

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: CN-1000333

投诉人: 广州市潮汛贸易有限公司

被投诉人: Wuqifeng (邬奇锋)

争议域名: babala.com

注册商: 厦门三五互联科技股份有限公司

1、案件程序

亚洲域名争议解决中心北京秘书处(“中心北京秘书处”)于2010年3月5日收到投诉人根据互联网络名称及数码分配公司(ICANN)实施的《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规则》(以下简称《规则》)及亚洲域名争议解决中心(ADNDRC)《统一域名争议解决政策补充规则》(以下简称《补充规则》)提交的电子文本投诉书,要求指定独任专家,成立一人专家组审理本案。

2010年3月10日,中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉书接收确认通知,确认收到投诉人的投诉书。同日,中心北京秘书处向ICANN及注册商厦门三五互联科技股份有限公司传送请求协助函,请求确认本案争议域名的注册信息。

2010年3月12日,注册商回复确认本案争议域名由其提供注册服务,现争议域名持有人为本案被投诉人,争议域名注册协议使用的语言为中文,《政策》适用于所涉域名投诉。

2010年3月24日,中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送投诉书传递封面,并转去投诉书。

2010年3月29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,确认于2010年3月23日收到的投诉书经审查合格并送

达被投诉人，本案程序于 2010 年 3 月 29 日正式开始。同日，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，转去电子文本投诉书及所有附件材料，并同时以邮政快递向被投诉人发送了书面程序开始通知，要求被投诉人按期指定专家并提交答辩。同日，中心北京秘书处以电子邮件向 ICANN 及注册商厦门三五互联科技股份有限公司传送程序开始通知。

2010 年 4 月 15 日，被投诉人向中心北京秘书处提出延期答辩申请。同日，中心北京秘书处向投诉人及被投诉人传送延长答辩期限通知，将被投诉人提交答辩的期限延长至 2010 年 4 月 25 日。2010 年 4 月 24 日，被投诉人以电子邮件向中心北京秘书处提交答辩书及附件材料。

2010 年 4 月 26 日，中心北京秘书处向双方当事人传送转递答辩材料及专家选择通知，请双方当事人分别就五位候选专家自行进行排序。

由于双方当事人均选择由一人专家组审理本案，根据程序规则的规定，案件应由独任专家成立一人专家组进行审理。2010 年 4 月 29 日，根据双方当事人对候选专家的排序选择，中心北京秘书处以电子邮件向张平女士传送列为候选专家通知，并请张平女士确认：是否接受指定，作为本案专家审理案件；如果接收指定，能否在当事人间保持独立公正。同日，张平女士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 5 月 4 日，中心北京秘书处以电子邮件向双方当事人及张平女士传送专家指定通知，指定张平女士为独任专家，成立一人专家组，审理本案。同日，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起 14 日内即 2010 年 5 月 18 日前（含 18 日）作出裁决。2010 年 5 月 18 日，中心北京秘书处收到投诉人以电子邮件形式提交的补充材料。后，中心北京秘书处将该补充材料转交专家组，由专家组决定是否接受该补充材料。专家组考虑到充分听取当事人意见将会有利于本案的公正裁决，同意接受该补充材料。中心北京秘书处根据专家组的决定，将投诉人提交的补充材料转递被投诉人，并通知双方当事人，如有任何投诉书和答辩书之外的补充材料需要提交，应最迟于 2010 年 5 月 30 日前（含 5 月 30 日）提交，逾期将不被接受。本案专家组作出裁决的最后期限顺延至 2010 年 6 月 7 日（含 6 月 7 日）。

2、基本事实

投诉人:

本案的投诉人为广州市潮汛贸易有限公司，地址为广州市荔湾区下市直街1号信义国际会馆12号楼3楼。本案中，投诉人指定本公司电子商务主管刘少珍为其授权代表。

被投诉人:

本案被投诉人为 Wuqifeng (邬奇锋)，根据域名注册商 Whois 数据库记录，其地址为 Shangchengqu Daxuelu 100 hao, Hangzhou Zhejiang。争议域名 babala.com 于 1998 年 3 月 22 日通过域名注册商厦门三五互联科技股份有限公司注册，被投诉人于 2009 年 7 月 23 日从原注册人手中购得此域名。

3、当事人主张

(1) 投诉人诉称:

投诉人拥有以下合法的注册商标:

芭芭拉 (839745)，第 25 类: 真皮或人革女装鞋; 真皮男装鞋; 男女装运动鞋。

芭芭拉 (835335)，第 18 类: 手提箱包; 公文包; 施行提包; 钱包

BABALA (600981)，第 25 类: 真皮或人革女装鞋; 真皮男装鞋; 男女装运动鞋; 领带。

BABALA (703813)，第 18 类: 手提箱包; 公文包; 旅行提包; 钱包。

<http://www.babala.com.cn> (3021927)，第 25 类: 服装; 鞋; 袜; 手套 (服装); 皮衣, 领带; 帽子; 皮带 (服饰用); 围巾; 内衣。

