裁决结果与本案没有任何关系，因为各个案件主体不同，客观情况千差万别，被投诉人企图利用他案裁决结果替代或影响本案专家裁决注定是行不通的。

（2）投诉人享有“qinling（秦岭）”的在先权利。

争议域名“qinling.cn”自注册以来，一直在“易名中国”转让叫卖，并未用于所谓的“秦陵考古科普”，至今在互联网上点击“qinling.cn”就会出现该域名被冻结在“易名中国”的信息。该域名与投诉人享有的企业字号和注册商标民事权益相同，符合解决办法第八条第一项的条件。

2. 被投诉人对“qinling .cn”域名主要部分不享有合法民事权益。

（1）“qinling”对应的名词是秦岭，并非通用词，被投诉人只是将“qinling .cn”域名抢先注册，而投诉人的企业字号经国家工商行政管理机关依法核准发证，商标经国家商标局注册登记，对“qinling”字号和注册商标享有合法的民事权益。

（2）被投诉人没有正当理由持有“qinling .cn”域名。

被投诉人将“qinling.cn”域名长期在域名交易网站“易名中国”转让叫卖的全部事实、证据已经说明了一切。至于被投诉人“一直欲作一

些考古科普工作”、“长期关注秦陵考古”、“一直想以秦陵为载体”等纯属托词，掩盖不了在互联网上转让叫卖和恶意使用的事实。

(3) 答辩书“被投诉人从 2007 年始就以合理使用该域名”之说不符合事实。

答辩书的所有附件中没有一张能证明被投诉人独立完整的使用过“qinling.cn”域名，现在只要在中国互联网网络中心点击“qinling .cn”域名，就能看到该域名被冻结在“易名中国”的信息。但无论被投诉人采取了什么样的手段都改变不了这一事实。至于被投诉人是否在 2008 年 8 月 8 日将该域名转移至“易名中国”无须查证，所以，“一直”也好不“一直”也好，都不能证明被投诉人合理使用了该域名。

3. 被投诉人对“qinling .cn”域名的注册或者使用具有恶意。

(1) 投诉人在网上看到“qinling.cn”域名转让出售的信息后向被投诉人的邮箱发了两次求购信息，又电话联系购买，在给出的价格由 1000 元增加到 5000 元后仍未满足对方要求的情况下才选择了本案争议解决方式，投诉书所附的证明材料和网络下载证据全部真实合法。

(2) 投诉人发到被投诉人邮箱上的求购信息无疑告诉了投诉人的相关信息，不排除被投诉人获悉后采取其它手段将“qinling.cn”域名与所谓的“秦陵探秘”拼凑嫁接以防被投诉的可能。事实完全证明：被投诉人注册或使用该域名的目的就是为了阻止他人以域名的形式在互联网上使用其享有合法权益的名称（字号）或者标志（商标），向民事权益所有人出售或转让，以获取不正当利益。如果投诉人在解决办法规定的 2 年时间内没有投诉，被投诉人一定会肆无忌惮漫天要价，谋取不正当利益。投诉人依据解决办法的规定提起投诉，事实清楚，理由充分，证明材料合法有效，并不存在什么“恶意投诉”、“反向侵夺”、“制造新闻效应”等等。

(四) 被投诉人补充意见:

针对投诉人的上述补充意见，被投诉人于 2009 年 10 月 28 日

在专家组指定的时间内提出以下补充意见以及补充证据。

被投诉人坚持其在答辩书中的所有观点，补充意见仅为补充而非替代其答辩书中的意见。

1、关于完全相同或混淆性近似

针对解决办法第八条第（一）款，其本质在于探讨争议域名与投诉人享有民事权益的名称或者标识是否因相同或者因具有足够的近似性而导致混淆，而与所谓“民事权益相同”与否无关，故不对民事权益是否相同进行探讨，但投诉人在《投诉人补充意见》中将此节标题定为“一、关于民事权益相同或足以导致混淆的近似性”。

同时，投诉人提出“民事权益相同”一说应被视为对解决办法等有关规则的明显不理解，这种轻率鲁莽、滥用争议解决程序的行为同样也是恶意投诉的铁证。

(1)投诉人享有“秦岭”商号权，也享有“特定图案+特定字形秦岭+特定字形 QINLING”、“特定字形秦岭”商标权，但对争议域名主体部分“qinling”不享有民事权益。理由包括但不限于：

①“qinling”不等于“秦岭”。

“qinling”是汉语拼音，而不是英文。查阅牛津、朗文等主流英文词典，均未查到“qinling”，证明其非英文。

汉语拼音“qinling”有不同读音，对应不同汉语词汇。据不完全统计：读音为“qínlíng”时，对应“秦陵”、“秦玲”、“秦凌”、“覃灵”等；读音为“qínlǐng”时，对应“秦岭”、“覃岭”等；读音为“qīnlíng”时，对应“钦陵”、“亲聆”等，上述这些汉语词汇均可在搜索引擎中找到大量结果。

