



Asian Domain Name Dispute Resolution Centre

hongkong

(香港秘书处)

## 行政专家组裁决

---

案件编号：	HK-2001375
投诉人：	烟台张裕集团有限公司
被投诉人：	王朋
争议域名：	<changyu.com>

---

### 1. 当事人及争议域名

本案投诉人为烟台张裕集团有限公司, 地址为山东省烟台市芝罘区大马路 56 号。

被投诉人为王朋, 地址为广东省广州市龙口西路 1 号。

争议域名为<changyu.com>,由被投诉人通过厦门易名科技股份有限公司注册, 地址为: 福建省厦门软件园望海路 19 号楼之三 603。

### 2. 案件程序

2020年7月21日, 投诉人根据1999年10月24日生效实施的《统一域名争议解决政策》(“《政策》”), 和由ICANN董事会于2013年9月28日批准的《统一域名争议解决政策之规则》(“《规则》”), 及自2015年7月31日起生效的《ADNDRC关于统一域名争议解决政策之补充规则》(“《补充规则》”)的规定, 向亚洲域名争议解决中心香港秘书处(“中心香港秘书处”)提交中文投诉书。投诉人要求选择一人专家组审理本案。

2020年7月21日, 中心香港秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知, 确认收到投诉人的投诉书和案件费用, 并表示中心香港秘书处将根据《政策》、《规则》以及《补充规则》的规定对投诉书予以形式审查。

中心香港秘书处分别于2020年7月21日、8月11日、8月16日和8月26日通知争议域名注册服务机构, 并请求提供其WHOIS数据库中有案争议域名的信息。上述邮件同时抄送给互联网名称与数字地址分配机构(ICANN)。

2020年9月7日, 争议域名注册服务机构以电邮回复中心香港秘书处, 确认本案争议域名是由其提供注册服务并提供了WHOIS信息, 确认“王明”是争议域名的注册人或持有人, 以及注册协议所使用的语言是中文; 争议域名注册时间为2015年11月28

日。该机构同时确认争议域名已根据《政策》第8条的规定被锁定而且不会在域名争议解决期间或程序结束后15个工作日内转移至其他持有人或注册商。

2020年9月8日，中心香港秘书处向投诉人发出要求修正投诉书通知，并要求投诉人根据争议域名注册服务机构提供的资料将相关投诉书进行完善修改。2020年9月9日，投诉人提交根据中心要求修改的投诉书。

2020年9月9日，中心香港秘书处确认在规定期限内收到了投诉人提交的更改后的投诉书。次日，中心香港秘书处向被投诉人发送了域名投诉通知，并要求被投诉人在20天之内，即于2020年9月30日或之前提交答辩书。2020年9月28日，被投诉人提交答辩书。

2020年9月30日，中心香港秘书处确认在规定期限内收到了被投诉人提交的答辩书。该邮件抄送给投诉人。

2020年10月5日，中心香港秘书处向双方当事人及樊堃教授传送专家确定通知，指定樊堃教授为本案独任专家，成立独任专家组，审理本案。

### 3. 事实背景

本案投诉人为烟台张裕集团有限公司地址是山东省烟台市芝罘区大马路 56 号。投诉人指定张磊为其授权代理人，其联络地址是成都市高新区天府三街 199 号太平洋保险金融大厦 A/B 区 9 层。

被投诉人为王朋，地址是广东省广州市龙口西路 1 号，其于 2015 年 11 月 28 日向厦门易名科技股份有限公司申请注册了本案争议域名<changyu.com>。

### 4. 当事人主张

#### A. 投诉人

投诉人的主张如下：

根据《ICANN 统一域名争议解决政策》第 4(a)条规定，投诉人在行政程序中必须举证证明以下三种情形同时具备：

#### (i) 争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆；且

投诉人始建于 1892 年，其前身是张裕酿酒公司，晚清时期直隶总督兼北洋水师统帅李鸿章和武英殿大学士王文韶亲自签批了该公司营业准照，光绪皇帝（爱新觉罗·载湉）的老师、时任户部尚书、军机大臣翁同和亲笔为公司题写了厂名。“张裕”二字，冠以张姓，取昌裕兴隆之意，且之对应的英译名称“CHANGYU”是 19 世纪末的国际翻译习惯，该英译名称一直沿用至今（因 20 世纪初拍摄器材条件限制，附上目前较为清楚能反映出“CHANGYU”商标的图片，投诉书附件 7：上世纪 30 年代张裕“解百纳”商标使用产品标签实图以及产品实图）。投诉人自创立以来一直以生产