投诉人官方购物网站为: www.babala-shop.com

投诉人认为:

争议域名 babala.com 之前一直为英文网站, 与其品牌并无冲突。2009 年, 该网站突然转换为中文购物网站, 并以 “芭芭拉购物网” 为网站名称, 与投诉人品牌的官方购物网站的中文名称一致 (babala-shop.com), 该网站显著位置突出使用了投诉人注册商标 “芭芭拉” 字样, 客服名称也显示

为“芭芭拉”，其所销售的产品类型也和投诉人的产品类型完全一致，以使其与投诉人的网站相互混淆，并直接导致很多顾客反映登陆此网站后误以为该网站系投诉人品牌的购物网站。

争议域名 **babala.com** 与被投诉人的原雅玛购物网 **yamart.com** 网站，无论是风格、设计、内容完全一致。显然争议域名网站经营者系原雅玛购物网的经营者，被投诉人就是希望通过利用投诉人的品牌知名度，扩展其业务，才将原玛雅购物网的所有页面转移到 **babala.com** 域名中，并将名称也修改得与投诉人一样，从而达到混淆的目的。该网站销售的商品与“芭芭拉”或“**BABALA**”是没有任何关联的。被投诉人恶意利用该域名，混淆其网站与投诉人网站的区别，通过利用投诉人商标的知名度，提高其网站访问量，并诱导消费者消费其产品，属于不正当竞争行为，并严重侵犯了投诉人的商标权。

“芭芭拉”、“**BABALA**”、“<http://www.babala.com.cn>”为投诉人注册的品牌商标，目前在全国约有 50 间直营连锁专卖店，均以“芭芭拉”或“**BABALA**”或“<http://www.babala.com.cn/>”为店铺招牌，曾在电视媒体、公交车媒体、大型户外海报、在杂志和互联网上都有投入大量的宣传广告，品牌在行业内较高知名度。投诉人已注册的域名有：

- ① **babala.com.cn**: 注册服务商：网络中心
- ② **babala-shop.com**: 注册服务商：厦门中资源
- ③ **babala-shop.cn**: 注册服务商：厦门中资源
- ④ **芭芭拉.com**: 注册服务商：厦门中资源
- ⑤ **芭芭拉.net**: 注册服务商：厦门中资源
- ⑥ “芭芭拉”通用网址: 注册服务商：广东互易科技有限公司
- ⑦ **芭芭拉.中国**: 注册服务商：中国万网
- ⑧ **babala.cn**: 注册服务商：中国万网

由于收到大量客户的反映，这一事件引起投诉人的高度重视。投诉人通过律师已在 12 月初，根据该网站上的联系方式向对方发出律师函，该律师函至今未有任何回音。通过电话联系，对方也拒绝提供任何的办公地址。现投诉人向亚州域名争议解决中心提出投诉，请求将该争议域名无条件转交给投诉人。

2010年5月18日，投诉人提交的电子文本补充材料包括英文 babala 商标注册申请受理通知书、有关在线聊天记录、争议域名网站 2010年3月3日、3月29日及3月30日截图。

2010年5月30日投诉人在提交的补充材料中，作出如下说明：

芭芭拉(babala)品牌自开设专卖店以来，曾多次在不同城市大型商场、步行街进行时装秀表演，如大连铜锣湾广场、长沙黄兴南路步行街、重庆北城天街购物广场、重庆嘉茂广场等等，每次时装秀均有邀请当地的时尚杂志和报纸服饰类编辑观赏，均有进行报道。赞助部分城市电视节目主持人服饰和栏目奖品，曾赞助过在上海拍摄青春电视连续剧《真爱诺言》，曾成为 COCO 杂志 06 年超女特辑拍摄的服饰赞助，先后全力投入杭州公交车电视屏滚动广告、重庆电视台广告、重庆高校液晶广告、重庆公交车广告、重庆轻轨广告、部分专卖店城市的户外广告，率先成为支付宝、招商银行、深圳发展银行、广东发展银行交通银行的特约商家，不定期创建 BABALA 的电子店刊在官方网站上给顾客欣赏。

在 2009 年 12 月与活动网合作：以圣诞和春节为主题，共开展心想事成、专享折扣、写心声拿大奖和人气明星四项有奖活动，配合活动网及外部论坛口碑传播，相互促进，持续升温的效应，提升品牌的知名度和美誉度。本次活动总关注人数达 17,754 次，活动评分 90 分（很好），晒贴共计 226 帖，活动参与者发出的邀请数量达 252,784 条，预计总曝光量达 2,500,000 次。活动期间，BABALA 在活动网内享受多重曝光：多次被置于活动网首页最值得参与推荐活动，同时活动网首页保持出现本活动，频道首页最值得参与推荐，会员礼包置顶；论坛全站置顶贴等。在全网上也得到了广泛传播。YOKA 时尚等论坛社区转载了本次活动。

