

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-1100485

投诉人: 康明斯有限公司 (Cummins Inc.)

被投诉人: zhou xuesong

争议域名: cumminscn.com

注册商: 北京新网数码信息技术有限公司(XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION)

1、案件程序

2011年8月29日, 投诉人根据互联网络名称及数字地址分配公司(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, 并选择由一人专家组审理本案。

2011年9月5日, 中心北京秘书处以电子邮件向投诉人发出通知, 确认收到投诉书。同日, 中心北京秘书处向ICANN和域名注册商北京新网数码信息技术有限公司(XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION)发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。同日注册商回复确认, 争议域名系在该公司注册, 注册人为本案被投诉人。

2011年9月8日, 中心北京秘书处向被投诉人传送了投诉书传递封面, 并转去投诉人的投诉书。

2011年9月19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2011年9月19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新网数码信息技术有限公司(XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION)传送程序开始通知。

2011年10月8日，中心北京秘书处收到被投诉人提交的答辩书，被投诉人选择三人专家组审理本案。由于投诉人选择一人专家组审理本案，被投诉人选择三人专家组，根据《政策》和《补充规则》的规定，本案应由三人专家组进行审理，被投诉人需要分担案件的程序费用。2011年10月8日，中心北京秘书处向投诉人转递答辩书并向被投诉人传送缴费通知，并要求其提交候选专家的名单。

2011年10月8日，中心北京秘书处收到被投诉人缴纳的费用；2011年10月9日，中心北京秘书处向投诉人传送补充缴费通知，并要求其提交候选专家的名单。

2011年10月11日，中心北京秘书处向投诉人和被投诉人传送首席专家选择通知，要求双方对中心提供五位候选专家进行排序选择。

2011年10月11日，中心北京秘书处收到被投诉人提交的首席专家排序选择。

2011年10月12日，中心北京秘书处收到投诉人提交的首席专家排序选择。

2011年10月13日，中心北京秘书处以电子邮件向拟指定的首席专家薛虹女士、投诉人选定的专家高卢麟先生及被投诉人选定的专家赵云先生发出列为候选专家通知，请三位专家确认：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。三位候选专家均表示同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。2011年10月14日，中心北京秘书处以电子邮件向双方当事人及上述三位专家传送专家指定通知，确定指定薛虹女士为本案首席专家，指定高卢麟先生为投诉人选定的专家，指定赵云先生为被投诉人选定的专家，成立三人专家组，审理案件。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。

根据《规则》的规定，专家组应于成立之日起14日内即2011年10月28日之前（含10月28日）就本案争议作出裁决。

2、基本事实

投诉人：

本案的投诉人为康明斯有限公司 (Cummins Inc.)，地址为美国印第安纳州哥伦布市杰克逊大街 500 号。投诉人在本案中的授权代理人为北京市铸成律师事务所。

被投诉人:

本案被投诉人为 zhou xuesong，其地址为重庆市凤天大道 73 号附一号 3-2 (Chong qing shi feng tian da dao 73 hao fu yi hao 3 - 2)。被投诉人于 2008 年 12 月 19 日通过域名注册机构北京新网数码信息技术有限公司 (XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION) 注册了本案争议域名“cumminscn.com”。

3、当事人主张

投诉人诉称:

(1) 投诉人基本背景介绍

康明斯有限公司 (CUMMINS INC.)，以下简称“投诉人”或“康明斯”，是依据美国法律成立的公司，地址位于美国印第安纳州哥伦布市杰克逊大街 500 号。投诉人成立于 1919 年，于 2001 年正式变更为现名。

经过近百年的发展及品牌整合，目前康明斯已成为全球领先的动力设备制造商，设计、制造和分销包括燃油系统、控制系统、进气处理、滤清系统、尾气处理系统和电力系统在内的发动机及其相关技术，并提供相应的售后服务。投诉人通过其遍布全球 160 多个国家和地区的 550 家分销机构和 5000 多个经销商网点向客户提供服务。

投诉人在全球范围内拥有员工 34,600 人，2006 年销售额 114 亿美元，净收益 7.15 亿美元，较 2005 年分别增长 15% 和 30%。投诉人是美国财富五百强企业，也是财富杂志评选的 2006 年度“美国最受敬仰的企业”之一。凭借其在经济发展、环境保护和社会责任方面的杰出表现，投诉人多次当选“全美最佳企业公民”并多次入选道·琼斯全球可持续性发展指数榜。

