



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-2009000088]

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: 严雪龙

地 址: 不详

争议域名: bmw-bmw.com.cn

注册机构: 北京新网数码信息技术有限公司

二〇〇九年七月六日

北 京

裁 决 书

(2009)中国贸仲域裁字第 0110 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日发布实施的《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5月6日针对域名“bmw-bmw.com.cn”以严雪龙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.com.cn”域名争议案。案件编号 CND-2009000088。

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

域名争议解决中心于2009年5月6日收到投诉人向域名争议解决中心提交的投诉书。同日,域名争议解决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。

2009年5月6日,域名争议解决中心以电子邮件向域名注册服务机构北京新网数码信息技术有限公司发出请求协助函,请求提供争议域名的有关注册信息。同日,域名注册商北京新网数码信息技术有限公司以电子邮件形式向域名争议解决中心确认:争议域名“bmw-bmw.com.cn”的注册人为被投诉人。

2009年5月12日,域名争议解决中心以电子邮件向被投诉人发送了投诉书转递通知,将投诉书转发给被投诉人。

2009年5月20日,域名争议解决中心以电子邮件向投诉人传送投诉书确认及送达通知,确认投诉书经审查合格并已送达被投诉人,通知投诉人本案程序于2009年5月20日正式开始。同日,域名争议解决中心以电子邮件向被投诉人传送程序开始通知,同时转去经审查合格的投诉书,要求被投诉人按照规定的期限提交答辩。同日,域名争议解决中心以电子邮件向域名注册管理机构CNNIC和域名注册服务机构北京新网数码信息技术有限公司传送程序开始通知书。

被投诉人未在规定的期限内提交答辩书。2009年6月16日,域名争议解决中心以电子邮件向上述双方当事人发送缺席审理通知,同时通知双方当事人,域名争议解决中心将会很快指定专家,缺席审理本案,并予以裁决。

由于投诉人选择一人专家组审理案件,被投诉人未就选择专家事宜发表意见,故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,审理案件。域名争议解决中心于2009年6月19日以电子邮件向拟指定的专家沈四宝先生传送列为候选专家的通知,请该专家确认: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。后,该专家回复确认,同意接受指定,并承诺保证案件审理的独立性和公正性。

2009年6月22日,域名争议解决中心以电子邮件向双方当事人及上述拟定专家传送专家指定通知,确定沈四宝先生为本案独任专家,成立一人专家组,审理本案,并将案件移交专家组。

根据程序规则的规定,专家组应于成立之日(2009年6月22日)起14日内即2009年7月6日之前(含6日)就本案争议作出裁决。

二、基本事实

（一）关于投诉人

本案投诉人是宝马股份公司（BAYERISCHE MOTOREN WERKE AKTIENGESELLSCHAFT），地址为德国慕尼黑 80788。投诉人委托的代理人为北京集佳知识产权代理有限公司马强、张锐，电子邮件为 tm_intl@unitalen.com。投诉人在中国拥有“BMW”商标专用权。

（二）关于被投诉人

本案被投诉人是严雪龙，是本案系争域名的注册人。投诉人没有查询到该被投诉人地址，只提供了被投诉人的电子邮件地址。

证据显示，被投诉人于 2008 年 3 月 14 日在域名注册服务机构北京新网数码信息技术有限公司申请注册了本案系争域名，被投诉人是该系争域名的持有人。

三、当事人主张

（一）投诉人诉称：

投诉人，宝马股份公司，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，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，占据了从小型车到顶级豪华轿车各个细分市场的高端。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 品牌产品销售遍及全球。目前，投诉人遍及 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。

作为投诉人的独创商标“BMW”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”，包括但不限于应用于第

7 类“发动机”零件等相关产品的第 G663925 号商标“BMW”，以及应用于第 12 类“机动车辆、摩托车及其零件”上的第 282195 号商标“BMW”。投诉人企业字号及商标“BMW”经过在中国的长期使用，已经享有较高知名度，因此，投诉人认为投诉人“BMW”商标在中国应当作为驰名商标予以保护。

现发现被投诉人在对“BMW”不享有任何权益的情况下，恶意注册争议域名并阻止投诉人使用此域名，侵害了投诉人的合法权益。根据解决办法，投诉人有权获得合理救济。

投诉人还认为：

1、争议域名主体可识别部分与投诉人享有民事权益的注册商标“BMW”相同，具有足以导致混淆的近似性

(1) 投诉人企业字号及注册商标“BMW”经过长期广泛使用，已在全球及中国均享有较高知名度，事实上已经成为广大消费者所熟知的驰名商标

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 是公司名称 Bayerische Motoren Werke 的缩写，具有很强的显著性。