BABALA 在 2009 年度“迎世博·上海城市公众满意度调查”活动中荣获满意度金奖。香港芭芭拉国际股份有限公司为投诉人公司法人代表李小华在香港建立的公司名称，并有授权书授权其在大陆地区使用商标。

芭芭拉 (BABALA) 品牌创建已有十几年了，一直以来通过自身的努力，一步一步的迎来辉煌的成绩，被投诉人的域名 babala.com 是由 2009 年 7 月从第三方处所购得，才建立不到半年的时间，已发生过多次顾客误认为是投诉人品牌网站。商标法中也有指出与他人注册商标相同或者近似

的文字注册为域名，并且通过该域名进行相关商品交易的电子商务，可能使公众产生混淆的行为，为商标侵权行为。随着芭芭拉（BABALA）不断的进行对外的宣传和发展更多城市的直营专卖店，将会拥有更加强大的消费群体。如果域名继续这样的混淆，最终受害的仍然是消费者，投诉人会捍卫品牌权益和消费者的利益。

（2）被投诉人辩称：

被投诉人选择 babala.com 域名是受到美国第一夫人芭芭拉·皮尔斯·布什（Barbara Pierce Bush）名字的启发。并花重金从 babala.com 原注册人手中购得此域名。被投诉人曾对 babala.cn 和 babala.com.cn 的持有人（后来得知是投诉人）发出购买请求，被拒后转而向 babala.com 原注册人购买。

被投诉人将网站 babala.com 中文取名为“芭芭拉购物网”，主要销售女装（T恤、衬衫、裙子、卫衣、裤子、针织和套装等）和提供 B2C 网店系统服务。并于 2009 年 8 月 8 日通过任务中国（taskcn.com）网站进行 Logo 设计招标，广泛征集购物网的 Logo 设计图样，招标历时 40 天并于 2009 年 9 月 18 日顺利结束。

随后被投诉人本着“边运营边调整”的方针对网站架构和外观进行了一系列完善和优化，由于被投诉人一系列强有力的宣传和推广，babala.com 网站的流量和客户慢慢不断开始快速增长。

2010 年 1 月被投诉人收到投诉人发来的律师函，声称被投诉人网站侵犯了投诉人商标专用权及不正当竞争。为了避免与投诉人发生不必要的纠纷和口舌之争，被投诉人将“芭芭拉购物网”更名为“Babala 网店系统”。

针对投诉人的投诉，被投诉人予以答辩并请求驳回投诉人的不正当请求。被投诉人认为：

①被投诉人域名 babala.com 与投诉人享有权利的商标不产生混淆性

首先，被投诉人 babala.com 网站不涉及投诉人享有权利的“芭芭拉”、“babala”商标。

被投诉人网站除提供 B2C 网店系统服务外，出售的女装包括：T恤、衬衫、裙子、卫衣、裤子、针织和套装等。

投诉人所称注册商标“芭芭拉”在 25 类（第 839745 号）注册范围仅

限“真皮或人革女装鞋、真皮男装鞋、男女装运动鞋、领带”，在 18 类(第 835335 号)注册范围仅限“手提箱包、公文包、旅行提包、钱包”，而被投诉人 babala.com 网站从未出现此类商品。

同时，被投诉人网站从未出现“芭芭拉”字样，因此投诉人提出“芭芭拉”商标毫无意义。

投诉人所称注册商标“babala”在 25 类中的商标(第 600981 号)中商标范围仅限“真皮、人革女装鞋”，在 18 类中商标(第 703813)中注册范围仅限“手提箱包、公文包、旅行提包、钱包”，被投诉人网站也未出现此类商品。因此投诉人提出“babala”商标毫无意义。

另外，投诉人注册商标“芭芭拉”、“babala”保护范围仅限于 25 类和 18 类，被投诉人 babala.com 网站提供的 B2C 购物系统服务为 42 类 4220 小类“计算机编程及相关服务”，与投诉人注册商标保护范围毫无冲突。

综上所述，被投诉人域名 babala.com 对投诉人享有权利的“芭芭拉”、“babala”商标不会产生混淆。

其次，被投诉人 babala.com 网站不涉及投诉人享有权利的“http://www.babala.com.cn”商标

投诉人注册商标为“http://www.babala.com.cn”，而非“babala.com”或“babala”，说明投诉人自己也知道三者之间的巨大差别。因此，对方所注册商标“http://www.babala.com.cn”不应对被投诉人域名 babala.com 起到对抗作用。

同时，从域名角度来看，babala.com.cn 和 babala.com 一个是我国国内英文域名，一个是国际顶级域名；一个管理机构为中国互联网络信息中心(CNNIC)，一个管理机构为互联网名称与数字地址分配机构(ICANN)。投诉人申请的“http://www.babala.com.cn”商标保护的是投诉人注册和使用的 babala.com.cn 国内英文域名，对被投诉人域名 babala.com 的持有和使用不存在任何对抗或存在任何在先权益。