可见，没有任何证据能将“qinling”等同于“秦岭”。

②如果投诉人能够凭借商号中的“秦岭”以及商标的组成部分“QINLING”来主张对争议域名的权利，被投诉人亦完全有理由依据秦陵探秘站点名号中的“秦陵”以及标识中的组成部分“qinling”来主张同等权利，且被投诉人对“秦陵”对应的“qinling”享有在先权益。

③对商号权的保护范围仅限于“秦岭”，不应延伸至“qinling”。

首先，投诉人不持有“qinling”商号，且没有注册文件表明其商号中包含“qinling”。

第二，商号“秦岭”显著性不足，毫无独创性。因为属于汉语通用词，或者叫做一般性词汇、常用词。且通过 google 查询，仅以“秦岭”为商号的组织就很众多。网络受众断然不会因为看到“qinling”字样就联想到投诉人。

第三，在域名争议裁决实践中，也不会将商号的保护范围扩大至拼音，甚至域名。例如贸仲域裁字第[2008]0039号裁决中，即未认可该案投诉人据其商号“古格”提出的民事权益主张。

最后，即便投诉人注册文件中的商号带有“qinling”字样，依然不能据此就享其主张的民事权益。因为“商号在中国法律中并未被设定为具有完全排他性的独占权的对象，而是作为反不正当竞争法上的一种利益受到保护。具体地讲，如果投诉人不能证明被投诉人有仿冒其商号以利用该商号商誉的企图，则投诉人的主张难以得到法律支持。”（上述此语见贸仲域裁字第[2008]0164号裁决书第11页第三段），而在本案中，就连投诉人也不主张被投诉人目的在于仿冒其商号或产品。

④对商标权的保护范围应仅限于商标整体，不应延伸至“QINLING”，更不应再无限延伸至“qinling”。

投诉人提交了六个商标的证明文件，其中第六个，即申请号为4616662文件的仅有《注册申请受理书》，不受法律保护，不做探讨，其他五个商标分属两类：

A类：“特定图案+特定字形秦岭+特定字形 QINLING”，包括1180988号、1535061号、1778734号、3007081号。

B类：“特定字形秦岭”，包括1622991号。

被投诉人认为本案中对商标权的保护范围仅限于商标整体，而不

延伸至“qinling”，理由包括但不仅限于：

首先看 A 类商标：

第一，投诉人不持有“qinling”商标。

第二，投诉人商标的受保护范围有限，仅在蜂蜜等有限范围。超出该范围不受保护，而争议域名所在的网络考古科普领域不在其受法律保护的范围之内。

第三，此类商标中包含“QINLING”，但不包含“qinling”，两者性质不同：所有四个 A 类商标中作为组成部分的“QINLING”均为特定字形的大写，不能随意更改大小、字体等，其性质与美术字图形类似，而作为域名的“qinling”可大写也可小写，且通常为小写，字形亦可随意选择。

第四，“QINLING”在此类商标中不是商标的主体部分、也非主要识别部分，不具备显著性。从位置看，“QINLING”字母所载位置均在商标最下方的不显著位置，而不是商标正中或上方这类显著位置。从大小看，“QINLING”字母所占面积经仔细测算，均明显不足商标总面积的 1/10。

第五，“QINLING”毫无独创性。

第六，投诉人所有商标均非驰名商标，不适用相关法规中保护范围扩大的条款。

第七，在域名争议裁决实践中，针对“qinling”这类拼音域名，通常也不会将商标的保护范围扩大至这样的组成部分。

例如贸仲域裁字第 [2008] 0052 号裁决中，未支持该案投诉人关于商标中“kuka”的主张，而仅将保护范围限定在商标整体“顾家 + kuka”；

又如贸仲域裁字第 [2008] 0039 号裁决中，仅支持了“古格 guge 及图”商标，而未支持投诉人据此提出的对“guge”的民事权益；并且明确指出“《解决办法》中关于‘认定相同或者足以导致混淆的近似

性’的规定是将争议域名的主体部分与投诉人商标的主体部分或显著性部分进行对比，而不是抽取商标中的部分标识进行对比。”

再如贸仲域裁字第[2008]0052号裁决等，不再赘述。

第八，必须注意到，《商标法》等有关法规对商标的保护也是有限的，本身并未禁止他人在不同领域注册类似商标，更没有禁止他人将商标注册为域名，而是仅仅禁止了他人以侵害或淡化的手段使用商标权人的商标。事实上被投诉人发现，以“秦岭”、“秦陵”为商号、商标的主体者非常普遍，其中不少还是近来注册的，即此“秦岭”不对其他领域的彼“秦岭”享有民事权益，更不要说对彼“秦岭”的拼音享有民事权益。

商标和商号领域内部的权益保护范围如此有限，保护范围在域名领域也不应无限扩大。

B类商标情况类同商号“秦岭”和A类商标的情况。

⑤投诉人不具备域名争议裁决实践中强调的排他性权益和在先权益。

此两点在《答辩书》中有较详细的说明，不再重复，只强调被投诉人亦可依据我方的“秦陵”以及争议域名注册在先主张对“qinling.cn”的在先权利。

通过以上(1)至(5)的讨论，可见投诉人其实对争议域名主体部分“qinling”不享有民事权益。

(2)争议域名主体部分“qinling”与投诉人享有民事权益的商标和商号均不同，也不具有足以导致混淆的近似性。

通过上面的讨论，被投诉人认为：

投诉人商标为：“特定图案+特定字形秦岭+特定字形QINLING”、以及“特定字形秦岭”，投诉人商号为：秦岭，或者秦岭蜂业，这些商标与商号均与“qinling”明显不同，且在事实上不会引起混淆，对这些商标与商号的保护不应无限延伸至“qinling”。