各种名优葡萄酒而驰誉海内外，1912年，孙中山先生为张裕题词“品重醴泉”；1915年，投诉人旗下4款商品，张裕可雅白兰地、红玫瑰葡萄酒、琼瑶浆（味美思）和雷司令白葡萄酒四款产品获得巴拿马万国博览会金奖；1932年，国民革命军将领张学良为投诉人题写“圭顿贻谋”；1954年，周恩来总理在日内瓦会议上用张裕白兰地宴请国际政要，成就了“白兰地外交”佳话；1962年，张裕葡萄酒成为第三届政治协商会议宴会用酒；1992年，投诉人百年大庆期间，江泽民总书记为投诉人题词“沧浪欲有诗味，酝酿才能芬芳”；1993年，投诉人商标“张裕”被国家工商总局认定为中国驰名商标；2005年，国民党名誉主席连战参观投诉人公司并题词“我醉君复乐，陶然共忘机”；同年，在SAWA2005年度“亚洲最佳酒类”评选会上，张裕解百纳干红在红葡萄酒系列位居榜首；早在1987年的第25届布鲁塞尔世界优质产品评选会上，张裕解百纳干红获金奖；2006年，“张裕”商标进入中国最具价值驰名商标十强，公司入选全国首批中华老字号企业；2008年，法国国际食品和饮料展览会(SIAL)国际葡萄酒及烈酒评酒会评出全球葡萄酒“TOPBrand（顶级品牌）”，来法国、美国、澳大利亚等国的30个品牌入选，张裕解百纳也跻身其中，成为亚洲地区的唯一代表；2010年，在全球饮料市场调查机构佳纳地亚(Canadean)公布的年度报告中，投诉人跻身“全球葡萄酒企业4强”；2011年，张裕黄金冰谷冰酒酒庄金钻级威代尔冰酒获得由世界权威葡萄酒杂志《品醇客》(Decanter)举办的DWWA世界葡萄酒大赛甜白葡萄酒奖；2017年，张裕醉诗仙干白葡萄酒荣获布鲁塞尔国际评酒大赛银奖等（**投诉书附件8：部分荣誉以及政要题词**）。

综合上述信息，可见，投诉人及其品牌自创立以来，获得广泛关注，历经一百多年的稳健经营与发展已积累了极高的知名度与影响力。争议域名“changyu.com”除去后缀“.com”，其主要识别部分与投诉人英文商标完全一致，投诉人注意到，“CHANGYU”商标若用拼音的方式理解，容易对应上汉语词汇“鲳鱼”、“场域”等名词，考虑到被投诉人可能会基于这一点对我方进行攻击的潜在风险，投诉人认为有必要将整体事实予以陈述，前文已述，“张裕”二字，冠以张姓，取昌裕兴隆之意，且之对应的英译名称“CHANGYU”是19世纪末的国际翻译习惯，投诉人创始时间正值中国儒家文化与西方文化激烈碰撞的“洋务运动”时期，英文商标“CHANGYU”的使用时间早于《汉语拼音方案》实施时间半个世纪，在晚清、民国时期，中文商标“张裕”对应的英文翻译“CHANGYU”是国际翻译习惯，其与建国后实施的《汉语拼音方案》在本质上是不同维度的，比如青岛的英文翻译为“Tsingtao”、北京的英文翻译为“Peking”；且就投诉人于20世纪初起使用“CHANGYU”作为商标至今的基本事实（**投诉书附件7**），以及在葡萄酒行业所取得的成就而言，投诉人对其商品的使用并非仅限于中文地区，投诉人自上世纪初产品问世以来便销往全球各地（**投诉书附件9：中国葡萄酒首次销往海外，附历史图片**），投诉人认为本案应遵照历史，以国际通用语言英语翻译习惯作为判断依据，投诉人认为建国后的《汉语拼音方案》不适用于本案，并且投诉人注意到，争议域名“changyu.com”正在出售，其出售页面明确标注了“张裕葡萄酒”（**投诉书附件10：争议域名出售页面**），因此被投诉人实质上承认其所注册的争议域名主要识别部分“changyu”对应投诉人的商标“CHANGYU”，且与投诉人的注册商标相同。同时基于投诉人在葡萄酒行业的全球知名度以及影响力，投诉人认为“张裕”、“CHANGYU”商标已经同投诉人建立唯一对应关系，争议域名易引起消费者的混淆。

同时，投诉人分别在1998年4月8日、2003年3月17日申请了“changyu.com.cn”、“changyu.cn”并一直作为官网使用至今（**投诉书附件11：官网whois信息**），投诉人认为：争议域名“changyu.com”目前指向的出售页面显示“张

