



ASIAN DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION CENTRE

— A charitable institution limited by guarantee registered in Hong Kong

(Hong Kong Office)

行政专家组裁决

案件编号：HKcc - 0800009

投 诉 人：Wal-Mart Stores, Inc.
沃尔玛 (中国) 投资有限公司

被投诉人：Liuhui

争议域名：walmart.cc

注 册 商：BIZCN.COM, INC.

1、案件程序

本案投诉人是 Wal-Mart Stores, Inc. (第一投诉人), 地址为: 702 S.W. 8th Street, Bentonville Arkansas 72716 – 0520, United States of America ; 沃尔玛 (中国) 投资有限公司 (第二投诉人, 以下与第一投诉人共称投诉人), 地址为: 中国广东省深圳市福田区农林路 69 号深国投广场 3 号楼 12 层(邮编:518040)。投诉人委托代理人为 Sebastian Hughes, 地址为香港中环康乐广场 8 号交易广场 2 期 34 楼。

本案被投诉人为 Liuhui, 地址不详; 电子邮箱为 mailfine@21cn.com。

本案争议的域名是 walmart.cc (“争议域名”)。

争议域名的注册商是 BIZCN.COM, INC.。

亚洲域名争议解决中心香港秘书处(“中心香港秘书处”)于 2008 年 9 月 3 日收到投诉人根据互联网名称与数码分配联合会(ICANN)实施的《统一域名争议解决政策》(《政策》)、《统一域名争议解决政策之规则》(《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》(《补充规则》)提交的英文投诉书, 要求指定一位专家组成行政专家组, 审理本案域名争议。

2008年9月5日，中心香港秘书处向投诉人发出确认通知，确认收到投诉书，并请注册商确认注册信息。2008年10月6日，注册商回复确认注册信息。

2008年10月13日，中心香港秘书处要求投诉人提供中文投诉书，并于2008年10月23日收到投诉人提交的中文投诉书。

2008年10月23日，中心香港秘书处向被投诉人发出程序开始通知，送达投诉书及附件材料，并说明被投诉人应当按照《规则》及《补充规则》的要求提交答辩书。同时，中心香港秘书处向投诉人发出投诉书确认及送达通知；并通知 ICANN 和注册商。

2008年11月11日，中心香港秘书处收到“段志卿”署名的答辩书，并于当日向投诉人发出《确认收到答辩书通知》。

2008年12月9日，中心香港秘书处向迟少杰先生发出列为候选专家通知。后者于同日回复同意接受指定，并按照规定做出公正性和独立性声明。

2008年12月9日，中心香港秘书处正式指定迟少杰先生为独任专家，审理本案争议；并告知独任专家组，应按照《规则》第6(f)条和第15(b)规定，在2008年12月23日前将裁决通知中心香港秘书处。

专家组认为，其组成符合《政策》和《规则》的规定，并根据《规则》第11(a)条规定，以及争议当事人提交的文件使用的语言，决定采用中文作为本案程序语言。

2008年12月9日，中心香港秘书处将争议双方提交的全部书面材料，及相关程序文件，转交专家组。

2、基本事实

本案投诉人为“Wal-Mart Stores, Inc.”和“沃尔玛(中国)投资有限公司”。争议域名为“walmart.cc”。投诉人的注册商标为“Wal-Mart”。中心香港秘书处于2008年11月11日收到“段志卿”署名的答辩书。“段志卿”在答辩书中称：“争议域名 walmart.cc 于2006年4月10日段志卿以英文名 liuhui 注册，至今已有两年来时间。”专家组注意到，争议域名注册信息显示的“注册人”为“liuhui”。故，本案争议被投诉人应为注册信息显示的“liuhui”。中心香港秘书处在符合程序规定的送达后，收到前述答辩书；故，应将该答辩视为被投诉人“liuhui”的答辩，并作为专家组阐述相关意见的依据。

3、当事人主张

投诉人主张：

投诉人第一家“沃尔玛”百货店于 1962 年在美国开业；至尽已在全球设立 6800 多家超市、会员店等；雇员总数高达 190 多万人。2007-2008 美国财政年度，投诉人全球销售总额超过 3740 亿美元。多年来，投诉人一直名列财富 500 强之首（2006 年名列第二）。每周有超过 1.8 亿人光顾“沃尔玛”商店；足见其在全球范围内的影响力。