被投诉人主观上就不是为了混淆，事实上也没有混淆。

(3) 退一步讲，如果投诉人凭借商号中的“秦岭”以及商标的组成部分“QINLING”来获得对争议域名的权利，被投诉人亦应凭借秦陵探秘站点名号中的“秦陵”以及标识中的组成部分“qinling”获得同等权利，且被投诉人对“秦陵”对应的“qinling”享有在先权益，在被投诉人享有此先权益的条件下，投诉人亦不会对争议域名主体部分享有民事权益。

综上，投诉人既不对“qinling”享有民事权益，“qinling”也与投诉人的商号、商标均不同，更不具有混淆性相似，所以，不会导致相关网络受众发生事实上的混淆，由此也证明投诉人不能满足第八条第(一)款条件。

2、被投诉人对争议域名主体部分“qinling”享有民事权益

《投诉人补充意见》在此节有三个观点：

投诉人观点一：“qinling”仅仅对应秦岭，且非通用词；投诉人观点二：被投诉人没有正当理由持有该域名；投诉人观点三：答辩书“被投诉人从2007年始就以合理使用该域名”纯属撒谎。

对于其观点一，被投诉人已经证明“qinling”不仅仅对应“秦岭”，而且查阅《辞海》、《中国大百科全书》等工具书均设有此词条，中小学课本亦对秦岭山脉有大量介绍，可知其为通行于中国的常用词汇，即通用词，或称一般性词汇、常用词。

对于其观点二和观点三被投诉人已在答辩书中有说明，且有证据，而《投诉人补充意见》中并未提出反驳证据，被投诉人故不再赘述。

被投诉人对此补充陈述：

(1) 被投诉人享有对争议域名“qinling.cn”的在先民事权益。

被投诉人一直将“qinling.cn”当作秦陵考古科普网站的理想域名，率先持有，享有在先的民事权益。

(2) 被投诉人符合《解决办法》第十条规定。

该条规定如果被投诉人在接到争议解决机构送达的投诉书之前具有三种情形之一，则表明其对该域名享有合法权益。

被投诉人在《答辩书》中已经证明符合情形（一）和情形（三），同时在一定程度上符合情形（二）。

(3) 投诉人所谓“答辩书‘被投诉人从 2007 年始就以合理使用该域名’纯属撒谎”一段反而证明了投诉人的恶意。

《投诉人补充意见》说：“答辩书的所有附件中没有一张能证明被投诉人独立完整的使用过‘qinling .cn’域名，现在只要在中国互联网网络中心点击‘qinling .cn’域名，就能看到该域名被冻结在‘易名中国’的信息。”

一方面，《答辩书》已经提交了合理使用的相关证据，投诉人不反驳，却选择视而不见。

第二方面，请注意投诉人原文中将本该作“qinling.cn”的文字写为“qinling .cn”，不知是有意还是无意地在字母 g 后加了一个空格。加了空格的域名不是本案争议域名，我方当然没有使用过，也当然点击不出来。此处如系无意而为，则投诉人过于轻率大意，犯了在严肃诉讼文件中不该犯的明显错误，如系有意，则是明显的误导行为。

第三方面，被投诉人电话求证主管机关 CNNIC，证实国内没有所谓的“中国互联网网络中心”，CNNIC 从不知晓该机构的存在。即便所谓“中国互联网网络中心”为“中国互联网络信息中心”的笔误，被投诉人也未在 CNNIC 找到能够点击“qinling.cn”的页面，更不可能看到所谓“冻结在‘易名中国’的信息”。此处所谓“中国互联网络信息中心”应被视为无中生有或轻率鲁莽，而此处的冻结在易名中国一说应属投诉人作伪证，因为该域名能正常访问至被投诉人秦岭探秘。

第四方面，被投诉人自 2007 年始就在完整独立的使用争议域名，秦岭_探秘的网址即为“www.qinling.cn”，同时被投诉人未对该域名进行泛解析设置，因为众多网站出于域名使用规范化的考虑均不对自用

域名进行泛解析设置，例如：

工商银行的网址是 www.icbc.com.cn，而如果访问 icbc.com.cn 则出现“无法显示网页”页面。

中国石化的网址是 www.sinopec.com，而如果访问 sinopec.com 则出现“无法显示网页”页面。

同理，被投诉人已证实，www.qinling.cn 能够正常访问，而访问 qinling.cn 也出现“无法显示网页”页面。

投诉人的投诉或为明显轻率鲁莽，或为反向侵夺，存在恶意。

综合以上四方面，被投诉人有理由认为，这些均为恶意投诉的证据。

3、被投诉人不具恶意

被投诉人答辩书中关于此节有详细讨论，不再赘述，仅补充以下几点：

(1)投诉人抛出 5000 元之说，让被投诉人震惊，实为伪证，理由如下：

被投诉人事实上也是在获得《投诉人补充意见后》第一次知晓此说，并感到震惊。

投诉人在《qinling.cn 投诉书》（以下简称《投诉书》）的“十八、最后确认”部分明确声明：“就本人所知，投诉书所载信息是完整的和准确”，而此时又抛出 1000 元、5000 元之说，实难理解。

