

亚洲域名争议解决中心

北京秘书处

行政专家组裁决

案件编号: **CN1000389**

投 诉 人: 北京中国紫檀博物馆

被投诉人: **shanghaihuayitangyishupinyouxiangongsi**

争议域名: 紫檀官.com、zitangong.com

注 册 商: 北京万网志成科技有限公司

1、案件程序

2010年9月29日, 投诉人根据互联网络名称及编码分配公司(ICANN)施行的《统一域名争议解决政策》(以下简称《政策》)、《统一域名争议解决政策之规则》(以下简称《规则》)及亚洲域名争议解决中心(ADNDRC)施行的《统一域名争议解决政策之补充规则》(以下简称《补充规则》), 向亚洲域名争议解决中心北京秘书处(以下简称“中心北京秘书处”)提交了投诉书, 选择由三人专家组进行审理。

2010年10月12日, 中心北京秘书处向投诉人传送通知, 确认收到投诉书。同日, 中心北京秘书处向ICANN和域名注册商北京万网志成科技有限公司发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。2010年10月13日, 注册商北京万网志成科技有限公司回复确认争议域名系在该公司注册, 注册人为本案被投诉人。

2010年11月4日, 中心北京秘书处向被投诉人传送投诉书传递封面, 并转去投诉人的投诉书。

2010年11月9日, 中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送程序开始通知, 转送已经审查合格的投诉书及其附件, 要求被投诉人

按照规定的期限提交答辩。同日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉书确认及送达通知，确认投诉书已于同月经审查合格并送达被投诉人，本案程序于 2010 年 11 月 9 日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件向 ICANN 和争议域名的注册商北京万网志成科技有限公司传送程序开始通知。

被投诉人在答辩期限内未提交答辩。2010 年 12 月 1 日，中心北京秘书处向投诉人及被投诉人传送缺席审理通知。

2010 年 12 月 1 日，中心北京秘书处向唐广良先生、薛虹女士、迟少杰先生发出列为候选专家通知，请其确认是否接受指定，作为本案专家审理案件，并在当事人间保持独立公正。候选专家于 2010 年 12 月 2 日回复中心北京秘书处，同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2010 年 12 月 7 日，中心北京秘书处向双方当事人及上述专家传送专家指定通知，指定唐广良先生为本案首席专家，薛虹女士、迟少杰先生为专家，成立三人专家组审理本案。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。

根据《规则》第 6(f)条和第 15(b)条，专家组应当在成立之日（即 2010 年 12 月 7 日）起 14 日内即 2010 年 12 月 21 日前（含 21 日）就本案争议作出裁决。

2、基本事实

投诉人：

投诉人是北京中国紫檀博物馆，地址为北京市朝阳区兴隆西街 9 号，在本案中投诉人委托刘庆伶、李靖作为其代理人。

被投诉人：

被投诉人是 shanghaihuayitangyishupinyouxiangongsi，地址为 zhonghualu185hao2601hao。被投诉人分别于 2007 年 10 月 17 日与 2007 年 7 月 19 日通过注册商北京万网志成科技有限公司注册了

争议域名“紫檀宫.com”、“zitangong.com”。

3、当事人主张

投诉人诉称：

投诉人称，北京中国紫檀博物馆又称紫檀宫，由香港富华国际集团有限公司出资兴建。1999年9月19日，作为北京市政府为建国50周年贺礼的重点工程之一，正式对社会大众开放。“紫檀宫”名号为前全国政协主席李瑞环同志命名并亲笔题写匾额。十多年来，紫檀宫匾额一直悬挂于博物馆建筑外，也成为家喻户晓的博物馆别名和知名服务的特有品牌。

紫檀宫是一座富丽典雅的明清建筑群，占地面积2.5公顷，展厅面积9569平方米，坐落于长安街以东，京通快速路高碑店出口的北侧，是由全国政协、港澳台侨委员会副主任、富华国际集团主席陈丽华女士投资逾两亿元人民币兴建的。中国紫檀博物馆（紫檀宫）是一项为首都北京精神文明建设做贡献的特殊公益工程，是世界首家规模最大、藏品最多、档次最高的紫檀雕刻艺术博物馆。博物馆具有浓郁的中国古代宫廷式建筑风格，主体展馆共分五层，收藏了千余件用最珍贵的木材雕刻的仿宫廷木艺术精品。这些作品吸引了国内各界人士及美国、欧洲、东南亚各国的友好人士前来参观。美国萨凡那艺术设计学院还派出了由高层人士组成的参观团专访，并授予董事长陈丽华女士为该学院的荣誉博士称号。