另外，被投诉人网站提供的 B2C 购物系统服务为 42 类 4220 小类“计算机编程及相关服务”，与投诉人注册商标“http://www.babala.com.cn”保护范围毫无冲突。

虽然，投诉人所称注册商标“http://www.babala.com.cn”在 25 类中

的商标（第 3021927 号）与被投诉人网站出售的服装类商品有交叉，但是投诉人商标生效时间为 2005 年 1 月 28 日，被投诉人域名 babala.com 注册时间 1998 年 3 月 22 日，对方的商标生效时间晚于被投诉人域名 7 年。投诉人以 7 年之后注册的商标作为理由来认定被投诉人不能使用 babala.com 域名做服装类网上销售和提供 B2C 购物系统服务，于理于法都说不通。

综上所述，被投诉人域名 babala.com 对投诉人享有权利的“http://www.babala.com.cn”商标不会产生混淆。

②投诉人对域名 babala.com 不享有在先权利或合法权益

首先，从商标保护范围上，投诉人对域名 babala.com 不享有在先的合法权益。

如前所述，投诉人注册商标“芭芭拉”、“babala”因商标保护范围与被投诉人销售商品类别和提供的服务毫无冲突，因此投诉人对被投诉人域名 babala.com 不享有在先权利。

虽然投诉人注册了 25 类中与服装类相关的商标“http://www.babala.com.cn”，而被投诉人除经营服装销售外同时还提供 B2C 网店系统服务，因此投诉人对被投诉人域名 babala.com 不享有在先权利。

被投诉人域名注册时间为 1998 年 3 月 22 日，投诉人注册商标“http://www.babala.com.cn”生效时间为 2005 年 1 月 28 日，按照国际顶级域名“先注先得”原则，投诉人对 babala.com 域名不享有任何在先权益。

虽然被投诉人域名 babala.com 是从原注册人处购买获得，但只是域名权利人发生了变更，并不影响被投诉人依法对域名 babala.com 享有合法权益。

根据 *Borges, S.A., Tanio, S.A.U. v. James English*, (WIPO Case No. D2007-0477) 案件中认定：Respondent need only show that he has “a” legitimate right or interest – which is what he has done. Respondent does not need to show that his rights or legitimate interests are better (however measured) than those of Complainant. 因此被投诉人对域名 babala.com 享有合法权益。

其次，从域名注册时间上，投诉人对域名 babala.com 不享有在先权益

投诉人所持有的相关域名如下表:

域名	生效时间
babala.com.cn	1998-11-03 00:00
babala.cn	2003-03-17 12:20
babala-shop.cn	2009-09-21 17:00
babala-shop.com	2005-1-06
芭芭拉.com	2009-12-02
芭芭拉.net	2009-12-02
芭芭拉.中国(cn)	2003-12-03 17:24

投诉人持有的域名注册时间均晚于被投诉人域名 babala.com, 更重要的是投诉人所称的官方网站域名 babala-shop.com 直到 2005 年才注册。由此充分说明投诉人在 2005 年之后才开始从事以自己商标为相关域名的电子商务。因此, 投诉人不应因之后注册一系列与自己商标相关的域名和从事电子商务业务而对他人之前注册的域名获得在先权利。

其三, 投诉人商标并非驰名商标

被投诉人走访了投诉人在上海的 3 家直营店, 其中位于上海市长宁区的玫瑰坊店早已关闭。另外一家直营店门店上方注明的是 J&K 标识, 而 [babala](http://babala.com) 字样只出现在不是很醒目的橱窗上, 店内主要销售商品为女鞋。另一家直营店销售的绝大部分商品是女鞋、女包、女式帽子, 服装类商品极少。

从投诉人对品牌的使用和商品摆放的混乱性和随意性, 加之对方所有上海直营店均处于上海低档次的大众商业区, 进一步说明投诉人所持有商标并非驰名商标, 只不过是一个普通商标而已。

而且, 投诉人并没有宣称其注册商标“芭芭拉”、“[babala](http://babala.com)”、“<http://www.babala.com.cn>”为驰名商标, 所以也不能取得更强势的保护权。

③被投诉人对域名 babala.com 的注册和使用没有恶意

首先, 域名注册无恶意

babala.com 注册时间为 1998 年 3 月 22 日, 注册人为加拿大的 Jamie Johnson。被投诉人于 2009 年 7 月从原注册人手中购得此域名。

从原始注册上来说, 并非被投诉人直接注册。在巨力索具股份有限公

司诉 yan zhou 的 CN-0800238 案件中，专家组也认定：根据“谁主张，谁举证”的原则，应当由投诉人承担证明被投诉人具有恶意的举证责任。除非投诉人能证明 babala.com 原注册人存在恶意注册的故意，否则可以排除被投诉人存在恶意注册的情形。