假设此说为真实情况，面对 1000、5000 这样具体而有力的证据，投诉人为何在《投诉书》中隐瞒不报？却又在此时抛出？更是令人费解。

事实只能是投诉人恶意投诉，投诉人该行为属于在投诉书中刻意隐瞒重要情况，性质仍然会被定为恶意投诉。（参见 armani.com 一案裁决）

(2) 被投诉人发现《投诉书》附件 12 不足采信的新证据。

①被投诉人在进行补充答辩准备过程中，发现了《投诉书》附件 12 为伪证的新证据。

该附件共三页，第一页为 whois 信息，页面下方有网址；第二页和第三页的下方均有投诉人的手写体说明“（从北京互联网络信息中心的查询结果）”，第二页没有网址，第三页有不完整网址。

经电话咨询 CNNIC，确认所谓的“北京互联网络信息中心”并不存在。而第二、三页上也没有任何 CNNIC 的标识，这两个网络截图的出处肯定有问题。

更令人惊讶的是，被投诉人据第三页复印件仔细观察，发现“qinling.cn”文本框竟然和其他文本框的底色一样，都是白色，也就是说可更改，被投诉人试着在网络上寻找到了一个类似的页面 <http://domain.ename.cn/EscrowServiceAdd.do?DomainName=gzb.com.cn>，果然证实了被投诉人的猜想，在获得这个原始页面后只需将文本框和 IE 地址栏两处的 gzb.com.cn 删除，再敲入 qinling.cn 并截屏就完成作伪了。

而据与被投诉人熟识的 IT 人士讲，同样的，找到类似第二页的页面也很容易，通过字母替换的图形处理，几分钟就可实现作伪。

②关于未经公证的网络截图的法律效力，已经在域名争议裁决实践中屡次被证明不足采信。贸仲域裁字第 [2008] 0164 号裁决中，专家组明确表示：“鉴于投诉人提交证据是网页内容的打印件，其所欲证明的事实状态是网页信息，而网页信息是可以随着当事人意愿改变，网页打印件也可在打印时重新编辑，而投诉人在这里并未将其欲证明的事实通过法定程序固定下来，因此在被投诉人对投诉人该证据提出异议的情况下，被投诉人对该证据的否认足以对抗投诉人的主张。投诉人在本案中除了提交该打印件外，未提交任何其他可增强前述网页内容证据效力的证据，故专家组无法采信投诉人提交的该证据。”

类似不采信的情况还有贸仲域裁字第[2008]0020号裁决等，限于篇幅，不再赘述。

(3)退一步讲，被投诉人仅在本小节作一大胆假设，即便《投诉书》附件12全部为真，《补充意见》中的1000元、5000元之说也全部为真，亦不能证明被投诉人具有恶意，反而只能证明投诉人的投诉行为属于“反向域名侵夺”。理由如下：

①投诉人强调的所谓“事实”仅是两点：一是被投诉人有一直出售争议域名的行为，二是被投诉人没有接受5000元的报价。

②以上两点不符合《最高人民法院关于审理涉及计算机网络域名民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第五条的情形(三)：“曾要约高价出售、出租或者以其他方式转让该域名获得不正当利益的。”

最高人民法院不将出售行为视为恶意，而仅将高价出售行为视为恶意是有原因的：任何域名持有人在不再需要某个域名的情况下均有对其进行放弃、赠予、转让等操作的权利，如果进行转让，也有权利获得正当的经济补偿，甚至是获得正当的经济利益。这是因为一方面域名的注册、持有、管理会发生成本，另一方面，一些域名客观上存在较高的经济价值。

“高价出售”应指价格明显高于价值。在本案中，投诉人投入8000元以上用于本案争议域名的投诉，这一行动在事实上证明了该域名的经济价值高于8000元，而投诉人至今也仅表示被投诉人没有接受5000元的报价，而从来没有表示过被投诉人要求过8000元以上的价格。可见，投诉人实际上也不认为被投诉人是在“高价出售”。

③同理，这两点也不符合《解决办法》第九条的情形(一)。

该情形的本质与上述司法解释中条款相同。判断是否属于“正当利益”的标准一方面在于动机，另一方面还是在于价格与价值的关系。

动机方面，《答辩书》有理有据的进行了讨论，但投诉人视而不见。

价格与价值的关系方面，正如上文所言，即便本小节的大胆假设成立，依然不能证明被投诉人是为了获得“不正当利益”。

④上述事实反而证明了投诉人的行为属于“反向域名侵夺”。

(4) 将争议域名用于博客属于 CN 域名的典型应用，是被投诉人正当权利。

《投诉人补充意见》提出“将‘qinling.cn’域名与所谓的‘秦陵探秘’拼凑嫁接”的新说，缺乏依据。被投诉人对争议域名的使用不是所谓“拼凑嫁接”，而是“域名的博客应用”，属于“CN 域名的一种典型应用方式”。