1、争议域名与投诉人在先使用并有一定影响的、具有极强显著性和较高知名度的“紫檀宫”商标构成混淆性近似。理由如下：

（1）“紫檀宫”是投诉人在先使用并有一定影响的商标，是投诉人知名商品和服务的特有名称。

“紫檀宫”由前全国政协主席李瑞环同志命名并题写，自1999年投诉人开馆以来，一直持续地将其作为中国紫檀博物馆的别名和服务商标使用。经过投诉人持续的使用和宣传，“紫檀宫”与“中国紫檀博物馆”已经形成了唯一对应关系，并且投诉人已获得“中国紫檀博物馆”

商标注册。

“紫檀宫”这一显著性和荣誉是被投诉人所无法企及的。“紫檀宫”作为“中国紫檀博物馆”的别名、知名商品和服务的特有名称及商标读起来长短适中，朗朗上口，便于相关公众识别记忆，是一非常成功的独创性商标。

(2) 投诉人的“紫檀宫”商标知名度和影响力的具体体现：

1999 年开馆至今十年来，紫檀宫接待了来自世界各地的游人及各国政要，成为北京市对外开放及文化交流的重要场所。同时投诉人也借助紫檀艺术这个载体向世界传播中国传统文化。德国前总理赫尔穆特·科尔、国际残奥会主席克雷文先生及夫人、泰国公主诗琳通殿下、中国国民党荣誉主席连战先生及夫人等都曾先后参观过紫檀宫，并欣然提笔留言，对博物馆予以了极高的评价与赞赏。

2001 年 7 月 13 日，紫檀宫捐赠给北京奥组委的“紫檀国门”见证了北京奥运从申办成功到成功举办这七年间的难忘历程；2008 年北京奥运会和残奥会期间，国际残奥会主席克雷文和下一届奥运会举办城市英国伦敦市市长约翰逊先生都把紫檀宫作为他们北京奥运之行的最后一站。

2005 年 3 月，紫檀宫受邀参加在日本举办的“2005 年日本爱知世博会”。同年 5 月至 2006 年，又分别在美国的亚特兰大和华盛顿以及马来西亚举办了中国传统家具展，受到当地各界人士的推崇。紫檀宫在进行世界巡展的同时，又以另一种形式向世界介绍中国，介绍中国的传统檀雕技艺。2005 年至 2008 年间，中国紫檀博物馆分别向包括故宫博物院、日本东京国立博物馆、德国德累斯顿国家艺术收藏馆、法国香波堡以及美国史密森博物学院在内的五大世界级博物馆捐赠馆藏大型紫檀古建模型以作永久收藏。故宫博物院院长、中国文化部副部长郑欣淼盛赞这一创举为中国传统文化走向世界做出了重要贡献。2009 年 9 月，时值中国紫檀博物馆建馆十周年之际，应台北金融大楼股份有限公司的邀请，中国紫檀博物馆在台北 101 大楼举办了馆藏珍品特展，为两岸民间文化交流增添一笔亮丽的色彩。中国

紫檀博物馆申报的“紫檀雕刻技艺”入选第三批国家级非物质文化遗产项目名录。

由此可见，投诉人的“紫檀宫”品牌经过长期的使用和广泛的宣传已经在中国古典家具、紫檀、黄花梨制品领域享有极高的知名度和品牌声誉。十余年来，投诉人深受党和国家领导人关注和支持，投诉人也已成为向世界展示中国古典家具及中国传统文化的重要窗口，其国际影响在不断提高。“紫檀宫”已经不是单纯的博物馆，而是中国民族文化走向世界的一座桥梁，各国政要对紫檀宫的关注也为她增添上了神秘的政治文化。