投诉人 1996 年在中国深圳开设第一家“沃尔玛”百货店；目前在中国大陆已设立 99 家超级购物广场、3 家会员店、2 家社区店和 101 家好又多超市；雇员总数达 83000 人。这些商店销售货物中，至少 95% 采购自中国供应商。自 1996 年以来，投诉人已从 1500 多家中国供应商采购货物。此外，投诉人还通过位于深圳的“沃尔玛”全球采购中心，为设立在其他国家或地区的“沃尔玛”商店，采购大量商品；直接出口额超过 90 亿美元。投诉人还通过中国的第三方供应商出口价值 90 亿美元的商品。

投诉人在全球 95 个国家或地区注册“WAL-MART / 沃尔玛”商标，以及许多包含前述商标的域名。在中国，投诉人已就 45 种国际门类的商品和服务的每一种类，注册前述商标。

毫无疑问，争议域名的主要识别部分与投诉人注册商标相同；且被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法利益。投诉人 2008 年 9 月 3 日键入争议域名的统一资源地址 www.walmart.cc 后，发现该网站销售手表，与投诉人从事的该项业务相同，从而足以造成消费者混淆；显示被投诉人注册争议域名为获取不当利益之目的。

鉴于上述事实，投诉人认为已满足《政策》有关请求转移争议域名的三个基本条件，并据此请求专家组裁决被投诉人将争议域名转移给投诉人。

被投诉人抗辩主张：

被投诉人承认“walmart”是投诉人的注册商标；且争议域名 walmart.cc 与投诉人注册商标有近似性，只相差.cc。但被投诉人认为，对争议域名享有合法权益，且注册和使用争议域名均无恶意。因为，被投诉人根据《中国互联网络信息中心注册实施细则》注册争议域名，并有 CNNIC 颁发的证书。被投诉人注册争议域名之前，从不知道 WAL-MART 公司在中国的影响，注册纯属巧合。被投诉人合理使用争议域名，且经过长期使用已广为人知。此外，注册信息并非不完整，地址、邮箱、电话都是有效的。争议域名指向的网站，与 walmart.com 没有竞争关系，也未玷污投诉人商标。既然投诉

人提出投诉并请求裁决转移争议域名，被投诉人同意，但要求 10 万美元补偿费。

4、专家意见

根据被投诉人与注册商之间的注册协议，被投诉人在申请注册时，同意受《政策》的约束。因此，《政策》适用于本项行政程序。《政策》第 4 条规定了强制性域名争议解决程序。根据《政策》第 4(a)条规定，投诉人投诉获得专家组支持的前提是，必须证明以下三个条件均已满足：

- (i) 被投诉人注册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) 被投诉人对争议域名并不享有权利或合法权益；且
- (iii) 被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

争议双方就上述三个条件分别阐述相关意见，并提交相应证据。专家组依据当事人主张及相关证据，就此阐述如下意见：

关于完全相同或混淆性相似

依据《政策》第 4 (a) 条规定，投诉人需要证明的是，被投诉人注册的争议域名，与投诉人享有权利的商品商标或服务商标相同，或者具有足以造成他人混淆的近似性。依照对该条规定的理解，专家组认为，投诉人只要证明前述“相同”或“混淆性近似”二种情况之一，即满足《政策》规定的该项条件。

投诉人主张的注册商标为“WAL-MART”。争议域名为“walmart.cc”。投诉人主张，争议域名与其注册商标相同。被投诉人在其 2008 年 11 月 11 日提交之《根据〈统一域名争议解决政策〉之答辩》(以下简称答辩书)中承认，“A、被投诉人承认 walmart 为投诉人的商标；B、承认 walmart.cc 与投诉人的商标有近似性，只相差.cc。”专家组认为，既然争议双方至少对争议域名是否与投诉人注册商标相近似并无分歧，那么专家组无须就此做任何评述。但被投诉人并未就“近似”是否足以导致他人混淆，发表意见。为此，专家组有必要对此阐述意见。

(1) 专家组认为，争议域名中的“walmart”，与投诉人据以主张权利的注册商标“WAL-MART”之间，仅差一个连字符“-”(拉丁文字母大小写不会对文字产生差异)；而

该因素对网络使用者识别域名主体，并无实质性意义。因此，应当认定二者完全相同。争议域名后缀“.cc”一般则代表域名注册者的法律性质、地域、域名级别等因素，为注册域名所必需之因素。既然争议域名主要识别部分与投诉人注册商标完全相同，那么，专家组可以据此认定争议域名与投诉人享有权利的商品商标和服务商标相同，并据此认定投诉人满足《政策》要求的第一个条件。