裕葡萄酒”，且投诉人官网域名与争议域名仅后缀不同，域名的主要识别部分完全一致，在此种情况下，容易引起消费者混淆。

(ii) 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法利益；且

投诉人以本案被投诉人“王朋”的名义在中国商标局的官方网站上进行查询，未查询到被投诉人名下有商标。据投诉人反馈，投诉人从未直接或间接授权被投诉人以任何形式使用“张裕”、“CHANGYU”商标及域名。

投诉人抢注且出售域名的行为，本身就不构成善意使用；被投诉人的名称为“王朋”，显然其不可能就“张裕”、“CHANGYU”享有相关的姓名权。

投诉人认为，投诉人的英文商标“CHANGYU”的使用时间早于《汉语拼音方案》实施时间半个世纪，且就投诉人于 19 世纪末使用“CHANGYU”作为商标至今的基本事实，以及在葡萄酒行业所取得的成就而言，投诉人对其商品的使用并非仅限于中文地区，投诉人的国际化程度非常高，本案应遵照历史以国际通用语言英语翻译习惯作为判断依据，投诉人认为建国后的《汉语拼音方案》不适用于本案，且争议域名出售页面明确标注了“张裕葡萄酒”，被投诉人实质上承认其所注册的争议域名主要识别部分“changyu”对应投诉人的商标“CHANGYU”，因此，投诉人认为争议域名“changyu.com”的主要识别部分“changyu”不对应汉语拼音中对应的汉语中文词汇，被投诉人不能以此为由证明其就争议域名享受合法权益。

综上所述，被投诉人对域名不享有任何合法权益。

(iii) 被投诉人的域名已被恶意注册并且正被恶意使用。

投诉人认为，争议域名“changyu.com”注册时间为 2015-11-28，远远晚于投诉人使用和申请“张裕”、“CHANGYU”商标的时间。在投诉人商标具有强显著性和知名度的情况下，争议域名与其耦合的几率几乎没有，并且考虑到被投诉人申请争议域名的目的用于高价出售，争议域名出售页面明确标注了“张裕葡萄酒”，被投诉人实质上承认其所注册的争议域名主要识别部分“changyu”对应投诉人的商标“CHANGYU”，因此，被投诉人在知道或应当知道投诉人商标的情况下，申请域名的行为存在恶意，仅就上述情况，投诉人认为被投诉人申请域名的行为适用《政策》第 4 条第 b 款规定，即认定争议域名被“恶意注册”的事实。

被投诉人注册争议域名并公开售卖，且被投诉人目前指向的网站售卖页面在其显著位置标注有“张裕葡萄酒”字样（见附件 10），被投诉人明知投诉人拥有的“张裕”、“CHANGYU”商标，却故意注册与之混淆性近似的争议域名，以明显高于争议域名注册费用的价格 388000 元人民币向包括投诉人在内的公众出售该争议域名。投诉人认为，被投诉人对争议域名“changyu.com”的使用存在恶意，满足政策 4b(i) 一些情况表明，你方已注册域名或已获得域名，主要用于向投诉人（商标或服务标记的所有者）或该投诉人的竞争对手销售、租赁或转让该域名注册，以获得比你方所记录的与域名直接相关之现款支付成本的等价回报还要高的收益。针对被投诉人答辩书提出的对于附件 10 真实性的争议，投诉人于 2020 年 10 月 10 日提交了通过 domaintools 工具提供的补充截图，以证实该附件材料的真实性以及答辩人 2016 年购买域名的动机。

综上所述，投诉人主张，争议域名的主要识别部分与投诉人的“张裕”、“CHANGYU”商标极其相似，足以造成消费者的混淆；被投诉人对争议域名不享有

合法权益；且被投诉人对争议域名的注册或使用具有恶意。被投诉人的行为已经严重侵犯了投诉人的合法的权益。根据相关规定，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“changyu.com”应转移给投诉人。

## B. 被投诉人

被投诉人的主张如下：

根据《ICANN 统一域名争议解决政策》第 4(a)条规定，投诉人在行政程序中必须举证证明以下三种情形同时具备：

- (iii) 争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆；且

《汉语拼音法案》肯定且必须用于本案作为主要依据，而威妥玛式拼音方案只能作为参考；“changyu”商标与投诉人不能建立唯一对应关系。

第一，清朝末年诞生了一批汉字拼音注解方案，其中包括威妥玛式拼音法。但威式拼音一直未能成为政府认定的法定拼音法案，1958年《汉语拼音法案》的全面推行，使得“张裕”商标在国内的拼音写法越来越不为公众所知。1982年，国际标准化组织（ISO）决定采用《汉语拼音法案》作为拼写法的国际标准。港、台、新等华人国家和地区于近年也陆续以《汉语拼音法案》为标准进行教学和推广。所以在国际上，威式拼音越来越小众化。

