



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：CND2009000038]

投诉人：宝马股份公司（BAYERISCHE MOTOREN WERKE
AKTIENGESELLSCHAFT）

地 址：德国慕尼黑 80788

代理人：北京集佳知识产权代理有限公司 马强、张锐

被投诉人：北京万网新兴网络技术有限公司北京公司

联系地址：中国北京海淀区世纪城远大园一区 4-4-3F 门

争议域名：bmw-bmw.cn

注册机构：北京万网志成科技有限公司

二〇〇九年五月八日

北 京

裁 决 书

(2009) 中国贸仲域裁字第 0064 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日发布实施的《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日公布实施的《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)的规定以及投诉人宝马股份公司(BAYERISCHE MOTOREN WERKE AKTIENGESELLSCHAFT)于2009年3月11日针对域名“bmw-bmw.cn”以北京万网新兴网络技术有限公司北京公司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“bmw-bmw.cn”域名争议案。案件编号 CND2009000038。

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3月11日,域名争议解决中心收到投诉人以电子文本形式提交的投诉书。

2009年3月13日,域名争议解决中心向投诉人传送投诉书接收确认,确认收到投诉人电子文本及书面文本投诉书。同日,域名争议解决中心向域名注册服务机构北京万网志成科技有限公司发出请求协助确认函,要求提供所争议的域名的有关信息。

2009年3月13日,北京万网志成科技有限公司回复域名争议解决中心,确认争议域名系由其提供注册服务;被投诉人是争议域名的持有人;解决办法适用于本争议域名。

2009年3月20日,域名争议解决中心以电子文本的方式向被投诉人转递了投诉人的投诉书。

2009年3月25日,域名争议解决中心向投诉人确认投诉书符合解决办法和程序规则的要求,并确认本案程序于当日正式开始。同日,域名争议解决中心向被投诉人发送/传送程序开始通知和投诉书以及所附材料,要求被投诉人按期指定专家并提交答辩。域名争议解决中心还向注册服务商传送了程序开始通知。

2009年4月20日,域名争议解决中心未收到被投诉人提交的答辩书。域名争议解决中心向投诉人及被投诉人发送缺席审理通知书。

2009年4月22日,域名争议解决中心根据程序规则的规定,拟指定王范武先生为本案独任专家。同日,王范武先生确认同意接受指定,并保证在案件审理中独立公正的立场。

2009年4月24日,域名争议解决中心根据程序规则的规定,指定王范武先生为本案独任专家,成立专家组审理本案。域名争议解决中心分别向投诉人和被投诉人传递专家指定通知。

根据程序规则的规定,专家组应于成立之日起14日内即2009年5月8日前(包括5月8日)作出裁决。

二、基本事实

(一) 关于投诉人

投诉人宝马股份公司(BAYERISCHE MOTOREN WERKE AKTIENGESELLSCHAFT)。地址为德国慕尼黑80788。投诉人是汽车制造商,在全球汽车制造领域享有很高的知名度。投诉人拥有BMW、MINI和Rolls-Royce(劳斯莱斯)三个品牌,BMW品牌产品销售遍及全球5大洲120多个国家。“BMW”作为投诉人的独创商标已在全球100多个国家取得400多项注册。经过多年使用,投诉人的BMW商标及商号在全球享有较高知名度和声誉。在中国,投诉人也早于二十世纪九十年代陆续在各个商品及服务类别注册了文字商标“BMW”。上述商标都在有效期内。

(二) 关于被投诉人

被投诉人北京万网新兴网络技术有限公司北京公司。注册服务机构提供的联系地址为北京海淀区世纪城远大园一区 4-4-3F 门。北京万网新兴网络技术有限公司北京公司于 2007 年 3 月 10 日注册了本案争议域名 **bmw-bmw.cn** 域名。

三、当事人主张

(一) 投诉人诉称:

1、争议域名与投诉人享有民事权益的“BMW” 相同

(1) 宝马股份公司介绍及 BMW 商标在全球及中国享有较高知名度

投诉人宝马股份公司 (BAYERISCHE MOTOREN WERKE AKTIENGESELLSCHAFT) 总部位于德国慕尼黑。投诉人的历史始于 1916 年, 公司最初是一家飞机发动机制造商, 1918 年更名为巴伐利亚发动机制造股份公司并上市。BMW 是 Bayerische Motoren Werke 的缩写。