其次，域名购买无恶意

由于投诉人在广州，被投诉人与投诉人不处于同一城市，投诉人商标也并非知名商标，在被投诉人购买该域名时，不可能知道对方已将“babala”、“芭芭拉”和“http://www.babala.com.cn”注册为商标。

从被投诉人购买域名 babala.com 的缘由，说明被投诉人购买该域名是为了建立正规网站，从事女装类电子商务和提供 B2C 网店系统服务，理由正当、用途合理。有关证据亦表明，被投诉人从 babala.com 原始注册人手中购买该域名完全正当合法，因此被投诉人的在先合法权益应该受到保护。

其三，域名使用无恶意

从基本事实阐述中可以了解到，被投诉人使用 babala.com 域名从事女装类电子商务和提供 B2C 网店系统服务并非空穴来风，而是基于将近 2 年多的网上服装销售经验和自己独特的技术优势。

被投诉人网站 babala.com 于 2009 年 9 月投入使用，通过任务中国（taskcn.com）通过竞标的方式设计网站 logo。被投诉人网站从事服装类销售和提供 B2C 网店系统服务，与投诉人仅从事服装零售模式有本质区别。

另外，被投诉人 babala.com 网站开发历时 2 年多，无论从网站风格、Logo 设计、网站功能、联系方式等均有自己的特征，与投诉人网站 www.babala-shop.com 截然不同。被投诉人网站上并没有出现投诉人商标“芭芭拉”、“http://www.babala.com.cn”字样，不会让公众误认被投诉人 babala.com 网站就是投诉人品牌购物网站。

因此，被投诉人使用 babala.com 域名正当合理，丝毫不会影响投诉人品牌形象和错误引导顾客的购物。

其四，被投诉人使用 babala.com 域名建立网站是通过正规化的运作提供正当的服务

根据被投诉人多年从事网络服务和电子商务的经验来看，对于网站运营来说最重要的就是提高网站访问量和积累客户。而这些都需要经营者投

入巨大的人力、物力和财力才能实现。

自被投诉人网站 **babala.com** 上线以来，被投诉人经过不懈努力，通过各种渠道进行推广和宣传来增加被投诉人 **babala.com** 网站的访问量并积累自己的客户资源，包括通过国内知名的淘宝联盟 **alimama.com** 对 **babala.com** 网站进行推广。

投诉人所持商标“芭芭拉”、“babala”和“<http://www.babala.com.cn>”并非驰名商标，也不具知名度，特别对网上购物者而言其商标毫无号召力。投诉人多年、持续使用和宣传的，均是 **www.babala-shop.com** 和 **www.babala.com.cn**，而非 **babala.com**，我们不可能也没有必要利用投诉人商标的“知名度”提高被投诉人网站的访问量。

其五，被投诉人使用的 **babala.com** 建立网站不构成商标侵权和不正当竞争

需要特别说明的是，被投诉人网站从未出售投诉人有商标权的商品，也从未在 **babala.com** 网站上标示任何与投诉人品牌相关的商品。被投诉人 **babala.com** 网站除销售服装类商标外，还提供 B2C 网店系统服务。

因此任何消费者均可以从被投诉人网站了解到被投诉人网站 **babala.com** 出售的并非投诉人的品牌商品，公众也不会将被投诉人网站误认为投诉人官方网站，从而不符合《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第一条第（三）项中所阐述的“通过该域名进行相关商品交易的电子商务，容易使相关公众产生误认的”的形式要件。

根据最高人民法院蒋志培同志所著“《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》的理解与适用”，明确指出“应当注意不是使用了他人注册商标的文字作为网络域名，并在该网页上提供了相关信息，就构成商标侵权”。更加证明了被投诉人并没有侵犯投诉人的商标权。

综上所述，投诉人是在肆意扩大自己商标权的保护范围，是过度维权行为。投诉人宣称被投诉人不正当使用 **babala.com** 域名从事服装类电子商务和提供 B2C 网店系统服务侵犯其商标权、构成不正当竞争是假，企图以此为由通过采用不正当手段为实现其商业目的而恶意强占此域名才是真。

在内蒙古蒙牛乳业（集团）有限公司诉 WANG QI（王麒）的

CN-0800212 案件中，专家组认定：如果投诉人可以满足《政策》第 4(a) 条规定的全部条件，那么专家组具备支持投诉人请求的事实及法律依据。反之，即便专家组认为投诉人持有争议域名更加公平合理，且有利于网络运行正常秩序，也难以在本案程序中支持投诉人主张。

因此，被投诉人请求驳回投诉人的不正当请求，维护被投诉人持有 babala.com 域名的合法权益。

2010 年 5 月 30 日被投诉人提出如下补充答辩意见

① 投诉人佐证被投诉人购买和使用 babala.com 的善意

被投诉人运营的三个网站定位非常清晰：www.yamart.com 和 www.99fushi.com 分别从事男装和女装的批发和代理；而 babala.com 则定位于服装的零售业务和 B2C 网店系统。对此，相信被投诉人三个网站的首页和其他页面都非常清晰的表达了这种定位。