第二，即使在“威式拼音”概念下，“changyu”也非投诉人独创和独占。“changyu”还对应多个公知公认字词，如“章鱼”、“张钰”、“张宇”、“张瑜”……

第三，《汉语拼音法案》下“changyu”的含义对应多个公知公认字词，如“鲳鱼、场域、常宇、长屿、长宇、常玉、长鱼……”。对应“张裕”的拼音是“zhangyu”。从大陆最流行的智能拼音输入法“搜狗拼音输入法”也可佐证：输入拼音“changyu”后提示栏里并没有“张裕”。（答辩书附件 2）。

经查询中国商标网，“CHANGYU”对应“江苏江宇动力机械有限公司”、“濮阳市昌誉石油树脂有限公司”、“浙江长裕珍珠有限公司”、“烟台张裕集团有限公司”等（答辩书附件 3.1~3.5）。“changyu”与投诉人不能建立唯一对应关系。

脱离历史和现实因素，无视公众或潜在消费者认知基础，是违背商标法基础原则的。因此，被投诉人认为，威妥玛式拼音只能作为参考，而《汉语拼音法案》于本案宜作为主要依据。

从知名搜索引擎提供的大数据也可佐证：（答辩书附件 4）。以 2019.9~2020.9 最新一年的数据可以看出，“张裕”每日的关注指数均值为 212，“zhangyu”的均值为 275，而“changyu”为 0。长达一年的关注度为 0 意味着一整年都没有人搜索“changyu”。以这种关注度，何来混淆可谈呢？

且，changyu.com 网站自始至终未悬挂与投诉人业务相似或相同的商品及广告，因此从业务上未对消费者造成混淆。被投诉人因为从事网络游戏行业，和投诉人不存在业务相似性，不属于密切经营业务联系的经营者，因此不可能对红酒类商品或服务产生知名度、显著性认知及混淆的可能性。

综上所述，被投诉人认为“changyu”与投诉人不唯一对应；且从大数据“0”关注度的表现，网站内容与红酒行业无关联（答辩书附件 5），以及被投诉人所从事行业等综合论证，被投诉人认为，争议域名与投诉人拥有的商标虽然相同或极其相似，但并不引起混淆。

(ii) 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法利益；且

在国际上，域名“先注先得”是通行惯例，并没有就商标权、姓名权进行前置审核。就抢注、购买本身来说，既不违法，也符合国际惯例。近年随着商标法的不断完善，反淡化条款的推出，增强了对驰名商标延伸到互联网的保护。但“changyu”在国内外没有驰名商标认证，且被多家公司注册持有，没有唯一归属权。因此本案域名应享受“先注先得”国际准则的保护，只要被投诉人是出于善意目的注册和使用，通过合法渠道购买本案域名，即可对该域名享有完整的权利和合法利益。

(iii) 被投诉人的域名已被恶意注册并且正被恶意使用。

首先，2015-11-28”是上一任域名持有人注册本案域名的时间，“2016-8-4”是被投诉人购买本案域名的时间（答辩书附件 6）。在 2016-8-4 之前，本案域名一直处于公开出售状态，然而投诉人并未通过仲裁、起诉或购买等方式终止该域名的出售状态，任何潜在购买者都可以询价；其次“changyu”对应多个公知公认的汉字如“鲳鱼”，且由于被投诉人多年来一直从事网游行业，有充分理由证明被投诉人看到“changyu”不会联想到“zhangyu”乃至“张裕”。且被投诉人并没有使用本案域名对任何持有“changyu”商标的公司做出干扰其正常商业活动的恶意行为（答辩书附件 5）。所以虽然域名注册时间晚于投诉人商标注册时间，但是被投诉人购买及使用本案域名依然是没有恶意的。

被投诉人没有倒买倒卖域名的习惯和交易记录，不存在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的恶意情形。被投诉人属于高价购买域名的“终端”型买家，即买是为了用不是为了炒。因此这些年虽然购买域名占用资金较多，却从未有过主动向其他买家发送出售域名的要约邀请行为。（答辩书附件 7.1~附件 7.14）。其中，附件 7.1~7.10 包含了所有年份的域名出售记录，均为 0。查询结果来源于 ename.com 域名商的会员后台“我是卖家”版块页面，ename.com 作为知名域名服务商，其后台数据可随时查询且信誉良好。附件 7.11 包含了被投诉人的所有收藏域名，附件 7.12 为被投诉人正在使用的域名。附件 7.13 是被投诉人举例购买所持域名的释义和动机。