正如 CNNIC 在《中国域名产业报告 2009》68 页指出的：“域名的博客应用，是指博客用户为了方便网民的访问，将自己所注册的域名指向博客服务商为其提供的博客空间地址。……在我国，注册个性化域名并指向个人博客已经成为一种重要的域名应用方式。”

《科学时报》也在 2008 年 12 月 3 日号 A2 版《CN 域名成就博客品牌发展之路》一文中以本刊记者身份撰文指出：“实际上，博客域名是 CN 域名的一种典型应用方式。”

4、被投诉人要求对投诉人的恶意投诉行为依规进行谴责

以《答辩书》为基础，被投诉人补充理由如下：

(1) 域名争议解决费用不是投诉人的免责费，争议解决制度和机构没有赋予投诉人做错事的权利，相反，争议解决制度认为存在恶意投诉现象并明确反对这种现象。

程序规则第四十条明确规定：“如果专家组经审阅当事人所提交的文件后认定投诉具有恶意，专家组可以在裁决中宣布该投诉构成对域名争议解决程序的滥用。”

(2) 经被投诉人不完全统计，投诉人提交的投诉书和《投诉人补充意见》中存在一些明显具有恶意的内容，被投诉人予以摘录并列表，表明投诉人的行为具有恶意。

(3) 上述行为属于域名争议案件中常见的恶意投诉行为。

解决办法、程序规则和补充规则这个法规组合中，明确提出了“恶意投诉”，但没有明确恶意投诉的标准，但被投诉人仍可参考其他域名争议裁决实践来进行判断。

实践中“恶意投诉”常分为滥用投诉权和反向域名侵夺两类，两类行为在很多情况下又会有机联系、同时发生。

投诉正是在发现争议域名即将到两年之期，投诉人为了侵夺别人的合法权益，贸然投诉，具有“滥用争议解决程序”的性质，也有“反向域名侵夺”的性质，“恶意投诉”的性质非常确定。

(4)如果认定本案投诉为“非恶意投诉”，则于情于理不通，且会造成消极社会影响。

于情方面，仅就本案之局部情况而言，假设认定本案投诉为“非恶意投诉”，那么，众多的与秦岭、秦陵、秦玲、覃灵有关的企业、事业单位、其他组织、个人均可就争议域名进行投诉，而被投诉人无奈必须积极应诉，考虑到这个潜在的群体可能数以千、万计，假设仅有十分之一付诸投诉，被投诉人的工作、生活势必在数十年间无法正常进行。

于理方面，就全局而言，如果认定本案投诉为“非恶意投诉”，于法理不通，且会造成消极社会影响。具体来说：

从责权对等角度讲，既然相关法规赋予投诉人投诉的权利，那么投诉人必须承担滥用这些权利的责任。

从保护弱势群体角度讲，在现有的域名争议解决机制下，被投诉人属于弱势群体，当被投诉人面对投诉时，依法规有义务无条件的参与答辩，否则视为弃权，而即便胜诉后也无法对过程中发生的费用、耽误的时间、机会成本等取得补偿，这一机制造成被投诉人的弱势地位。

如果认定本案投诉“非恶意”，如果任何商标权人都可依据其注册

商标、商号对抗已经注册的域名，那现有的许多注册域名将失去存在的基础，互联网的发展秩序将会紊乱。

被投诉人提交以下附件作为补充证据：

附件 18：陕西工商局主办网站关于“秦岭”字号企业的查询结果截屏复印件；

附件 19：中国商标网关于“秦陵”商标的查询结果截屏复印件；

附件 20：中国商标网关于“秦岭”商标的查询结果截屏复印件；

附件 21：CNNIC《中国域名产业报告 2009》第 68 页截屏复印件；

附件 22：《科学时报》2008 年 12 月 3 日号 A2 版《CN 域名成就博客品牌发展之路》一文网络版截屏复印件。

四、专家组意见

专家组依据解决办法、程序规则及补充规则对本域名争议进行审理裁决。

根据解决办法第八条的规定，符合下列条件的投诉，应该得到专家组的支持：

（一）被投诉的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；

（二）被投诉的域名持有人对域名或者其主要部分不享有合法权益；

（三）被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意。

投诉人应当证明以上各项条件同时具备。

《解决办法》第九条规定，被投诉的域名持有人具有下列情形之一的，其行为构成恶意注册或者使用域名：

（一）注册或者受让域名是为了向作为民事权益所有人的投诉人或其竞争对手出售、出租或者以其他方式转让该域名，以获取不正当利益；

(二)多次将他人享有合法权益的名称或者标志注册为自己的域名,以阻止他人以域名的形式在互联网上使用其享有合法权益的名称或者标志;

(三)注册或者受让域名是为了损害投诉人的声誉,破坏投诉人正常的业务活动,或者混淆与投诉人之间的区别,误导公众;