投诉人与中国的合作始于 1975 年，当时的康明斯董事长埃尔文·米勒先生首次访问中国，成为最早来华寻求商业合作的美国企业家之一。在埃尔文·米勒的远见卓识指引下，投诉人三十多年来不断加大投资力度，深化

与本地战略伙伴的合作，成为中国柴油机行业的领先企业。



1979年，首家康明斯驻华办事处在北京成立。1981年，投诉人与中国重汽集团签署许可协议，成为最早在华进行本地化生产的外资企业之一。从那时起，投诉人一直致力于与包括东风汽车公司在内的中国大型企业建立战略合作。1997年，投诉人将东亚地区的总部设在北京，统筹管理康明斯在中国大陆、港澳台地区和蒙古国的业务发展，是最早在京设立地区总部的跨国公司之一。

目前，投诉人在华投资逾两亿美元，作为中国柴油机行业最大的外国投资者，康明斯在中国拥有18家机构和14家合资和独资制造企业，生产发动机、涡轮增压器、滤清器、排气系统、燃油系统、交流发电机和发电机组等产品。其中，康明斯（中国）投资有限公司是投诉人在中国设立的全资子公司，负责康明斯在中国的投资业务及相关知识产权的许可。康明斯（中国）投资有限公司及其他子公司均是投诉人旗下公司。因此，康明斯（中国）投资有限公司及其他子公司的经营活动和影响均可以视作投诉人的经营活动和影响，均可归结于投诉人。


早在2002年，康明斯（中国）投资有限公司的收入总额就已高达1.76亿元人民币，并且一直保持持续快速增长，2006年度达到4.9亿元人民币。康明斯（中国）投资有限公司旗下的子公司、合资公司亦取得卓越的经营业绩。目前，CUMMINS的14个系列发动机产品已经有8个系列按照康明斯全球统一的严格质量标准在中国生产。截至2006年底，已有一百多万台CUMMINS发动机在中国投入使用。2006年度，投诉人在华营业额连续第三年超过10亿美元，中国已经成为康明斯全球规模最大、增长最快的海外市场之一。历经三十多年的发展，康明斯已经成为中国发动机产业的有机组成部分，通过合资/独资生产和技术转让，为中国发动机产业的现代化作出了自己的贡献。康明斯还在中国大陆建立了由10个区域服务中心和200多家授权代理商组成的售后服务网络，服务范围涵盖了中国34个省级行政单位，包括23个省、5个自治区、4个直辖市和2个特别行政区。




在中国，为了扩大投诉人品牌知名度并提高其竞争力，投诉人积极对其产品进行形式多样、覆盖面广、持久的宣传。通过参加全球著名的展览会和博览会、在各类媒体上进行广泛宣传，投诉人大力推广其品牌、推介

展示其产品、拓宽销售渠道。各界媒体也对投诉人及其产品予以了极大的关注，频繁的报导了有关于投诉人的各项新闻。在中国，由于投诉人秉承以质量为先的宗旨，投诉人及其中国企业多年来获奖无数，在中国家喻户晓。

综上，通过投诉人长期和广泛的宣传及使用，投诉人及其“CUMMINS”、“”商标在中国已经为相关公众广为知晓并享有极高的声誉。

(2) 投诉人对“CUMMINS”和“”商标的注册及宣传情况

投诉人对其商标在世界 100 多个国家和地区进行了广泛的注册，其中包括其极富独创性和显著性的“CUMMINS”和“”商标。注册地域范围包括：阿根廷、澳大利亚、奥地利、欧共体、芬兰、法国、德国、希腊、香港、匈牙利、冰岛、印度、印度尼西亚、伊朗、爱尔兰、以色列、意大利、日本、韩国、马来西亚、俄罗斯、中国台湾等国家和地区。其中，最早的是 1978 年 11 月 20 日在西班牙的注册。