(2) 如上所述，被投诉人至少认同争议域名与投诉人注册商标近似；且承认二者之间差别仅在争议域名后缀“.cc”。如上所述，注册域名的后缀，对网络使用者识别争议域名主体，不具有实质意义。既然争议域名主要识别部分与投诉人主张权利的注册商标相同，既然争议域名后缀对网络使用者识别争议域名主体，不具有实质意义，那么，认定其结果导致网络使用者将争议域名使用者与投诉人混淆，应当符合一般逻辑推论，且应当能够得到更多人的赞同。鉴于《政策》并未要求投诉人必须证明前述“混淆性”的事实。因此，专家组需要判断的是“近似性产生混淆的可能性”。而如此判断，更多基于专家组居于争议双方对立之中间立场产生的主观认识；以及对该认识是否能够得到多数人认可的判断。

基于上述两点意见，专家组具有充足依据，认定投诉人满足《政策》规定的第一个条件。

关于被投诉人权利或合法利益

按照《政策》第4(a)条规定，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利益。就此而言，举证责任应由投诉人承担。但投诉人一般很难就其认为实际不存在的事实举证。因而，专家组更加关注被投诉人就此争议点提出的抗辩。审理实践中，投诉人常常从正面证明自己享有权利或合法利益。因此，专家组从这两方面对本争议点进行认定。

投诉人主张最早使用“WLA-MART”名称开设商店，是在上世纪六十年代，且在全世界范围内注册和使用“WAL-MART”商标，和许多使用“WAL-MART”为主要识别部分的域名；并在全球范围内获取极高的知名度。为证明前述事实，投诉人提交大量证据。被投诉人没有对投诉人前述主张及证据，做出任何否定的表示。专家组根据投诉人证据，认定投诉人主张的事实，并据此认定，投诉人在争议域名注册之前相当长时期，即对“WAL-MART”标识享有充分的权利及合法利益。

被投诉人认为自己享有权利或合法利益的主要理由是，按照程序注册争议域名并获取CNNIC颁发的证书。专家组不能认同被投诉人该项抗辩。主要理由为：

(1) 被投诉人认为只要按照规定程序注册，即可对争议域名享有权利或者合法权益，缺乏法律依据。例如，在中国，在先申请专利并获授权的人，为专利权人，享有排斥他人未经许可实施专利的权利。因为，中国专利法适用的是“先申请原则”，且明确规定在先申请并获授权的，为专利权人。而在美国，在先做出发明的人，有权申请或获取专利。因为，美国专利法适用的是“先发明原则”。按照美国法律规定，他人要获取申请美国专利的资格，必须从发明人受让相应客体。这说明，以什么样的方式主张权利，必须具有法律依据。被投诉人主张通过注册对争议域名享有权利，但未援引足以使专家组支持其主张的法律规定。

(2) 按照规定程序注册域名，是注册人必须遵守的；否则不可能获得注册。而域名注册管理机构不对注册者是否为注册域名的真实权利人，做任何实质性审查；而是将可能就相应注册行为发生的争议，交由争议解决机构处理，并就此做出争议解决的程序和实体规定。专家组就是根据 ICANN 制定的《政策》、《规则》，以及亚洲域名争议解决中心制定的《补充规则》，审理投诉人就争议域名提出的投诉。如果只要注册并获取相应证书就对注册域名享有权利，那么 ICANN 则无必要为解决域名争议制定《政策》等文件。

(3) 投诉人据以主张权利的《顶级国际域名证书》明确注明：“因本证书中所列域名之注册或使用而可能引发与任何第三人之纠纷或冲突，均由该域名注册人本人承担。”显然，该证书不具有任何排他法律效力。就是说，专家组不能依照该证书，认定被投诉人主张的权利。

综上，一方面投诉人主张并证明，对争议域名的主要识别元素“WALMART”，享有注册商标专用权、商号权和域名权。另一方面，被投诉人无法证明对“WALMART”享有任何权利或合法权益。据此，专家组认定，被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益；并进而认定投诉人满足《政策》规定请求转移争议域名的第二个实体条件。

关于恶意

根据《政策》第 4(a) 条规定，投诉人需要证明的第三个争议事实是，被投诉人注册和使用域名具有恶意。

投诉人主张，被投诉人注册和使用争议域名具有故意误导消费者混淆的明显恶意，并提交争议域名使用状态之证据。被投诉人则主张，注册争议域名完全出于巧合；注册争议域名之前，并不知道 WALMART 公司的存在；一直以合理方式使用争议域名，并经长时间推广使之广为人知；注册信息是完整的；域名指向的网站没有与 walmart.com