被投诉人购买域名时对张裕的英文商标和网站域名并不知情，购买本案域名的目的是用于自己游戏公司的官网域名，不是为了高价出售。被投诉人多年以来一直从事网络游戏行业。2012-2017“广州四三九九信息科技有限公司”（主营网页游戏和手机游戏）、2017-今“广州龙族网络有限公司”（主营手机游戏）。在“四三九九”期间先后担任平台运营总监、研发项目部总监、副总裁，在“龙族网络”担任创始人，总经理。四三九九公司筹划中国 A 股创业板上市招股书 2016 版中披露，被投诉人属于公司核心人才。（答辩书附件 8.1 第 181，183，184 页，查阅王朋部分的内容）（答辩书附件 8.2、8.3 工作场景工牌等）游戏行业与红酒行业业态差异明显，无业务关联，且鲜有潜在消费者知道张裕的拼音域名不是“zhangyu”而是极其小众

的威式拼音“changyu”；因此被投诉人有充分理由证明其购买 changyu.com 域名时并无恶意。

投诉人提供证据之“附件 10”，被投诉人认为是无效证据。投诉方代理人作为专业知识产权律师，在明知电子证物需同步提供公证文件但未提供或无法提供的情况下，被投诉人有充分理由怀疑此附件是通过技术手段杜撰而得。因此投诉人由“附件 10”而衍生的一切论据都应视为无效，被投诉人请求仲裁员予以驳回。本案域名和网页内容目前处于“锁定”状态。（答辩书附件 5）。

针对投诉人提交的针对投诉书附件 10 的补充材料，被投诉人做出一下回应：

1、“domaintools”作为国外一家牟利性私营机构，其衍生内容并不可与诸如中国“公证处”等机构具备一样的法律公证效力。类似公证处等权威机构应具备如下特征：依据《中华人民共和国公证法》设立，不以营利为目的，依法独立行使公证职能、承担民事责任的证明机构。因此，被投诉人有理由认为此“补充附件”无法律效力，更无从证明投诉书附件 10 的真实性。且，补充附件与投诉书附件 10 内容并不一致，前后不能相佐，孰因孰果亦不能界定。甚至投诉书附件 10 可以推测是以所谓“补充附件”为模板而衍生的一个虚假的相似的电子文件，亦不得而知。因此，被投诉人认为投诉人前后提交的附件证明，思维混乱，论证不力，不足为据。

2、为了提高仲裁效率，我们退一步讲，就算投诉人提供的“补充附件”内容为真，亦并不能证明被投诉人的购买域名动机是为了向投诉人或其竞争对手发送高价出售邀约。举例：某人某年买了一辆车，该车辆于其后某年发生一起致死车祸，难道就可以证明其当初买车动机是为了制造这起车祸么？（购买动机和使用均在答辩正文有述）

综上所述，被投诉人主张“changyu”具备多个公知含义，从拼音到商标都非投诉人独创和独占；随着威式拼音的衰落和《汉语拼音法案》的全球推行，公众认知认为“zhang”和“chang”的发音不同，相应汉字也不相同（除“长”等个别多音字外）；搜索引擎大数据显示“changyu”近一年关注均值持续为“0”，明显低于“张裕”和“zhangyu”的；域名在使用过程中未悬挂广告，未销售投诉人或其竞争对手的产品或服务，因此被投诉人认为本案域名对“changyu”商标、“张裕”商标不构成混淆；“changyu”不是驰名商标，且为多家公司同时持有；国际上注册域名均无商标权和姓名权前置审批先例，都依循“先注先得”原则，所以投诉人通过合法渠道竞拍本案域名并对本案域名享有完全的权利和合法利益；被投诉人出于职业规划和创业计划，且因游戏行业和红酒行业的隔阂导致并不知情“changyu”还对应拥有“zhangyu”发音的“张裕”商标，完全是出于善意购买，且在使用过程中未悬挂广告，未销售投诉人或其竞争对手的产品或服务。根据相关规定，并基于上述理由，被投诉人请求本案专家组裁决：驳回投诉人仲裁申请并解锁本案域名。

## 5. 专家组意见

根据《政策》第 4(a)条规定，符合下列条件的投诉应当得到支持：

- (i) 争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆；且
- (ii) 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法利益；且
- (iii) 被投诉人的域名已被注册并且正被恶意使用。