在答辩书中被投诉人已经阐述非常清楚，被投诉人欲购买投诉人拥有的两个域名在当时来看，是为了拓展服装零售业务，原因既简单也合理。但是投诉人一厢情愿地曲解为：“相信”被投诉人购买 babala.com.cn 和 babala.cn 时已知晓其品牌“知名度”。法律从来没有规定仅凭自己的“相信”就能作为证据的。

投诉人在投诉书中提供的律师函中还提到：投诉人公司已经使“芭芭拉”及“babala”的品牌在上述领域享有了较高的知名度，属于知名品牌。但自始至终未提供任何证据。

在阿克苏诺贝尔涂料国际有限公司诉阿克苏来威漆国际集团（香港）有限公司(Akzo-Levis Paint International Group(HK))的 CN-0600110 案件中，专家组认定：投诉人和被投诉人分处两地，除非投诉人能证明其商标和商号的较高知名度，否则难以判定被投诉人缺乏合法权益的基础。同时，在没有知名度的情况下，无法充分地认定被投诉人注册该域名有恶意。

另外，投诉人的证言也帮助证实了被投诉人的确与投诉人交涉过购买 babala.com.cn 和 babala.cn 域名事宜。显然，被投诉人购买 babala.com.cn 和 babala.cn 域名是出于创业经营需要的善意购买和使用，而非投诉人所说的企图混淆其商标。同时也证明投诉人的商标以及域名均不驰名，否则“蚂蚁吞象”，不符合情理。

②被投诉人合法、合理运营 babala.com 网站

被投诉人合法拥有 babala.com 域名,按照自己的经营需要运营和完善自己的网站,对自己的业务发展和规划具有绝对权利,不需要向任何人汇报和征求意见。被投诉人网站在运营过程中一切行为只对自己负责,投诉人无权干涉。所以被投诉人网站过程中的业务调整和完善都是正常行为。

既然被投诉人从来没有否认 babala.com 网站从事销售服装业务同时运营 B2C 网店系统业务,既然投诉人对“芭芭拉”“babala”在 25 类的服装类不享有在先商标权,被投诉人完全没有必要“刻意”迎合此次答辩做出任何调整。自 babala.com 网站上线以来,大大小小升级超过 100 次,网站的每一次升级和完善都是被投诉人所作的一次努力和进步。

③投诉人进一步证实其不享有“babala”在 25 类中服装类的商标权

从投诉人的提交的证据可见,投诉人承认其不享有“babala”和“babala.com”在 25 类中服装类别的商标权,否则不会补充提交两个 2010 年 1 月 18 日才申请却并未通过的“babala”商标申请书。众所周知,商标注册从提出申请到最终审核通过需要 2 年多时间,该商标能否得到商标局的申请尚是未知数,当然不具法律效力;在内蒙古蒙牛乳业(集团)有限公司诉 WANG QI(王麒)的 CN-0800212 案件中,专家组均认定:未注册成功的商标不能作为投诉人享有商标权的法律依据。

在艺龙网技术(北京)有限公司诉吴昊的 CN-0900299 案件中,专家组认定:如果争议域名注册时间早于投诉人的商标权取得时间,则表明投诉人不能获得任何可保护的權利。所以,即使将来投诉人商标通过审核,投诉人对被投诉人域名也不存在任何在先权利。

④投诉人称被投诉人“混淆品牌”、“误导消费者”的结论不成立

首先,被投诉人 babala.com 网站是自己设计研发,享有自主知识产权的 B2C 网店系统产品;而投诉人网站由广州讯博网络科技有限公司(<http://www.cenbel.com>)开发。建站伊始,被投诉人网站命名为“芭芭拉购物网”,而投诉人网站则为“芭芭拉(babala)官方购物网”,投诉人使用的“官方”二字将被投诉人网站与投诉人网站从本质上区分开来,不可能存在混淆。更何况被投诉人采用“Babala 网店系统”名称后,与投诉人网站名称有着明显区别。

其次，两者无论从网站风格、Logo 设计、网站功能、联系方式等均完全不同，被投诉人网站从未出现投诉人商标，从未出售投诉人有商标权的商品，也从未在网站上标示任何与投诉人品牌相关的商品。所以，投诉人一再强调的“混淆其品牌”、“误导消费者”之言不能成立。

在3M公司诉li yongquan的 CN 0900306案件中，专家组认定：由于被投诉人在其网站上对其产品的介绍始终都未提及投诉人商标，并没有刻意将争议域名所指向的网站宣传与投诉人商标造成混淆，从而不构成被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