(四)其他恶意的情形。

根据本案当事人提交的投诉书和答辩书及其所附证据材料及其他补充材料,本案专家组意见如下:

(一)关于完全相同或混淆性相似

1. 关于投诉人受中国法律保护的民事权益。

专家组认为,根据解决办法第八条的规定,投诉人对其主张权利的名称或标志应当享有民事权益,是其投诉能够得到支持的前提。而解决办法所规定的投诉人所享有的民事权益是指在先民事权益。本案中的在先权益是指在争议域名“qinling.cn”注册日期——2007年9月8日之前已经在中国存在的相应合法民事权益。

(1) 投诉人的企业名称权

投诉人提供的附件一、二中的信息表明,投诉人企业名称先后为“宝鸡秦岭蜂产品有限公司”和“陕西秦岭蜂业有限公司”,其字号均为“秦岭”,投诉人成立日期早于涉案争议域名注册日期,投诉人对其字号“秦岭”享有相应的合法在先权利。

(2) 投诉人的商标权

投诉人提供的附件二中的信息表明,投诉人先后就“秦岭 QINLING 及图”和“秦岭”等五件商标在中国申请注册并获得授权,具体信息如下:

第 1180988 号“秦岭 QINLING 及图”商标,注册日为 1998 年 6 月 7 日,该商标原注册人名称为宝鸡秦岭蜂产品有限公司,现已变更为陕西秦岭蜂业有限公司,即本案投诉人。该商标指定商品为第 30

类：糖浆；糖蜜；蜂蜜；食品用蜂蜜；糖果锭剂；食用蜂胶；食用王浆（非医用）；花粉健身膏；桂圆膏；龟苓膏。

第 1535061 号“秦 QINLING 岭及图”商标，注册日为 2001 年 3 月 7 日，该商标原注册人名称为宝鸡秦岭保健品有限公司，现已变更为陕西秦岭蜂业有限公司，即本案投诉人。该商标指定商品为第 32 类：矿泉水；果汁；水（饮料）；水果饮料（不含酒精）；蔬菜汁（饮料）；酸豆奶；花生牛奶（软饮料）；茶饮料（水）；豆奶；啤酒。

第 1622991 号“秦岭”商标，注册日为 2001 年 8 月 21 日，该商标原注册人名称为宝鸡秦岭蜂产品有限公司，现已变更为陕西秦岭蜂业有限公司，即本案投诉人。该商标指定商品为第 30 类：蜂蜜；食品用蜂蜜；非医用蜂王浆；非医用营养粉；非医用营养液；非医用营养膏；花粉健身膏；食用蜂胶（蜂胶）；食用王浆（非医用）。

第 1778734 号“QINLING 秦岭及图”商标，注册日为 2002 年 5 月 28 日，该商标原注册人名称为宝鸡秦岭蜂产品有限公司，现已变更为陕西秦岭蜂业有限公司，即本案投诉人。该商标指定商品为第 31 类：豆（未加工的）；谷（谷类）；花粉（原材料）；花生（果品）；坚果（水果）；鲜葡萄；鲜水果；芝麻；植物。

第 3007081 号“秦岭 QINLING 及图”商标，注册日为 2002 年 11 月 28 日，该商标原注册人名称为宝鸡秦岭蜂产品有限公司，现已变更为陕西秦岭蜂业有限公司，即本案投诉人。该商标指定商品为第 29 类：蛋、猎物（非活）；肉；食用菜油；食用葵花油；食用鸟窝；食用油；玉米油；芝麻油。

上述商标目前均处于有效期内，且投诉人取得商标权的日期均早于涉案争议域名注册日期。

投诉人提交的申请号为“4616662”的“QINLING 及图”商标注册申请目前虽已受理但尚未核准注册，投诉人不享有《商标法》所规定的商标专用权。

被投诉人并未对投诉人的上述字号和商标的真实性、合法性提出

异议或反证，因此专家组确认，投诉人对“秦岭”享有基于字号和商标的在先民事权利，对上述注册商标中的“秦岭 QINLING 及图”、“秦 QINLING 岭及图”、“QINLING 秦岭及图”享有基于商标的合法在先民事权利。

2. 相同或足以导致混淆的近似性。

(1) 关于投诉人基于字号和商标享有在先民事权利的“秦岭”。

投诉人提供的附件三、附件七、附件十和附件十一说明，汉字“秦岭”是投诉人对外宣传自己的产品时的主打标识，在相关公众中具有一定的知名度，所以专家组有理由认为相关公众主要依赖汉字“秦岭”来识别投诉人的产品。

涉案争议域名是“qinling.cn”，其域名识别部分为小写字母“qinling”，该识别部分与投诉人享有合法在先权利的字符“秦岭”相比，两者的区别体现于：一是在表现形式上，前者的表现形式为字母，后者的表现形式为汉字；二是在发音上，由于汉字词汇的发音是由拼音和每个拼音的音调共同构成，因此，前者在标注音调的情况下可以具有多种发音，如可以具有“秦岭”、“秦陵”等发音，而后者发音是固定的；三是在含义上，前者由于不同发音所对应的不同汉字词汇，因此可以基于不同汉字词汇而具有多种含义，而后者仅具有基于汉字“秦岭”所存在的含义。