投诉人一直十分重视对其知识产权在中国的保护。自 1981 年以来，投诉人陆续向中国国家工商行政管理总局商标局提交了在国际分类第 4、6、7、9、12、37、39 类等有关商品上注册“CUMMINS”、“”的申请并获得多项注册。其中，仅在国际分类第 7 类就拥有注册号 266275、1691312、157527、1669792 等多项注册，其指定使用的商品包括：柴油机；发动机（非陆地车辆用）；内燃机（非陆地车辆用）；柴油机（非陆地车辆用）；发电机；汽化器；催化转换器；活塞环；离心机；马达和引擎起动机；发动机散热器等。由此可见，投诉人对“CUMMINS”、“”商标享有注册商标专用权，其合法权利受到《中华人民共和国商标法》的切实保护。前述商标的注册日期均远远早于争议域名的申请日期。因此，投诉人对“CUMMINS”、“”拥有在先的注册商标专用权。

(3) 投诉人的“CUMMINS”、“康明斯”系列商号

“CUMMINS”、“康明斯”作为投诉人的商号和主商标被所有在中国的分

支机构广泛使用在投诉人所经营销售的各个领域，在相关行业和消费者心中具有广泛的影响力和知名度。

投诉人美国康明斯有限公司（CUMMINS INC.）创建于 1919 年。依据《巴黎公约》第八条第六款之规定：“商号应在本同盟一切成员国受保护，无须申请或注册，也不论是否为商标的组成部分”。中国、美国均为该公约成员国，投诉人的商号属于《巴黎公约》所定义的工业产权的范畴，应当受到中国法律的保护。

“康明斯”是投诉人英文商号“CUMMINS”的中文音译，源自投诉人公司同名的创始人克莱西·莱尔·康明斯先生。1979 年，首家康明斯驻华办事处在北京成立。在进入中国市场的 30 年来，投诉人在中国的北京、上海、无锡、重庆、襄樊、西安、武汉、广州、成都、沈阳等多个城市成立了分公司以及分销服务网点。“康明斯”作为投诉人的中文商号早已成为中国机电领域的知名企业，为相关公众所熟知。

前述投诉人在中国的子公司的登记日为 1997 年 1 月 6 日，远远早于争议域名的申请日。投诉人对“CUMMINS”、“康明斯”享有在先商号权是毋庸置疑的。从投诉人第一天进入中国市场时起，就以“CUMMINS”、“康明斯”来标识自己和自己的产品。投诉人对“CUMMINS”、“康明斯”拥有在先的商号权。

（4）投诉人在与 CUMMINS、康明斯相关域名中的权益

早在 1990 年，投诉人就注册了域名<cummins.com>，在全球范围内宣传和推广其产品。2003 年，随着在华业务的不断发展，投诉人的全资子公司康明斯（中国）投资有限公司又注册了域名<cummins.com.cn>，并将其建成康明斯中国官方网站，以便中国消费者更为深入地了解投诉人及其产品和服务。2004 到 2005 年间，康明斯（中国）投资有限公司先后注册了域名<cumminsoil.com>、<康明斯.net>等作为其对“CUMMINS”、“康明斯”所现有的民事权利在互联网上的实现。

（5）投诉人对 CUMMINS、康明斯合法权益获认可的情况

2003 年 6 月，国家工商行政管理总局商标局下发了对申请注册于第 4 类的第 1544353 号“CUMMINS”商标的异议裁定书。由该裁定书可见，商

标局肯定了第 4 类“发动机油、润滑油”商品与投诉人在第 7 类的“柴油机”商品、第 12 类的“车辆用柴油机”商品具有高度关联性。并且，商标局也肯定了投诉人的商标早在九十年代就已经在中国具有了极高的知名度。

另外，在商标局作出的（2005）商标异字第 01548 号“CUMMINS”商标异议裁定书中，该案的被异议商标与投诉人商标相同，但与投诉人商标的商品完全不同。之所以作出有利于投诉人的裁定，是商标局充分认识到，投诉人在当地的知名度已足以在第 25 类商品上享受扩大保护。

综上所述，“康明斯”系列商标在中国的使用时间长、新闻发布和报道涉及范围广泛、受众关注程度很高。其产品销量在相关行业内名列前茅，是深受消费者喜爱和信赖的高质量产品，具有了极高的声誉和商誉，已达到驰名的程度。