(3) 争议域名主体“紫檀宫”、“zitangong”与投诉人商标“紫檀宫”构成混淆性近似。

争议域名“紫檀宫.com”的主体识别部分为“紫檀宫”汉字与投诉人在先使用并知名的“紫檀宫”商标完全一致，读音完全相同。在百度和 Google 搜索引擎中输入“紫檀宫”，输入框下方自动显示的搜索对象几乎全是关于投诉人“紫檀宫”的相关关键词，点击进入搜索结果页面，显示出来的全部是关于投诉人的相关报道和信息。

争议域名“zitangong.com”的主体识别部分“zitangong”与投诉人在先使用并知名的“紫檀宫”的拼音完全相同。尽管汉语拼音“zitangong”除对应“紫檀宫”汉字之外，尚存在其他可能性，但是网络环境下，无论是从视觉还是从听觉上辨认，都首先会自然的由“zitangong”联想到知名度极高的“紫檀宫”，很容易产生“zitangong”与“紫檀宫”的混淆或误认。

2、被投诉人对争议域名不享有合法权益。

(1) 被投诉人对“紫檀宫”不享任何在先的知识产权。

被投诉人对“紫檀宫”、“zitangong”不享有注册商标权。此外，被投诉人也从未注册有任何其他对应拼音为“zitangong”的中文文字商标或与“zitangong”拼音存有关联性的商标。

(2) 尽管被投诉人网站联系方式上有存在“上海紫檀宫古典家具

有限公司”的企业名称，但其注册和使用构成不正当竞争，而且目前此公司已经注销。被投诉人对“紫檀宫”不享有合法的企业名称权。

被投诉人于 2007 年 6 月 26 日成立了“上海紫檀宫古典家具有限公司”，2009 年 1 月 21 日注销该公司。

被投诉人注册的上海紫檀宫古典家具有限公司成立的时间晚于投诉人成立的时间，晚于投诉人“紫檀宫”商标使用近 8 年之久。在被投诉人注册上海紫檀宫古典家具有限公司之前，“紫檀宫”一直作为投诉人的别名使用，早已在国内外享有极高的知名度和美誉度。上海紫檀宫古典家具有限公司的企业字号“紫檀宫”与投诉人的具有极强显著性和较高知名度的特有商品和服务的名称相同，其从事的紫檀、黄花梨等木质的古典家具、制品的研发、设计、生产销售与投诉人的产品和业务相同或密切相关。被投诉人注册和使用以“紫檀宫”为字号的企业名称，属于恶意利用投诉人的“紫檀宫”品牌知名度以谋取不正当商业利益，损害了投诉人对其“紫檀宫”享有的合法权益；同时，该行为也会给社会公众造成一定的混淆或误解，很容易使相关公众误认为被投诉人的“上海紫檀宫古典家具有限公司”及其紫檀宫的产品与投诉人及其产品有着某些关联关系，足以构成不正当竞争。因此，被投诉人在企业注销之前对“紫檀宫”的企业名称权并不合法。

3、被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

被投诉人注册和使用“紫檀宫”、“zitangong”域名，存在《政策》第 4 (b) (iv) 条规定之情形：“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他连机地址者”，因此满足《政策》第 4 (a) (iii) 条规定之条件。

(1) 被投诉人作为投诉人的同行业经营者，将争域名注册并使用在同领域中，具有明显的主观恶意。

在被投诉人成立“上海紫檀宫古典家具有限公司”及注册“紫檀

宫”、“zitangong”域名之前，经过投诉人对紫檀宫的持续使用和宣传，特别是中国紫檀博物馆在国内及国际社会的文化及政治影响力，“紫檀宫”商标已经成为知名商品和服务的特有名称，并且投诉人早于2004年5月27日以“紫檀宫”为主体注册通用网址；也以“紫檀博物馆”和“中国紫檀博物馆”为主体注册中文域名和通用网址；2009年8月投诉人以“紫檀宫”为主体注册无线网址。同样作为经营中国古典家具的被投诉人不可能对投诉人的“紫檀宫”不知晓，其注册以“紫檀宫”为字号的企业之后，又注册以“紫檀宫”、“zitangong”为主体识别主体的争议域名，显然是恶意搭乘投诉人的“紫檀宫”品牌便车以牟取商业利益。