两者的联系主要体现为：前者是后者的汉语拼音拼写形式，在对前者进行适当音调标注的情况下，两者具有相同的发音。

因此，专家组认为，涉案争议域名的识别部分“qinling”与投诉人享有合法在先民事权利的“秦岭”相比，由于在音、形、义上并不完全相同，因此两者不相同；两者在发音上具有一定的关联性，且考虑到投诉人提交的附件三证明其“秦岭”商标具有一定的知名度，因此专家组认为两者具有一定的近似性。

但是，从本案双方提交的证据看，投诉人的“秦岭”商标的知名度尚无任何事实或法律依据足以使其将独占性权利延伸至该商标的汉

语拼音“qinling”。事实上，由于汉字词汇中普遍存在同音字词的情况，而拼音相同但音调不同的情形则更为广泛存在，因此，与“秦岭”在字形、发音上相近/相同的汉字词汇以及相应的在先民事权利亦广泛存在，如“秦陵”、“秦凌”等等。即使对于“秦岭”，亦存在他人享有的基于字号和商标的合法在先民事权利，而非投诉人所独占。尤其由于“秦岭”主要具有地理上的含义，具有一定的公共通用词汇特点，作为商标而言，其显著性较差，从而使得权利人的独占性权利减弱。这说明，对于发音相同或近似的汉字、拼音，法律是允许存在多个主体享有的对多个相同或近似的标识的合法在先权利的，投诉人只是其中权利人之一，并非任何近似标识都会导致侵犯投诉人权利。

同时，由于域名的使用效果主要取决于该域名所解析的网站的内容，qinling.cn 网站内容目前为与秦陵有关的内容，不涉及投诉人主营业务，没有证据证明投诉人与被投诉人经营竞争性业务，没有证据证明涉案争议域名的使用会导致公众将投诉人与该域名所解析的网站相混淆。

综上，专家组认为，涉案争议域名的识别部分“qinling”与投诉人享有合法在先民事权利的“秦岭”不相同，亦不存在混淆性相似。

(2) 关于投诉人基于商标享有合法在先民事权利的“秦岭 QINLING 及图”、“秦 QINLING 岭及图”、“QINLING 秦岭及图”。

从投诉人提交的附件二中相关商标看，在商标图案“秦岭 QINLING 及图”、“秦 QINLING 岭及图”、“QINLING 秦岭及图”中，其商标图案主要由图形要素、文字要素“秦岭”及文字要素“QINLING”组成。从商标的视觉效果、每个要素所占位置看，图形部分均处于主要地位，属于具有显著识别性部分，但图形部分与涉案争议域名的识别部分“qinling”显然没有任何相同或近似性。

这些商标图案中的文字要素“秦岭”已在上文进行分析，不再赘述。

这些商标图案中的文字要素“QINLING”与涉案争议域名的识别部分“qinling”相比，仅存在字母大小写的差异，具有极高的近似性。

但是，无论是从商标的视觉效果、发音效果还是所占的位置看，字符“QINLING”均处于这些商标图案的次要地位，不属于商标图案中最具有显著性的部分，且投诉人亦无任何证据证明其基于商标权的字符“QINLING”具有较高的知名度。

因此，投诉人虽然通过注册前述有关商标而对字符“QINLING”享有一定的民事权利，但由于字符“QINLING”在其商标图案中的次要地位，没有任何法律依据使投诉人足以将其对整个商标图案享有的商标权扩展为对作为商标图案次要部分的字符“QINLING”的独占性权利。

综上，专家组认为，涉案争议域名的识别部分“qinling”与投诉人享有合法在先民事权利的商标图案“秦岭 QINLING 及图”、“秦 QINLING 岭及图”、“QINLING 秦岭及图”不相同，亦不存在混淆性相似。

鉴于上述分析，专家组认为，涉案争议域名的识别部分“qinling”与投诉人享有的合法在先民事权利的名称、商标不相同，亦不存在混淆性相似。投诉人的投诉不符合解决办法第八条第（一）项的要求。

（二）关于被投诉人权利或合法权益

被投诉人答辩称，其所学为考古专业，且有兴趣于秦岭考古，故注册涉案争议域名，并通过该域名所解析的网站以作为实施兴趣的平台。

根据解决办法第八条第二项规定，投诉人和被投诉人需证明被涉案争议的域名持有人对域名或者其主要部分是否享有合法权益。专家组理解，此处所称合法权益，应当至少符合解决办法第十条所列情形之一。

在本案中，被投诉人虽未提交证据证明其对本案争议域名的主体部分享有除域名之外的其他合法权益，也没有任何依据足以让专家组认定被投诉人对争议域名享有任何先于投诉人的权利或合法权益，但是，解决办法并未对被投诉人对争议域名的合法权益提出更苛刻的要求。根据解决办法第十条第（三）项的规定，如果被投诉人合理地使