（6）本案相关背景介绍

（6.1）争议域名注册及使用情况

根据投诉人的实地调查发现，被投诉人“zhou xuesong”的中文姓名为周雪松，被投诉人于 2007 年 4 月 24 日注册成立了“重庆康名士商贸有限公司”并担任其法定代表人。被投诉人于 2008 年 12 月 19 日注册了域名 <cumminscn.com> 并将其链接至被投诉人网站。在该网站上，被投诉人未经许可，以重庆康名士商贸有限公司（Chongqing Kang Famous Commerce Co., Ltd.）的名义宣传和许诺销售各种款式的康明斯发动机，并在网站上显著使用了康明斯著名商标“CUMMINS”。

2009 年 10 月 14 日，2010 年 4 月 6 日以及 2010 年 4 月 8 日，投诉人委托北京市铸成律师事务所向被投诉人公司发送了律师函。在律师函中，投诉人告知被投诉人其注册以及使用争议域名 <cumminscn.com> 的行为侵犯了投诉人的在先权利，并要求被投诉人停止侵权，将争议域名 <cumminscn.com> 转让给投诉人。在随后的跟进过程中，被投诉人拒绝配合。


随后，投诉人委托北京市铸成律师事务所向争议域名所指向网站的 ISP（网络服务提供商）发送了律师函，要求其配合删除相关侵权信息。在被投诉人的阻扰之下，ISP 声称只有收到生效的法院民事判决书才进行删除

工作，否则不予合作。

(6.2) 投诉人曾针对被投诉人进行的工商打假行动


2009年7月20日，针对被投诉人销售假冒的“康明斯”产品的行为，投诉人成功地对其进行了工商打假行动。重庆市工商行政管理局沙坪坝分局认定被投诉人侵犯了投诉人的注册商标专用权，责令其立即停止侵权行为，并决定1)没收侵权活塞环206盒；2)罚款18000元。


从打假行动的一系列照片可见，被投诉人在其销售的假冒的“活塞环”


上突出使用了投诉人的商标“”，并声称其为真正康明斯零件。种种行为皆显示出其假冒商标、混淆相关公众，谋取不正当利益的恶意。该公司生产的假冒“康明斯”产品已经被当地工商部门查封，其恶意侵权行为已为官方确认并予以处罚。


(7) 争议域名<cumminscn.com>与投诉人享有民事权益的注册商标“CUMMINS”构成混淆性相似。

(7.1) 如前所述，投诉人目前已在世界上100多个国家和地区对

“CUMMINS”及其独具特色的“”进行了商标注册。自1981年以来，投诉人陆续向中国国家工商行政管理总局商标局提交了在国际分类第4、6、

7、9、12、37、39类等有关商品上注册“CUMMINS”、“”的申请并获得多项注册。其中，仅在国际分类第7类就拥有注册号266275、1691312、157527、1669792等多项注册，其指定使用的商品包括：柴油机；发动机（非陆地车辆用）；内燃机（非陆地车辆用）；柴油机（非陆地车辆用）；发电机；汽化器；催化转换器；活塞环；离心机；马达和引擎起动机；发动

机散热器等。由此可见，投诉人对“CUMMINS”、“”商标享有注册商标专用权，其合法权利受到《中华人民共和国商标法》的切实保护。前述四件商标的注册日期均远远早于争议域名的申请日期。因此，投诉人对

“CUMMINS”、“”拥有在先的注册商标专用权。

(7.2) “CUMMINS”不仅是投诉人的主商标，也是投诉人的商号，投诉人依法对“CUMMINS”享有商号权。

(7.3) 被投诉人于 2008 年 12 月 19 日所注册的争议域名远在投诉人为其“CUMMINS”商标及商号在世界各地包括中国建立了名声及商誉之后。

(7.4) 争议域名<cummincn.com>的可识别部分为“cumminscn”,该部分与投诉人商标的区别就是在商标的后面添加了词语“cn”。按照公众的一般理解,“cn”是中国国家顶级域名,在域名中仅仅起到描述作用,无法起到识别作用。因此,该争议域名的显著部分为“cummins”,该部分与投诉人享有在先权利的商标“cummins”完全相同。“cn”的增加没有改变、变更或是阐明商标,反而会误导人们认为该争议域名与投诉人之间存在关联关系。特别是,当消费者登录争议域名所指向网站并看到被诉人销售康明斯产品时,更会误认为争议域名所指向的网站与投诉人存在关联关系。因此,该争议域名与投诉人的享有民事权益注册商标构成混淆性相似。