有误导及玷污投诉人商标。专家组就此阐述如下意见

(1) 被投诉人主张“注册 walmart.cc 之前并不知道 walmar (专家组注, 原文如此) 公司的存在及在中国的影响”,“注册 walmart.cc 完全属于巧合”。被投诉人首先解释其注册“walmart.cc”的原意为“威尔士商城”,后因中文的读音方便,将中文改为“威尔斯曼配件城”。其后,被投诉人又以相当多的篇幅,讲述如何从“小山村到广州的经历”,旨在使专家组相信其“因条件有限而不可能知道 WAL-MART 的知名度”。专家组认为被投诉人解释“牵强附会且自相矛盾”。

从逻辑上理解,既然被投诉人自诩“来自小山村”,那么如何知道什么是“Wales”和“Mart”这个恐怕连具有一般英文水平的人都不太清楚的单词?尽管投诉人没有详细解释为什么在上世纪六十年代时就取名为“WAL-MART”,但专家组相信其自有道理。因为,尽管现在的英汉字典可以查到“MART”具有“商业中心”之类的意思,但很少有人了解作为世界第一大经济实体的投诉人,为什么叫“WAL-MART”。显然,这是一个一般字典上无法查到的文字。如果倒退十几年,中国大陆懂英文的人中,恐怕很少有人知道什么是“MART”。当时,如果讲 SHOP、DEPARTMENT STORE 等,熟悉英文的人知道它们指的是购买东西的地方。事实上,“MART”与 SHOP 或 DEPARTMENT STORE,有着很大的差别。而对于如此差别,就连具有相当文化水平的“大城市人”,都难以讲清楚;而“来自小山村”的被投诉人,又是如何“完全属于巧合”地想到将“MART”,与一个远在他乡的“WALES”联系在一起。至少被投诉人目前的解释,无法使专家组相信其合理性。

(2) 无法使专家组相信被投诉人“完全属于巧合”主张的另外一个理由是,即使“来自小山村”的被投诉人懂得注册“顶级域名”的“实际意义”,甚至可以讲“实际价值”,那么从符合一般逻辑思维的角度分析,其首先应当考虑注册“walmart.com”而非“walmart.cc”。一般人不太清楚,“.cc”是“COCOS (科科斯群岛)”的顶级域名。鉴于其与“commercial company”之缩写“cc”相同,因而在注册人无法注册“.com”顶级域名时,注册“.cc”顶级域名取而代之。有报导称,在美国,“.cc”已成为继“.com”和“.net”之后的第三大顶级域名后缀。由此产生的逻辑思考是,被投诉人为什么注册“walmart.cc”,而没有按照通常做法先注册“walmart.com”?符合一般逻辑思维的答案只能是,被投诉人注册之前,知道后者已经被注册,并应当知道谁注册该域名。

(3) 被投诉人主张,其注册争议域名时提供的信息“并非不完整”;但同时主张其中文名称为“段志卿”,而以其“英文名称 liuhui 注册”。然而,根据争议域名注册商确认的信息,被投诉人注册争议域名时,并未提供“一般善意注册人应当提供的”完整信息。特别是,被投诉人声称的英文名称“liuhui”,显然不是安格鲁-撒克逊民族通常使用的名字;其更像中国人的名称(而非“段志卿”的汉语拼音)。专家组的简单逻辑思考是,如果被

投诉人真的不知道投诉人的影响力，而是出于“完全属于巧合”并具有“善意”，那么，为什么不正当使用自己中文名称的汉语拼音注册争议域名，而特意使用其声称的“英文名称 liuhui”进行注册？

(4) 尽管专家组缺乏事实依据，认定被投诉人注册争议域名前知道投诉人在中国的影响力，但这并不重要。因为，要投诉人证明发生于具有 13 亿人口国家的某一自然人身上的事实，应当十分困难。之所以如此，专家组在缺乏直接证据做出正面认定情况下，更加关注对被投诉人抗辩的分析。被投诉人抗辩得到专家组认同的重要支点是，或有充足的直接证据；或抗辩至少在逻辑上不存在明显瑕疵。就前者而言，被投诉人没有证据使专家组支持其主张。就后者而言，其抗辩存在上述明显的逻辑矛盾。既然如此，专家组认定，被投诉人注册争议域名具有恶意，应当符合或者至少更加接近客观事实。特别是，专家组上述已认定争议域名与投诉人享有权利的商标相同，且被投诉人对争议域名不享有权利或者合法权益。这些都应成为专家组认定被投诉人注册恶意的依据。再者，专家组下述有关对被投诉人使用恶意的认定，进一步支持对其注册恶意的认定。