投诉人拥有以“BMW”为主、MINI 和 Rolls-Royce（劳斯莱斯）为辅的三大品牌。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。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 5 大洲 120 多个国家。目前，投诉人拥有 27 家销售公司和 3,200 家独立的代理商。

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%。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，取得了公司历史上年销量排名第二位的业绩。

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。

2005 年 3 月，投诉人在北京成立 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，截至 2007 年，投诉人中国销售和服务网点已达到 90 家。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。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。

经过不懈的品牌打造和形象推广，BMW 商标早已为广大中国消费者所熟知，同时也受到了国家工商及司法机关的有力保护。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“宝马 (BMW)” 商标列为重点保护商标。根据商标局“关于印发《全国重点商标保护名录》的通知”，“重点商标是从全国各地工商行政管理机关及有关商标代理组织上报的材料中筛选出来的，在市场上有较高知名度，被侵权假冒比较严重且涉及两个以上省级行政区域的注册商标”。

由于 BMW 商标具有较高知名度，且其品牌价值不可估量，市场上随之出现了一些不法经营者为了快速进入市场、增加销路，采取傍名牌搭便车等恶意竞争行为，未经投诉人授权或许可在相关商品上使用 BMW 商标，以牟取不正当的商业利益。近年来有关工商及司法部门对于多起假冒 BMW 商标的侵权行为给予了严厉打击，有效保护了投诉人的合法权益以及 BMW 品牌在相关公众中的良好声誉。

鉴于以上，投诉人认为投诉人商标“BMW”在全球及中国为相关消费者所熟知，享有较高知名度，因此应当作为驰名商标予以保护。

(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

“BMW”为投诉人企业字号 Bayerische Motoren Werke 的缩写，同时，作为投诉人的独创商标，具有很强的显著性。“BMW”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，此外投诉人在中国单独申请注册了第 740722 号商标“BMW”及第 282195 号商标“BMW”。投诉人“BMW”商标在中国的注册达 40 余项。

(3) 争议域名“bmw-bmw.com.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.com.cn”中，“.com.cn”为中国国家顶级域名 cn 的二级后缀，不具有任何显著性。很明显，争议域名的可识别主要组成部分“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。鉴于投诉人 BMW 商标在中国的驰名程度，对于一般消费者而言，很可能认为争议域名同投诉人存在某种法律或商业关系。因此，可以认为，被投诉人注册争议域名，已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“严雪龙”，其不可能就“BMW”享有企业名称权。此外，根据投诉人查询，被投诉人并未在任何类别注册“BMW”商标。因此，被投诉人对争议域名的主要部分“BMW”不享有企业名称权及商标权。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缩写也是其注册商标，在中国及全球广泛使用，已经享有较高知名度。

投诉人认为，投诉人企业字号缩写及注册商标“BMW”在全球及中国都享有较高知名度，为一般消费者所熟知，被投诉人同时注册含有“BMW”字样的争议域名绝非巧合，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) 被投诉人注册争议域名“bmw-bmw.com.cn”且不予使用,此外,投诉人在注册争议域名的同时还抢注了含有投诉人商标“BMW”的其他域名,包括“bmw-bmw.com”和“china-bmw.net”,意图阻止投诉人在互联网上,尤其在中国互联网上,使用含有“BMW”商标的域名。

经投诉人搜索发现,被投诉人除注册争议域名“bmw-bmw.com.cn”外,还同时抢注了含有投诉人商标“BMW”的其他域名,包括“bmw-bmw.com”和“china-bmw.net”,WHOIS基本信息如下:

A. <bmw-bmw.com>

Domain Name: bmw-bmw.com

Registrant Organization : yan xuelong

Name : Yan Xuelong

Address : nanshan

City : ShenZhen

Province/State : Guangdong

Country : CN

Postal Code : 518057

Phone Number : 86-0755-82436860

Fax : 86-0755-82436860

Email: yanxuelong@163.com

B. <china-bmw.net>

Domain Name : china-bmw.net

PunnyCode : china-bmw.net

Registrant:

Organization : yan xuelong

Name : Yan Xuelong

Address : nanshan

City : ShenZhen

Province/State : Guangdong

Country : CN

Phone Number : 86-0755-82436860

Fax : 86-0755-82436860

Email: yanxuelong @163.com

其中，被投诉人恶意模仿投诉人中国公司官方网站 www.bmw.com.cn 的版式设计，建立网站 www.bmw-bmw.com，在网页上使用“BMW 中国”字样，并使用投诉人享有商标专有权的“BMW”文字商标及含有“BMW”字样的蓝白图形商标。此网站首页栏目设置包括：“首页、宝马 3 系、宝马 6 系、宝马 7 系、宝马 X3、宝马 X5、宝马 X7、宝马 mini、联系我们”，而且，网页上发布相关联系电话，即“预约试驾:(0755)86090980；销售顾问:(0755)86090980；售后服务:(0755)26544930”。