投诉人在行政程序中必须举证证明以上三种情形同时具备。

A) 关于争议域名与投诉人享有商品商标或服务商标权利的名称或者标志相同或混淆性相似

投诉人提交的证据充分表明，投诉人早于 1989 年 6 月 17 日即在中国注册了“张裕”和“CHANGYU”系列商标。其商标注册信息如下（投诉书附件 5）。

商标	申请日期	商标号	类别	商标状态
	1989-06-17	527363	33	已获权
CHANGYU	1989-06-17	527364	33	已获权
	1989-06-17	527365	33	已获权
CHANGYU	1992-04-30	639302	32	已获权
	1996-09-23	1185044	33	已获权
	2002-11-25	3379879	33	已获权
CHANGYU	2005-11-23	5019117	33	已获权

被投诉人没有就投诉人的商标注册提出相反之证据。专家组认为，投诉人的上述商标在早于争议域名之注册日期（2015 年 11 月 28 日）前已在中国取得商标保护。



一般来说，顶级域名，包括通用顶级域名（如本案中的.com）、国家和地区代码顶级域名和新通用顶级域名，都不作为第一个条件审查的考虑范围之内，除非该顶级域名本身包含相关注册商标（参见《HKIAC 域名争议解决指南》），第 54 段）。

争议域名<changyu.com> 的主要识别部分为 “changyu”，与投诉人的注册商标完全相同。专家组认为，如果潜在客户在看到争议域名时会合理的认为争议域名是由注册商标持有者注册或与持有者有密切联系，则构成混淆性相似。在考虑是否构成混淆性相似时，专家组需综合考虑各种因素。在先享有权利的商标越显著，构成混淆的可能性越大。

本案中，投诉人主张，“张裕”二字，冠以张姓，取昌裕兴隆之意，且之对应的英译名称“CHANGYU”是 19 世纪末的国际翻译习惯。英文商标“CHANGYU”的使用时间早于《汉语拼音方案》实施时间半个世纪，在晚清、民国时期，中文商标“张裕”对应的英文翻译“CHANGYU”是国际翻译习惯，其与建国后实施的《汉语拼音方案》在本质上是不同维度的。被投诉人主张“changyu”具备多个公知含义，从拼音到商标都非投诉人独创和独占；随着威式拼音的衰落和《汉语拼音法案》的全球推行，公众认知认为“zhang”和“chang”的发音不同，相应汉字也不相同（除“长”等个别多音字外）；搜索引擎大数据显示“changyu”近一年关注均值持续为“0”，明显低于“张裕”和“zhangyu”的；因此被投诉人认为本案域名对“changyu”商标、“张裕”商标不构成混淆。

专家组认为，虽然“changyu”一词本身是个通用词汇，按照汉语拼音可以对应多个词汇，如“鲳鱼、场域、常宇、长屿、长宇、常玉、长鱼”等，但是，投诉人的“张裕”和“CHANGYU”系列商标通过长期广泛的宣传和使用，已为中国相关公众广为知晓并享有较高声誉。基于投诉人在葡萄酒行业的全球知名度以及影响力，通过投诉人的投资，“张裕”、“CHANGYU”商标已经具有第二含义，与投诉人之间产生一一对应的紧密联系，可以起到区分商品来源的作用。仅从争议域名和注册商标的文字进行比较来看，上述争议域名的主要识别部分与投诉人享有在先权利的注册商标完全一样，互联网用户可能会以为争议域名为投诉人所注册或与投诉人的经营活动相关，因而造成混淆。

此外，投诉人提供的证据表明，其分别在 1998 年 4 月 8 日、2003 年 3 月 17 日申请了<changyu.com.cn>、<changyu.cn>并一直作为官网使用至今（投诉书附件 11）。投诉人提供的证据也表明争议域名<changyu.com> 正在出售，其出售页面明确标注了“张裕葡萄酒”（投诉书附件 10 显示的 2020 年 7 月 3 日的网站截屏，以及投诉人于 2020 年 10 月 10 日提交的补充证据显示通过第三方“domaintools”搜索提供的 2018 年 3 月 30 日的截屏）。被投诉人提供的证据（答辩书附件 5）显示 2020 年 9 月 26 日的网站截屏并没有明确标注张裕葡萄酒”。被投诉人对于投诉书附件 10 和投诉人提交的补充证据的真实性提出质疑，主要理由是附件 10 没有提供公证文件，而补充证据的截屏是有“domaintools”提供，作为国外一家牟利性私营机构，其衍生内容并不可与诸如中国“公证处”等机构具备一样的法律公证效力。