投诉人拥有 BMW、MINI 和 Rolls-Royce (劳斯莱斯) 三个品牌。这些品牌占据了从小型车到顶级豪华轿车各个细分市场的高端, 使投诉人成为世界上唯一一家只专注于高档汽车细分市场的汽车制造商。投诉人的品牌各自拥有清晰的品牌形象, 其产品在设计美学、动感和动力性能、技术含量和整体品质等方面具有丰富的内涵, 因此, 这些品牌可以给用户提供切实的附加值。在此基础上, 投诉人期望获得较高的单车利润率, 从而继续保持赢利性增长, 并确保公司在未来的独立地位。

目前, 投诉人在全球 14 个国家设有 22 家生产及组装厂, 员工总数达 10.6 万人。BMW 汽车销售遍及全球, 七十年代以来, 在营销策略上, 投诉人一直追求一个目标, 即在全球每个重要市场上都建立自己的销售公司。今天, 这个遍及 5 大洲 120 多个国家的销售网络由 27 家销售公司和 3,200 家独立的代理商组成。

作为当今世界最成功和效益最好的高档汽车及摩托车生产商, 投诉人近年来连续创造新的销售纪录。2007 年, 投诉人延续了成功进

程，旗下三个品牌的销量全部创历史新高，实现销售增长 9.2%，共向全球客户交付 1,500,678 辆汽车（2006 年：1,373,970 辆）。BMW 品牌汽车销量达到 1,276,793 辆（2006 年：1,185,088 辆），较 2006 年增长 7.7%。MINI 品牌汽车交付 222,875 辆（2006 年：188,077 辆），比上年增长高达 18.5%。劳斯莱斯品牌汽车销售首次突破千辆，共向客户交付 1,010 辆（2006 年：805 辆），增长 25.5%。这个数字再次确定了劳斯莱斯品牌在超豪华市场上的领先地位。在全球的金融和经济危机影响下，2008 年，投诉人向全球客户交付了 1,435,876 辆 BMW、MINI 和 Rolls-Royce（劳斯莱斯）汽车，取得了公司历史上销量排名第二位的的成绩，仅次于 2007 年，并捍卫了自己在全球高档车市场中的领先地位。

在中国，投诉人早于 1994 年 4 月便于北京设立代表处，标志着投诉人正式进入大中华区市场。2003 年 3 月，投诉人与华晨中国汽车控股有限公司签订合资企业合同，华晨宝马汽车有限公司正式成立，生产厂位于沈阳。2003 年 10 月推出第一款国产 BMW 汽车之后，华晨宝马快速推出了多款不同型号、不同配置的 3 系和 5 系车型。2005 年 10 月，宝马（中国）汽车贸易有限公司成立，它的成立是投诉人对中国市场长期承诺的又一里程碑。目前，通过进口，BMW 全系列车型，包括 BMW 7 系、6 系、1 系、X6、X5 和 X3 家族、Z4 敞篷跑车和双门跑车、3 系双门轿跑车和敞篷轿车、3 系和 5 系四门轿车的顶级车型、高性能车型 BMW M3、M5、M6，MINI 及 Rolls-Royce 汽车在中国大陆均有销售。这些产品都严格按投诉人全球统一的标准生产和检验，具有一致的高品质。把最先进的产品引入中国市场是投诉人一贯的宗旨。

在为消费者带来丰富的产品选择的同时，投诉人不断扩展销售和服务网络，截止 2007 年，投诉人中国销售和服务网点已达到 90 家。完善服务质量，提升客户满意度，也一直是投诉人在中国市场发展的核心任务之一。2005 年 3 月，在北京成立 BMW 全国培训中心，致力于为员工提供技术和非技术类的高水平培训；2005 年年底，开通 BMW 客户服务中心；2006 年 7 月，正式启动 BMW 道路救援服务，

为客户提供更加便捷的服务；2007年1月，投诉人在中国大陆的第一家零部件配送中心在北京正式开业，截止目前，投诉人在中国大陆共有三家配送中心，分别位于北京、上海和佛山，这一高效灵活的配送网络让 BMW 能够在全国范围内提供最迅速的零部件供应；2008年6月，投诉人在中国启动标准化保养服务，在中国所有的 BMW 授权经销商实行统一的保养服务指导工时价和透明、统一的配件价格。