由此可以推定，被投诉人在注册争议域名“bmw-bmw.com.cn”之前，就已经知晓投诉人 BMW 商标在汽车及相关领域的知名度，但仍恶意抢注，阻止投诉人使用争议域名，并试图造成相关中国消费者的误认，牟取非法利益，侵害投诉人对“BMW”商标享有的在先权利及消费者的合法利益。

因此，被投诉人以上注册争议域名“bmw-bmw.com.cn”的行为，已经构成解决办法第 9 条第（二）、（三）款的恶意情形。

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:

被投诉人没有在规定的期限内提交答辩书或证据材料。

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

投诉人提供的商标注册证复印件等证据表明，投诉人在中国就“BMW”文字在多个类别注册了商标并且取得了商标专用权。据此，专家组认定，投诉人就“BMW”商标享有受中国法律保护的民事权利。

通过将争议域名和投诉人享有民事权利的标识“BMW”进行比较可以看出，除去作为通用字符的顶级域名“.cn”及类别域名“.com”和两者之间字母的大小写外，争议域名的主体部分“bmw-bmw”字符只是通过连字符连接将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、叠加丝毫不减损“bmw”作为文字组合中主体的地位和含义，也就是说由于文字叠加组合以及大小写方面的一些差别对判断域名与商标文字的区别没有造成什么影响，因此，两者构成相当的相似性。专家组认为被投诉人的域名与投诉人享有民事权益的标识具有足以导致混淆的近似性。因此专家组认为本案投诉满足解决办法第八条规定的第一个条件。

（二）关于被投诉人权利或合法权益

专家组需要认定的第二个争议事实是，被投诉人是否对争议域名享有权利或合法权益。就认定该争议事实而言，一般应由被投诉人承担举证责任。域名争议解决中心已按照程序规则和补充规则向被投诉人送达了有关通知和文件，但被投诉人并未在规定期限内提交答辩。因此，被投诉人没有提出任何抗辩及证据，证明其对争议域名或其主要部分享有任何合法权益。反之，投诉人提交的证据表明，投诉人对“BMW”商标，享有充分的在先权利和合法权益；投诉人并主张与被投诉人没有任何关系。因此，专家组能够认定的争议事实是，投诉人对“BMW”商标享有权利和合法权益；而缺乏任何依据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。

综上，专家组只能认定被投诉人不对争议域名享有任何权利或合

法权益；并进而认定，投诉人请求转移争议域名的第二个条件已经满足。

（三）关于恶意

一般来说，恶意是指违背诚实信用原则，非善意的愿望、动机和目的。如前所述，本案被投诉人并不享有对“BMW”标识的任何合法权益，那么其以“bmw-bmw”为主体注册的系争域名，专家组认为绝非偶然和巧合。依据投诉人提交的证据，投诉人取得“BMW”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；投诉人是世界上汽车等相关产品最主要的生产商之一，其产品和商标在国际上和国内享有很高的知名度和市场价值，而且“BMW”作为商标在经过投诉人长时间、持续及大量的宣传和使用之后，具有很强的显著性和很高的知名度，为广大消费者所熟知，消费者一见到“BMW”，必然会联想到投诉人及相关产品，依一般常识判断，被投诉人不可能不知道“BMW”的商业价值以及影响力，尤其是投诉人提交的证据表明，被投诉人依托其注册的其它域名“bmw-bmw.com”建立之网站上的内容多与投诉人公司的业务相关，再次说明被投诉人对投诉人的品牌效应以及在中国的知名度是不可能不知晓的。况且，在本案程序进行中，如果被投诉人具有与“BMW”的任何排他性权利、存在某些内在联系或者曾得到投诉人的授权，其应当提出抗辩，但被投诉人已经得到合理的通知但放弃了答辩，应视为其认同了投诉人的观点。

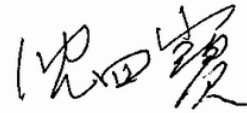
专家组认为，被投诉人在明知投诉人拥有“BMW”商标权，仍将自己不拥有任何合法权益，但与“BMW”标识混淆性近似的“bmw-bmw”注册为域名，并未进行合理的避让，不仅违反了诚实信用原则，而且其行为具有一定的恶意。

由此，专家组认定，被投诉人的行为符合解决办法第八条规定的“恶意”条件。

五、裁 决

鉴于投诉人的投诉已符合解决办法第八条规定的全部条件，其投诉应得到专家组的支持，专家组裁定，本案争议域名“bmw-bmw.com.cn”转移给投诉人宝马股份公司(BAYERISCHE MOTOREN WERKE AKTIENGESELLSCHAFT)。

独任专家：



二〇〇九年七月六日于北京