对于投诉人提供的其客户“上当受骗”的截图以及聊天记录其真实性 and 有效性有质疑，投诉人所提交的所有证据和截图均未经过任何公证，不具有任何法律效力。

⑤ 投诉人投诉的主观恶意和对被投诉人造成的经济损失

投诉人在投诉书中提供的律师函提到：潮汛公司对“babala”、“芭芭拉”商标在商标注册商品和服务分类第 25 类即：服装、鞋、帽等商品中享有排他专用权。事实是，通过投诉人自己提供的商标证据和被投诉人在答辩书中的论述可以看出，投诉人“babala”、“芭芭拉”商标在 25 类中分别仅对“真皮、人革女装鞋”和“真皮或人革女装鞋、真皮男装鞋、男女装运动鞋、领带”享有排他权，对“服装类”不享有专用权。由此可见投诉人所聘请的律师是在不做任何事实调查情况下出具的一份旨在满足投诉人一方私欲的律师函。

对于投诉人提交证据的时间被投诉人有质疑，根据中心北京秘书处邮件，投诉人提交补充证据是“2010年5月18日下午三点”，即专家作出裁决的最后一天。从投诉人所提交的证据来看，是早已准备就绪的在先证据，并非需要长时间的收集而获得的临时证据。因此，投诉方在仲裁专家拟作出仲裁结果的最后一天提交补充证据，是想通过这种手段来扰乱被投诉人的网站运营。

自从3月11日被投诉人接到中心北京秘书处的相关通知，babala.com 网站运营已经受到很大干扰，网站运营已处于半停滞状态，给被投诉人造成很大的经济损失，对此被投诉人将另行起诉。投诉人也正是基于此，企图通过拖延仲裁时间的方式达到进一步干扰被投诉人网站运营并增加被投

诉人经济损失之目的。

综上，被投诉人请求专家组驳回投诉人的请求，维护被投诉人持有babala.com域名的合法权益。

⑥对投诉人投诉主体的质疑

投诉人提交的商标所有人是法人性质，如果投诉人是相关商标的持有人，则应提交相应的营业执照等相关证据证明其身份。否则，该投诉人不具备投诉主体资格。

4、专家意见

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

根据《政策》第4.a条的规定，投诉人必须证明以下三个条件均已满足：

(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利益；且

(iii) 被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意。

专家组根据本案当事人提交的投诉书、答辩书、有关证据材料和其他补充意见及补充证据，对本案的事实认定和意见如下：

(1) 关于完全相同或混淆性相似

根据投诉人提交的注册商标证、注册商标变更证明和核准续展注册证明电子扫描件，投诉人在中国拥有以下注册商标：

①芭芭拉(839745)，第25类：真皮或人革女装鞋；真皮男装鞋；男女装运动鞋，领带。

②BABALA(600981)，第25类：真皮、人革女装鞋。

③BABALA(703813)，第18类：手提箱包；公文包；旅行提包；钱包。

④<http://www.babala.com.cn>(3021927)，第25类：服装；鞋；袜；手套(服装)；皮衣，领带；帽子；皮带(服饰用)；围巾；内衣。

其中，BABALA(600981)注册于1992年6月30日，BABALA(703813)注册于1994年8月28日，芭芭拉(839745)注册于1996年5月14日，

(经续展, 目前这些商标均处于有效期内), <http://www.babala.com.cn> (3021927) 注册于 2005 年 1 月 28 日。2008 年 2 月 18 日, 投诉人从原商标所有人南海县官窑华昌鞋厂处受让了上述商标;

根据被投诉人提供的证据材料, 被投诉域名注册日期为 1998 年 3 月 22 日, 被投诉人于 2009 年 7 月 23 日从原注册人处购买了被投诉域名。

由于双方当事人均未对上述证据材料的真实性提出异议, 专家组对上述有关证据材料均予以采信。

专家组认为, 鉴于《政策》的制定和适用主要是为了解决域名注册过程中, 拟注册域名与域名注册之前在先商标权的冲突, 故本案审理中应当以域名注册日期而不是被投诉人购买域名日期, 来考虑适用《政策》。此外, 尽管本案中投诉人受让上述注册商标、取得注册商标专用权的日期晚于本案争议域名的注册日期, 但商标专用权的保护日期从其正式获准注册之日起算, 投诉人在通过受让取得商标专用权的同时继承了原商标专用权人以前的权利, 其因受让而取得的商标专用权保护期限也应从该商标正式获准注册之日起算。上述①至③项商标的注册日期均早于本案争议域名注册日期, 据此可以确定, 投诉人就“芭芭拉”、“babala”标识享有在先的注册商标专用权。而第④项商标“<http://www.babala.com.cn>”的注册日期晚于争议域名注册日期, 投诉人就此标识不享有在先的注册商标专用权。