投诉人在中国积极的产品攻势和市场战略受到客户和市场的肯定。数字是最有说服力的。投诉人在中国市场的销售连续多年保持高水平增长，BMW 汽车在中国高档车市场的份额逐年提升。2007年，投诉人在中国大陆市场的销量再创新纪录，突破5万辆，达51,588辆。其中 BMW 汽车49,388辆，MINI 汽车2,200辆。华晨宝马汽车有限公司生产的 BMW 汽车销量达30,600辆。中国大陆进一步巩固了其 BMW 7系的全球第二大市场的地位。销量增长42%，达10,688辆，保持了其在中国大陆同级车型细分市场的首要地位。2008，BMW 品牌汽车在中国大陆地区的销量增长27%，达到62,688辆，其中包括35,163辆国产的 BMW 3系和 BMW 5系汽车，国产车销量也创下新的纪录。

鉴于以上，投诉人商标“BMW”在全球及中国在争议域名注册前早已经享有较高知名度。

(2) 投诉人就“BMW”在中国及全球多个国家都享有注册商标专用权

投诉人拥有的“BMW”商标是公司名称 Bayerische Motoren Werke 的缩写。同时，作为投诉人的独创商标，“BMW”商标早于二十世纪30年代便于多类商品及服务类别在全球100多个国家取得400多项注册。在中国，国际注册第G663925号商标“BMW”也早于二十世纪90年代于多类商品及服务类别在中国获得延伸保护，投诉人自1995年12月22日起，在中国的工商部门注册了多个“BMW”文字商标，覆盖了包括商品使用类别第19类在内的多个类别（其中包括1987年注册的“BMW”文字商标）。

此外，中国国家工商行政管理局商标局在2000年6月编制的《全

国重点商标保护名录》中将投诉人“BMW”商标列为重点保护商标。而根据商标局“关于印发《全国重点商标保护名录的通知》”，“列入本名录的商标.....在市场上有较高知名度...”。

(3) 争议域名“bmw-bmw.cn”与投诉人享有民事权益的企业字号及注册商标相同或混淆性近似

在争议域名“bmw-bmw.cn”中，“cn”是中国国家顶级域名后缀。很明显，其组成部分“BMW”与投诉人享有商标权、知名商品名称权的“BMW”英文字母组合完全相同。因此，被投诉人注册的“bmw-bmw.cn”域名，构成了与投诉人享有民事权益的企业字号及注册商标的相同或混淆性近似。

2、被投诉人就域名主要部分“BMW”不享有合法权益

被投诉人名称“北京万网新兴网络技术有限公司北京公司”，其不可能就“BMW”享有企业名称权。此外，根据投诉人查询，“BMW”商标在中国的注册均为投诉人所有，因而被投诉人更不可能就“BMW”在中国享有商标权。再者，通过网络搜索“BMW”和被投诉人名称，均未查到任何关联，因此，可以推断被投诉人对“BMW”亦不享有其他民事权益，即，被投诉人注册及持有争议域名无任何民事权益作为基础。

3、被投诉的域名持有人对争议域名的注册或者使用具有恶意

(1) “BMW”既是投诉人的企业字号也是其注册商标，在中国及全球已经享有较高知名度

“BMW”作为投诉人的企业字号缩写和注册商标，不具有任何具体含义，具有很强的显著性。而被投诉人注册的“bmw-bmw.cn”域名与投诉人企业字号及商标“BMW”完全一致，这种情形绝非巧合。此外，鉴于投诉人 BMW 商标在全球及中国的较高知名度，可以推定被投诉人在注册争议域名之前就已经知晓投诉人的知名商标“BMW”，但仍然恶意注册。

(2) 被投诉人使用争议域名建立网站 www.bmw-bmw.cn 经营 BMW 产品

鉴于投诉人 BMW 商标的知名度，可以认为被投诉人在注册争议域名时完全知晓投诉人 BMW 商标，但仍恶意注册。此后，被投诉人

建立相应网站www.bmw-bmw.cn，在未经投诉人授权及许可的情况下即销售“BMW”产品。其首页栏目设置包括：华晨宝马3系、华晨宝马5系、宝马3系、宝马6系、宝马7系、宝马Z4，而且，网页上发布有BWM汽车资料及相关图片，并留有销售电话“北京地区最新报价电话010-51294023”。被投诉人上述在未经投诉人授权及许可的情况下试图通过www.bmw-bmw.cn销售“BMW”产品的行为，已经给相关公众造成误认，从而侵害了投诉人对“BMW”商标享有的在先权利及消费者利益。

(3) 被投诉人身为域名注册服务商，但却多次将他人知名商标恶意注册为域名，其后被裁定转移

被投诉人北京万网新兴网络技术有限公司北京公司作为域名注册服务商，应当以为域名申请人提供域名注册及相关服务为主要职责，不得泄露申请人申请域名信息和抢注申请人申请域名。但是，经查询显示，被投诉人实为域名抢注者和出售者，并多次将他人知名商标恶意注册为域名，其中被投诉至域名争议解决机构而后被裁定转移域名的案件包括但不限于：

2008年7月16日，案件编号：CND2008000061（中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心）。被投诉人恶意注册域名“youtube.net.cn”，从而被裁定将此域名转移给“youtube”民事权益人 YouTube, LLC.