(2) 争议域名对应的网站均指引到“shanghaihuayitangyishupinyouxiangongsi(上海华艺堂艺术品有限公司)”网站。并将“http://www.zitangong.com”、“http://www.紫檀宫.com”作为与被投诉人的联系方式使用在被投诉人网站的“联系我们”一栏中。并且，在Google搜索引擎中输入“zitangong”，输入框下方自动显示的搜索对象出现了被投诉人的企业宣传。可见被投诉人具有使用与投诉人“紫檀宫”的相对应的“zitangong”汉语拼音进行不正当竞争、误导消费者的恶意。未对被投诉人深入了解的相关公众很容易把“紫檀宫”、“zitangong”与投诉人的知名品牌“紫檀宫”相联系而进入该网站，甚至误认为争议域名网站上所出售的商品或提供的服务与投诉人及其“中国紫檀博物馆”在产品及服务的来源者、技术提供或支持者、赞助者、附属者或监制、保证者等方面存在某些关联关系。被投诉人恰恰是以使用争议域名的手段，为商业利益之目的，通过制造及出售的商品或提供的服务与投诉人的在先使用并知名的“紫檀宫”商标的上述混淆，故意引诱网络用户访问其网站，完全是出于恶意。

(3) 如果被投诉人继续持有“紫檀宫.com”、“zitangong.com”这两个域名，必将排除投诉人在网上开展宣传和业务的可能，且会对国内外的相关公众造成误导。由此，被投诉人的行为不仅损害了投诉人的声誉，而且破坏了投诉人的正常经营活动。

据此，被投诉人对争议域名构成恶意注册。

根据政策的规定，并基于上述理由，投诉人请求本案专家组裁决：将争议域名转移给投诉人。

被投诉人辩称：

被投诉人未答辩。

4、专家组意见

根据被投诉人与注册商之间的注册协议，被投诉人同意受《政策》的约束。《政策》适用于本项争议解决程序。

《政策》第 4 条规定了强制性域名争议解决程序。根据第 4 条 (a) 的规定，投诉人必须证明以下三个条件均已满足，其投诉主张方能获得专家组的支持：

(i) 被投诉人域名与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

(ii) 被投诉人对该域名并不享有权利或合法权益；且

(iii) 被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意。

根据以上规定，专家组就本案发表如下意见：

关于投诉人的商标权

专家组遇到的一个问题在于：在投诉人未就与争议域名的可识别部分相同的标志申请商标注册，而其注册商标“中国紫檀博物馆”的注册时间又晚于争议域名注册时间的情况下，能否认定其商标权？

在案件审理过程中，专家组三位专家一致认为，《政策》第 4 条 (a) 所规定的“商标”并非仅指“注册商标”，而应包括通过使用获得知名度及商誉的未注册商标，尤其是在国际视野下审理案件时，更应如此理解。

投诉人提供的证据表明，投诉人自 1999 年起即已正式开始使用“紫檀宫”三字作为其别名，且使用于非常显著的位置。十余年来，该

名称已经为社会公众广泛认知。在此情况下，专家组首先认定，投诉人以在先使用并具有知名度为由，主张就“紫檀宫”标志享有商标权，并据此对争议域名提出投诉，符合《政策》规定的精神。

关于完全相同或混淆性相似

投诉人称，争议域名“紫檀宫.com”的主体识别部分为“紫檀宫”汉字，与投诉人在先使用并知名的“紫檀宫”商标完全一致，读音完全相同。在百度和 Google 搜索引擎中输入“紫檀宫”，输入框下方自动显示的搜索对象几乎全是关于投诉人“紫檀宫”的相关关键词，点击进入搜索结果页面，显示出来的全部是关于投诉人的相关报道和信息。

争议域名“zitangong.com”的主体识别部分“zitangong”与投诉人在先使用并知名的“紫檀宫”的拼音完全相同。尽管汉语拼音“zitangong”除对应“紫檀宫”汉字之外，尚存在其他可能性，但是网络环境下，无论是从视觉还是从听觉上辨认，都首先会自然的由“zitangong”联想到知名度极高的“紫檀宫”，很容易产生“zitangong”与“紫檀宫”的混淆或误认。