争议域名“babala.com”的可识别部分即主要部分为“babala”, 与投诉人在中国享有注册商标专用权的标识“BABALA”相比, 除大小写的区别外, 没有其它不同; 与投诉人在中国享有注册商标专用权的标识“芭芭拉”相比, 在发音上相近; 故争议域名或其主要部分与投诉人享有权利的商标相同或混淆性相似, 投诉符合《政策》第 4.a 条规定的第一个条件。

对于投诉人提交的两份发文日期为 2010 年 1 月 18 日的英文 babala 商标注册申请受理通知书扫描件, 因商标专用权只能于获得注册时产生, 商标申请注册到最终获得注册还需要经过一段较长的时间, 且商标注册申请受理并不代表商标获准注册, 故专家组认定, 投诉人不能基于该两份受理通知书主张在先的商标权。

(2) 关于被投诉人权利或合法利益

关于被投诉人对争议域名是否享有权利或合法利益, 《政策》第 4. c

条列举了以下情形：

“(i)提供商品或服务的过程中已善意地使用或准备善意地使用该域名或与该域名相对应的名称；

(ii)作为个人、商业公司或其它组织虽未获得商品商标或有关服务商标，但因所持有的域名业已广为人知；

(iii)非商业性地合法使用或合理地使用该域名，不存有为获取商业利益而误导消费者或玷污争议商品商标或服务商标之意图”等可证实其对争议域名存在权利或合法利益情况。

投诉人没有就被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益提出主张并加以证明，其所提出的被投诉人不正当竞争、侵犯其商标权的主张，应通过其他法律途径解决，不属于本域名争议解决程序需要认定和解决的问题。被投诉人提供了其于2009年7月23日从原注册人处合法有效购买争议域名以及使用域名的有关证据材料。

专家组认为，由于域名注册并不产生相应的域名权，即使被投诉人合法有效地购买了域名，亦不能从原注册人处获得域名权。被投诉人提交的域名使用证据材料，不能有效证明其具有《政策》第4.c条规定的情形。据此，专家组不能认定被投诉人对争议域名及其主要部分享有权利或合法利益，投诉符合《政策》第4.a条规定的第二个条件。

(3) 关于恶意

根据《政策》第4.b条之规定，下列情形（但不限于此）将构成域名注册及使用的恶意：

(i) 该情形表明，你方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) 你方注册行为本身即表明，你方注册该域名的目的是为了阻止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) 你方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，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联机地址者。

本案争议域名不具有上述前三项规定的情形。投诉人诉称，被投诉人恶意利用该域名，混淆其网站与投诉人网站的区别，通过利用投诉人商标的知名度，提高其网站访问量，并诱导消费者消费其产品，属于上述 4. b 条第四项所称的情形，判断这一恶意情形成立的前提是投诉人商标具有较高的知名度以及被投诉人网站造成混淆。按照“谁主张、谁举证”的原则，投诉人应对其商标具有较高知名度以及被投诉人网站造成混淆的情况负有举证责任，专家组仅作为居中裁决者，根据当事人提供的证据对是否构成恶意进行认定。

根据双方当事人提供的证据，专家组认为，①投诉人提供的其在一些城市投放广告、开展营销、通过网站开展活动及授权使用单位获奖证书等证据，不能有效证明“芭芭拉”、“babala”商标在中国市场具有较高知名度或者作为驰名商标被保护，“芭芭拉”、“babala”商标不能获得超过其注册核定使用商品范围的扩大性保护。而且“芭芭拉”或“babala”并不是投诉人原创的标识，通常会被理解为英文常用名的中文译音，人们在看到这两个标识时，更多地会想到一些外国名人，如著名歌星芭芭拉·史翠珊、美国资深新闻主播芭芭拉·华特斯、前美国总统的夫人芭芭拉·布什等。②投诉人提交的一些 QQ 聊天记录和网页截图缺乏有效证明力，不能证明其“芭芭拉”和“babala”商标由于被投诉人对争议域名的使用而造成了混淆。③虽然投诉人注册商标核定使用的女装鞋和争议域名网站销售的服装经常在销售对象和销售渠道等方面有所重叠，投诉人和被投诉人在一定范围内存在竞争关系，但没有证据表明被投诉人在网站销售带有投诉人注册商标标识的产品，或者宣称或暗示与投诉人存在某种联系，以致误导公众，造成混淆。综上，专家组不能认定被投诉人在使用本案争议域名时，具有在明知投诉人商标知名度的情况下，搭投诉人知名商标的便车，误导公众，造成混淆，获取商业利益的恶意。因此，被投诉人使用本案争议域名不具有《政策》第 4. b 条第四项规定的恶意，投诉不符合《政策》第 4.a 条规定的第三个条件。

5、裁决

鉴于不能满足《政策》中第 4.a 条的全部条件，专家组裁决：投诉人就被投诉人注册的争议域名“babala.com”提起的投诉不成立，驳回投诉人的请求。

独任专家：

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature is stylized and appears to be the Chinese characters '张平' (Zhang Ping).

2010年6月7日