(5) 投诉人提交证据证明争议域名使用状况。被投诉人对其使用方式进行解释，并提交大量证据证明争议域名被访问情况。被投诉人主张，“经过长达两年的努力，网站已广为人知，共有来自其它 185 个地区或国家和地区有过访问，访问量达到 21823 个，每天平均至少有 50 多个点击率。同时还被 google/yahoo/baidu/msn 等大型搜索平台收录，此域名已广为人知了。”专家组对此主张的认识是，尽管被投诉人主张“注册争议域名前不了解投诉人的存在及在中国的影响力”，但投诉人以大量证据证明其在全球范围内的影响力。被投诉人有关“点击率”的主张，恰恰证明其误导公众的事实。因为，被投诉人并未主张，更未以证据证明，来自 185 个国家或地区的“点击”争议域名的人，“与被投诉人一样不知道投诉人的存在及在全球范围内的影响力”。合乎逻辑的结论应当是，来自 185 个国家或地区的“点访问者”，可能是因为对投诉人影响力的了解，而“点击”争议域名。一个重要的依据是，被投诉人在主张“每天平均至少 50 多个点击率”时，并没有提交任何证据使专家组相信，其中有任何是将争议域名与其注册人“liuhui”联系在一起的。道理很简单，当来自 185 个国家或地区的访问者见到“walmart.cc”域名时，他们将其与投诉人“WAL-MART”联系在一起的概率，大大超过将其与“liuhui”联系起来的可能性。至少，被投诉人没有任何证据，可以使专家组认定后一种情况是事实。从“动机”与“效果”一致性角度讲，专家组上述认定被投诉人注册恶意，与对其使用争议域名“效果”的认定，应当具有明显的一致性。根据《政策》第 4 条第 b 款第 (iv) 项规定，被投诉人对争议域名的使用事实（误导网络使用者），构成认定其注册和使用恶意的依据。

(6) 被投诉人认为，与投诉人之间没有任何竞争关系。因为二者消费群体、销售数量、产品品牌、产品款式等均不同。专家组认为，本案争议双方之间是否存在竞争关

系，并非审理本案实体争议必须认定之因素。就投诉人是否满足《政策》规定的第三个条件而言，专家组需要认定的，是“被投诉人注册或者使用恶意”。专家组审理本案争议具有行政程序法律意义。其核心是，专家组依据争议双方申、辩主张及证据，做出判断，究竟哪一方当事人持有争议域名更加合理，且更加有利于保护网络使用者的合法权益。如上所述，专家组认定被投诉人注册争议域名具有恶意，且无任何证据证明，其出于“善意”使用争议域名。更重要的是，被投诉人认可的事实是，每天平均有 50 多个来自世界各地的访问者，点击争议域名，而又无法证明，这些访问者出于将争议域名与“liuhui”联系在一起。如果存在如此巨大的造成公众混淆的可能性，那么专家组有什么更加充足的理由认定，由被投诉人持有争议域名更加公平，且更加有利于对网络使用者合法权益的保护？

(7) 被投诉人在答辩书中表示，同意转移争议域名，并依据其主张的“知名度”，要求投诉人支付 10 万美元。投诉人是否应当支付该费用，不在本案审理范围之内。因为作为判断本案实体争议的《政策》，并未就此做出任何规定。但专家组至少注意到《政策》第 4 条第 b 款第 (i) 项规定，即注册争议域名之目的，是为向投诉人出售并“以获取直接与域名注册相关费用之外的额外收益”，可以作为认定被投诉人注册和使用争议域名之恶意的事实依据。10 万美元显然大大超过注册争议域名全部费用。被投诉人在本案提出 10 万美元之要求，无异于其在本案程序开始前提出如此要求。

基于所述理由，专家组认定，投诉人满足《政策》第 4 (a) 条所规定的第三个条件；并进而认定投诉人请求转移争议域名的全部实体条件均已满足。

5、裁决

依照专家组适用《政策》第 4 (a) 条针对争议双方主张、抗辩及相关证据所阐述的意见，专家组认定：

(1) 争议域名“walmart.cct”，将投诉人拥有权利的注册商标“WAL-MART”作为识别部分，从而与投诉人注册商标相同，或者至少且足以造成网络使用者混淆的近似性；

(2) 被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法权益；

(3) 被投诉人对争议域名的注册和使用均具有恶意。

据此，专家组依据《政策》第 4 (i) 条和《规则》第 15 条规定，裁决被投诉人将其注册的争议域名“walmart.cc”，转移给投诉人。

独任专家：迟少杰

(签字)

二〇〇八年十二月十九日