被投诉人未答辩。

专家组同意投诉人的观点，即争议域名“紫檀宫.com”的可识别部分为“紫檀宫”，与投诉人在先使用并具有相当知名度的商标“紫檀宫”完全相同；争议域名“zitangong.com”的可识别部分为“zitangong”，虽然有可能对应于多个不同的汉字，但作为一种固定搭配使用的词汇，除“紫檀宫”外，很难再找到其他汉字组合。就此而言，将“zitangong”与“紫檀宫”混淆的可能性相当大。专家组因此认为，争议域名“zitangong.com”的可识别部分“zitangong”与投诉人的商标“紫檀宫”之间具有足以导致混淆和误认的相似性。

投诉人的投诉满足了《政策》第 4 条 (a) 规定的第一个条件。

关于被投诉人权利或合法权益

投诉人称，(1) 被投诉人对“紫檀宫”不享任何在先的知识产权。被投诉人对“紫檀宫”、“zitangong”不享有注册商标权。此外，被投诉

人也从未注册有任何其他对应拼音为“zitangong”的中文文字商标或与“zitangong”拼音存有关联性的商标。(2) 尽管争议域名链接网站的联系方式上标有“上海紫檀宫古典家具有限公司”的企业名称，但其注册和使用构成不正当竞争，而且目前此公司已经注销。被投诉人对“紫檀宫”不享有合法的企业名称权。

被投诉人未答辩。

专家组认为，中国的企业名称登记制度是一种纯粹的行政管理制
度，与知识产权无关。单纯的企业名称登记并不能自然产生受法律保
护的商标权或商号权。在缺乏足够证据证明其已经获得社会公众认知
并因而具有了商誉的情况下，企业名称及其中的字号均不能受知识产
权法意义上的保护。

在此基础上，专家组认为，被投诉人未能证明其对争议域名的可
识别部分“紫檀宫”及“zitangong”享有权利或其他合法利益。投诉人的
投诉满足了《政策》第 4 条 (a) 规定的第二个条件。

关于恶意

根据《政策》第 4 条 (b)，针对第 4 条 (a) 之(iii)规定的恶意注
册和使用域名的证据包括但不限于如下情形：

(i) 该情形表明，被投诉人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) 被投诉人注册行为本身即表明，其注册该域名的目的是为了
阻止该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) 被投诉人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，被投诉人通过制造其
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被投诉人网站或其他联机地址者。

投诉人指控被投诉人注册及使用争议域名具有恶意，理由有三：一是被投诉人作为投诉人的同行，不可能不知晓投诉人及其商标。在明知投诉人及其商标知名度的情况下仍然注册并使用争议域名，属于恶意搭投诉人知名商标的便车以谋取不正当利益。二是在多处地方使用争议域名，将使对被投诉人不了解的相关公众很容易把“紫檀宫”、“zitangong”与投诉人的知名品牌“紫檀宫”相联系而进入该网站，甚至误认为争议域名网站上所出售的商品或提供的服务与投诉人及其“中国紫檀博物馆”在产品服务的来源者、技术提供或支持者、赞助者、附属者或监制、保证者等方面存在某些关联关系。被投诉人恰恰是以使用争议域名的手段，为商业利益之目的，通过制造及出售的商品或提供的服务与投诉人的在先使用并知名的“紫檀宫”商标的上述混淆，故意引诱网络用户访问其网站，完全是出于恶意。三是如果被投诉人继续持有“紫檀宫.com”、“zitangong.com”这两个域名，必将排除投诉人在网上开展宣传和业务的可能，且会对国内外的相关公众造成误导。由此，被投诉人的行为不仅损害了投诉人的声誉，而且破坏了投诉人的正常经营活动。

被投诉人未答辩。

专家组同意投诉人的观点，认定本案争议域名的注册与使用符合《政策》第4条(b)规定的第四种恶意情形，即以使用域名的手段，为商业利益目的，被投诉人通过制造其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被投诉人网站或其他联机地址者。


投诉人的投诉满足了《政策》第4条(a)规定的第三个条件。

5、裁决


综上所述，专家组认为，本案投诉符合《政策》第4条(a)规定的三个条件，即“被投诉人域名与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”、“被投诉人对该域名并不享有权利或合法利益”以及“被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意”。

因此，根据《政策》和《规则》的相关规定，专家组裁决，支持投诉人的主张，将争议域名“紫檀宫.com”、“zitangong.com”转移给投诉人北京中国紫檀博物馆。

首席专家：

专 家：薛虹

专 家：

二〇一〇年十二月二十一日