专家组同意用 domaintools 工具获得的截屏内容与中国“公证处”等公证机构提供的公证文件的证明力有所区别，但是被投诉人也没有通过其他中立第三方或者中国的公证机构提供相反的证据。综合考量双方提交的证据，专家组认为投诉人通过中立第三方 domaintools 工具获取的争议域名页面的截图，其真实性可以采纳。且该证据与本案具有关联性和实质性，被投诉人在出售页面明确标注“张裕葡萄酒”的行为可以推定被投诉人在购买本案争议域名时已经知晓投诉人的商标的广泛知名度和巨大的商业价值，而不可能是基于巧合购

买了该争议域名。投诉人官网域名与争议域名仅后缀不同，域名的主要识别部分完全一致，在此种情况下，容易引起消费者混淆。

鉴于此，专家组裁定投诉人的投诉已满足了《政策》第4(a)条中的第一项。

## B) 关于被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权益

一般来说，《政策》第4(a)条中的第二项条件的举证责任应当由投诉人承担。然而，域名专家通常认为投诉人只需就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这一主张提供表面证据。如果投诉人提供了表面证据，则举证责任转向被投诉人，由被投诉人证明其享有相应权益。（参见《HKIAC 域名争议解决指南》），第71段；*Croatia Airlines d.d. v. Modern Empire Internet Ltd.*, WIPO Case No. D2003-0455；*Accor v. Eren Atesmen*, WIPO Case No. D2009-0701）。

针对第4条(a)(ii)，《政策》列举出如果专家组根据对其提供的所有证据的评估发现确实存在以下任意情况（特别是以下情况但不仅限于），则可表明被投诉人对该域名的权利或合法利益的情形如下：

- (i) 在接到有关争议的任何通知之前，被投诉人使用或有证据表明准备使用该域名或与该域名对应的名称来用于提供诚信商品或服务；或者
- (ii) 即使被投诉人未获得商标或服务标记，但被投诉人（作为个人、企业或其他组织）一直以该域名而广为人知；或者
- (iii) 被投诉人合法或合理使用该域名、不以营利为目的，不存在为商业利润而误导消费者或玷污引起争议之商标或服务标记之意图。

本案中投诉人主张：（1）投诉人从未直接或间接授权被投诉人以任何形式使用“张裕”、“CHANGYU”商标及域名；2）被投诉人的名称为“王朋”，显然其不可能就“张裕”、“CHANGYU”享有相关的姓名权；（3）争议域名出售页面明确标注了“张裕葡萄酒”，被投诉人实质上承认其所注册的争议域名主要识别部分“changyu”对应投诉人的商标“CHANGYU”，因此，投诉人认为争议域名<changyu.com>的主要识别部分“changyu”不对应汉语拼音中对应的汉语中文词汇，被投诉人不能以此为由证明其就争议域名享受合法权益。

专家组认为投诉人已就此事项提供了表面证据。在此情形下，举证责任应由被投诉人承担，比如按照《政策》第4(c)条所列举的情形进行举证，说明自己对争议域名享有合法权益。被投诉人主张：在国际上，域名“先注先得”是通行惯例，并没有就商标权、姓名权进行前置审核。就抢注、购买本身来说，既不违法，也符合国际惯例。近年随着商标法的不断完善，反淡化条款的推出，增强了对驰名商标延伸到互联网的保护。但“changyu”在国内外没有驰名商标认证，且被多家公司注册持有，没有唯一归属权。因此本案域名应享受“先注先得”国际准则的保护，只要被投诉人是出于善意目的注册和使用，通过合法渠道购买本案域名，即可对该域名享有完整的权利和合法利益。

专家组认为，购买域名本身不能赋予被投诉人对于该域名的合法权益，也不能排除投诉人的在先权利。被投诉人并未提供相应证据证明其购买该域名是用于合法目的来提供诚信的商品或服务，而不是作为出于商业利益或者其他目的来规避《政策》的托辞（参见

《WIPO 看法概要》第 3.0 版, 第 2.5.2 段)。被投诉人提供的证据也不能表明其购买域名是为了合法或合理使用该域名、不以营利为目的, 不存在为商业利润而误导消费者或玷污引起争议之商标或服务标记之意图。被投诉人提供的网站截屏本身(答辩书附件 5)也显示其并没有真正运作该网站来提供诚信的关于网络游戏的商品或服务。此外, 为了支持根据《政策》主张权利或合法权益, 在任何情况下使用有争议域名都必须不滥用第三方商标权(参见《WIPO 看法概要》第 3.0 版, 第 2.15 段)。如下文 C) 项的讨论, 被投诉人购买域名时具有明显的恶意, 这也很难证明被投诉人对争议域名享有合法权益。