2008年8月7日，案件编号：CND2008000093（中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心）。被投诉人恶意注册域名“beefeater.com.cn”，从而被裁定将此域名转移给“beefeater”民事权益人 Allied Domecq Spirits & Wine Limited.

2007年8月28日，案件编号 DCN-0700129（香港国际仲裁中心）。被投诉人恶意注册域名“mobic.cn”，从而被裁定将此域名转移给“mobic”民事权益人德国公司 BOEHRINGER INGERHEIM PHARMA GmbH & Co. KG.

2008年9月17日，案件编号 DCN-0800242（香港国际仲裁中心）。被投诉人恶意注册域名“disneybaby.com.cn”，从而被裁定将此域名转移给“disneybaby”民事权益人 Disney Enterprises, Inc.

2008年9月23日，案件编号 DCN-0800193（香港国际仲裁中心）。被投诉人恶意注册域名“enercon.cn”，从而被裁定将此域名转移给“enercon”民事权益人 Enercon GmbH。

由此，被投诉人的行为已构成解决办法第9条第二项规定的“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”的恶意。

根据解决办法的规定，并基于上述理由，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。

（二）被投诉人辩称：

被投诉人在域名争议解决中心通知的答辩期内未提交答辩书，亦未提供反驳证据。

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及其所附证据材料, 本案专家组意见如下:

(一) 关于完全相同或混淆性相似

“BMW” 商标具有较高的知名度, 直观对比投诉人享有商标专用权的标识“BMW” 与争议域名“bmw-bmw.cn”, 在争议域名中除去具有区域意义的中国顶级域名后缀“.cn”和两者之间字母的大小写外, 在域名中主要起识别作用的“bmw-bmw” 字符只是对投诉人享有较高知名度的注册商标在文字上的重复、叠加, 这种重复、叠加在形式上具有相似性, 对相关公众的感知或在本质上并不产生任何实质性的差别。因此, 专家组认为, 争议域名与投诉人的商标具有混淆性相似, 投诉人的投诉满足解决办法第八条第(一)项规定的条件。

(二) 关于被投诉人权利或合法权益

“BMW” 是投诉人的注册商标, 投诉人与被投诉人无任何关联, 被投诉人也未提交其注册争议域名的合理性的证据, 因此, 专家组认为, 被投诉人对争议域名不具有权利或合法权益。投诉人的投诉满足解决办法第八条第(二)项的条件。

(三) 关于恶意

专家组注意到投诉人提交的以下证据:

1、投诉人取得“BMW” 的注册商标专用权的时间早于被投诉人注册本案争议域名的时间;

2、投诉人的“BMW” 的注册商标具有较高的知名度, 被投诉人完全知晓该商标;

3、被投诉人对争议域名不具有合法权益;

4、被投诉人曾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, 其注册行为被认定是抢注域名。

域名争议解决中心依规则已将上述证据转递被投诉人, 但被投诉人既不答辩也不提交反驳证据。

专家组认为：被投诉人注册争议域名后，建立相应网站（宝马车网），在网页上发布 BWM 各系列汽车资料及相关图片，在未经投诉人授权及许可的情况下试图通过网站销售“BMW”产品，在这种诱导下可能造成相关公众的误认，以为该网站与投诉人有关联。结合被投诉人知悉投诉人已经就其注册的本案争议域名提起投诉，而不作答辩也不提交反驳证据的情形和被投诉人曾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，混淆与投诉人之间的区别的事实，可以认定被投诉人注册本案争议域名具有恶意。投诉人的投诉满足解决办法第八条第（三）项的条件。

五、裁 决

基于上述案件事实和理由，本案专家组裁决：

投诉人就被投诉人注册的争议域名“bmw-bmw.cn”提起的投诉成立，争议域名“bmw-bmw.cn”应转移给投诉人。

独任专家：

二〇〇九年五月八日于北京