用或非商业性地合法使用该域名，不存在为获取商业利益而误导消费者的意图，则应认定被投诉人对涉案争议域名享有合法权益。基于上文的分析，专家组认为，被投诉人网站内容多涉及秦陵考古，与“秦陵”、“qinling”的关联性能够得到合理解释，没有证据证明被投诉人对涉案争议域名存在使用中的不合理行为或商业行为，其域名所解析的网站亦未发现存在与投诉人的主营业务相关的内容，正常的消费者理应能够通过投诉人和被投诉人网站的内容对双方进行区分，不会因此导致消费者的误认。因此，应当认定被投诉人对涉案争议域名享有合法权益。

因此，专家组认定，投诉人的投诉不符合解决办法第八条第（二）项规定的“被投诉的域名持有人对域名或者其主要部分不享有合法权益”。

（三）关于恶意

根据解决办法第九条规定，具有下列情形之一，即可判断被投诉人具有恶意。

1.关于注册或受让域名的目的是为了向作为民事权益所有人的投诉人或其竞争对手出售、出租或者以其他方式转让该域名，以获取不正当利益。

投诉人提交的附件十二试图证明被投诉人符合该恶意情形。但是，专家组注意到，投诉人的证据不能证明所述信息系被投诉人特意为了涉案争议域名的出售、转让而发布的信息，亦不能证明被投诉人对转让涉案争议域名所主动索取的价款。事实上，社会上部分网站提供了域名转让信息中介功能，对不特定的域名转让均可提供交易中介服务。

同时，域名的注册、使用活动中并非绝对禁止域名的转让，在遵循民事活动基本原则的情况下应当允许域名的有偿转让，因此，并非任何有偿转让域名的行为都应被认定为恶意。本案中，为推断被投诉人注册涉案域名时的主观心理状态，可通过其是否存在主动、长期的

域名出售要约行为和是否存在明显主动索取不正当利益的行为进行推断。但本案中，没有任何证据能够证明被投诉人存在这些行为。

因此，专家组认定，未发现被投诉人存在解决办法第九条第（一）项规定的恶意情形。

2.关于多次将他人享有合法权益的名称或者标志注册为自己的域名，以阻止他人以域名的形式在互联网上使用其享有合法权益的名称或者标志。

本案中，没有任何证据证明被投诉人多次将他人享有合法权益的名称或者标志注册为自己的域名，因此，专家组认定，未发现被投诉人存在解决办法第九条第（二）项规定的恶意情形。

3.关于注册或者受让域名是为了损害投诉人的声誉，破坏投诉人正常的业务活动，或者混淆与投诉人之间的区别，误导公众。

本案中，投诉人和被投诉人并非从事竞争性业务，qinling.cn 网站内容与投诉人主营业务没有关联性，社会公众不会通过访问qinling.cn 网站而混淆投诉人和被投诉人的区别，亦无任何证据证明被投诉人存在本项规定的其他行为。因此，专家组认定，未发现被投诉人存在解决办法第九条第（三）项规定的恶意情形。

4.其他恶意的情形。

在本案中，涉案争议域名所解析的网站处于可以访问的状态，其内容与“秦陵”具有密切关联性，被投诉人辩称其注册的涉案争议域名处于正常使用状态的说法无相反证据能够推翻。被投诉人关于其所学专业为考古学、域名 qinling.cn 系源于对“秦陵”考古的兴趣、www.qinling.cn 网站所载内容与秦陵具有密切关联的解释具有合理性，无相反证据能够推翻。虽然 www.qinling.cn 网站所上传内容仅集中于 2007 年较短时间内，但对于网站内容的更新、维护不能过于苛求域名持有人。

因此，专家组认为，被投诉人关于其注册涉案争议域名不具有恶意的辩解能够成立。

专家组认定，根据解决办法第九条的规定，不能认定被投诉人的行为具有恶意。

综上，专家组认定，投诉人的投诉不符合解决办法第八条第（三）项规定的“被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意”。

根据以上理由，投诉人要求将本案争议域名“qinling.cn”转移给投诉人的主张，不符合解决办法第八条第（一）、（二）、（三）项的规定，不予支持。

关于被投诉人要求认定投诉人在本案中存在恶意投诉的主张，专家组认为，投诉人依据合法享有的在先民事权利进行投诉，是其依照解决办法、程序规则等规定所享有的合法权利，应当允许其权利得到充分行使、观点得到充分阐述；被投诉人作为域名持有人，依照解决办法、程序规则等规定参与争议解决程序是其为维护自身合法权益而所尽义务，且其关于恶意投诉的主张多表现为其与投诉人在事实认定和观点上的差异，尚不足以认定投诉人的投诉构成对域名争议解决程序的滥用。争议解决过程中未发现投诉人存在其他明显滥用域名争议解决程序的恶意行为。因此，对被投诉人的该主张不予支持。

五、裁 决

基于上述案件的事实和理由，本案专家组裁决：

投诉人对被投诉人就争议域名“qinling.cn”的投诉不成立，驳回投诉人要求将争议域名“qinling.cn”转移给投诉人的请求。

独任专家：

杨安通

二〇〇九年十一月二日于北京