专家组没有发现本案具有《政策》第 4(c)条所列明之情况, 也没有发现其他表明被投诉人具有合法权益的情况。

鉴于此, 专家组裁定投诉人的投诉已满足了《政策》第 4(a)条中的第二项条件。

### C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

《政策》第 4(b)条中列举了可以构成恶意注册和使用域名的证据:

- (i) 一些情况表明, 你方已注册域名或已获得域名, 主要用于向投诉人(商标或服务标记的所有者)或该投诉人的竞争对手销售、租赁或转让该域名注册, 以获得比你方所记录的与域名直接相关之现款支付成本的等价回报还要高的收益; 或者
- (ii) 你方已注册该域名, 其目的是防止商标或服务标记的所有者获得与标记相对应的域名, 只要你方已参与了此类行为; 或者
- (iii) 你方已注册该域名, 主要用于破坏竞争对手的业务; 或者
- (iv) 你方使用该域名是企图故意吸引互联网用户访问你方网站或其他在线网址以获得商业利益, 方法是使你方网站或网址或者该网站或网址上的产品或服务的来源、赞助商、从属关系或认可与投诉人的标记具有相似性从而使人产生混淆。

值得注意的是, 构成恶意的情形不限于以上。

在先的域名争议案件的裁决已经建立的原则是, 和投诉人毫不相关的被投诉人将和具有极高知名度的商标相同或混淆性相似的域名注册的行为本身即可推定为恶意。(参见, 《WIPO 看法概要》, 第三版, 第 3.1.4 段)。专家组认为, 标志的独创性和显著性越强, 表明与其偶合的几率越小, 而标志的知名度越高, 就说明该标志蕴含着巨大的商业价值, 他人企图抢占该域名以获取不正当利益的意图就更加强烈。本案中, 如前所述, “张裕”、“CHANGYU”商标通过投诉人的长期广泛的宣传和大量使用, 已经具有第二含义, 与投诉人之间产生一一对应的紧密联系, 可以起到区分商品来源的作用, 已为中国相关公众广为知晓并享有较高声誉。

被投诉人声称其购买域名时对张裕的英文商标和网站域名并不知情, 购买本案域名的目的是用于自己游戏公司的官网域名, 不是为了高价出售。被投诉人声称由于“changyu”对应多个公知公认的汉字如“鲟鱼”, 且由于被投诉人多年来一直从事网游行业, 有充分理由证明被投诉人看到“changyu”不会联想到“zhangyu”乃至“张裕”。然而, 被投诉人承认其于 2016 年 8 月 4 日以 260,000 元高价买入争议域名(答辩书附件 6)。很难想象, 被投诉人以如此高价买入争议域名是基于“changyu”对应的公知公认的汉字如“鲟鱼”, 而不是基于投诉人的商标的广泛知名度和巨大的商业价值。专家组认为, 被投诉人

的以上行为可以推定被投诉人在购买本案争议域名时已经知晓投诉人的商标的广泛知名度和巨大的商业价值（参见 *Victoria's Secret et al v. Atchinson Investments Ltd*, NAF Case No. FA 0101000096496; *Victoria's Secret et al v Plum Promotions*, NAF Case No. FA 0101000096503）。被投诉人在不享有合法权益的前提下注册争议域名，极易使公众误以为该域名与投诉人具有某种商业上的联系从而造成混淆，误导公众。

此外，如前所述，投诉人提供的证据表明，被投诉人在争议域名网站的出售页面明确标注“张裕葡萄酒”，欲以 388,000 元的高价出售该争议域名，比买入价高 128,000 元。被投诉人的以上行为可以推定其买入争议域名主要用于向投诉人（商标或服务标记的所有者）或该投诉人的竞争对手销售、租赁或转让该域名注册，以获得比与域名直接相关之现款支付成本的等价回报还要高的收益。

综合考虑以上因素，专家组裁定被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。投诉人的投诉已满足了《政策》第 4(a)条中的第三项条件。

## 6. 裁决

基于以上分析，专家组认为，在本案中《政策》第 4(a)条规定的三项条件均得到满足。因此，专家组裁定支持投诉人的投诉请求，将争议域名<changyu.com>转移给投诉人。

*Fan Kun*

---

专家组：樊堃

日期: 2020 年 10 月 19 日