(7.5) 普通公众看到“cumminscn”字样时,不可避免地会联想到投诉人享有合法民事权益的著名商标及商号—“cummins”。被投诉人对争议域名的注册和使用必然会导致互联网用户误以为争议域名是由投诉人注册或与投诉人有着密切的联系,从而引起混淆甚至毁损投诉人的良好声誉。(PRL USA Holdings, Inc. v. Yan Shif, WIPO Case No. D2006-0700: 当注册商标与争议域名的联系会使用户可能认为相关的产品/服务来自于同一企业,则构成混淆性相似)。

(7.6) 争议域名的后缀“.net”、“.com”应不被纳入到认定争议域名与投诉人“CUMMINS”商标是否相同的认定中。(Pomellato S.p.A. v. Richard Tonetti, WIPO Case No. D2000-0493, 专家组认为后缀“.com”与认定相同或混淆性近似无关)因此,被投诉人所注册的争议域名与投诉人的“CUMMINS”标识混淆性近似。

综上,争议域名与投诉人享有合法民事权益的“CUMMINS”商标及商号混淆性相似。

(8) 被投诉域名的持有人对争议域名或者其主要部分不享有合法权益

(8.1) 投诉人对“CUMMINS”商标的注册可追溯至 1986 年,注册号为 266275, 275567, 1691312 等。争议域名<cumminscn.com>注册于

2008年12月19日，大大晚于投诉人将“CUMMINS”注册为商标的日期，更大大晚于投诉人实际使用“CUMMINS”作为其商号及申请注册“CUMMINS”商标的日期。

(8.2) 投诉人与被投诉人没有任何关联关系，也从未授权被投诉人注册/使用争议域名或“CUMMINS”商标。

(8.3) 投诉人在中国国家工商行政管理总局商标局的官方网站上对被投诉人及其公司名下商标进行了查询，结果显示被投诉人及其公司未申请注册/注册任何与“CUMMINS”有关的商标。

(8.4) 仅仅是注册本身不足以使被投诉人获得合法权益 (Educational Testing Service v. TOEFL, WIPO Case No. D2000-0044)。

(8.5) 从被投诉人的名称及互联网上对被投诉人的查询结果表明，被投诉人没有任何证据证明其对争议域名享有合法权益。

(8.6) 根据投诉人的工商查询结果显示，被投诉人于2007年4月24日注册了“重庆康名士商贸有限公司”并担任其法定代表人。若被投诉人主张该域名主体部分是其商号“康名士”的对应词，其应当选择对应的汉语拼音“kangmingshicn”而非“cumminscn”。被投诉人选择此争议域名时是要故意利用投诉人的商誉来吸引网络使用者到该网站而获利。除了非法盗用投诉人的商标外，被投诉人不能够解释为何选择该争议域名。此等故意利用他人声誉来获利的使用是不能构成“合理地使用或非商业性地合法使用该域名”。

(8.7) 被投诉人将争议域名用于推广销售康明斯发动机部件等商品，与投诉人的业务范围存在直接冲突。特别地，被投诉人在实际经营中销售假冒康明斯产品，该行为严重损害了投诉人的合法权益。2009年7月20日，针对被投诉人销售假冒的“康明斯”产品的行为，投诉人成功地对其进行了工商打假行动。重庆市工商行政管理局沙坪坝分局认定被投诉人侵犯了投诉人的注册商标专用权，责令其立即停止侵权行为，并决定 1) 没收侵权活塞环 206 盒；2) 罚款 18000 元。

(8.8) 由上述可见，依据中国现行立法的规定，被投诉人对“CUMMINS”商号、商标及本案争议域名的使用已构成商标侵权和不正当竞

争。被投诉人不能声称争议域名已经合法获得一定的知名度。被投诉人也不能声称其合理地使用或非商业性地合法使用了争议域名。

(8.9) 关于本项条件的举证责任，当投诉人初步证明被投诉人不享有合法权益后，被投诉人则应承担相应举证责任证明其本身享有合法权益。

(Neusiedler Aktiengesellschaft v. Kulkarni, WIPO Case No. D2000-1769)

(9) 被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意

(9.1) 根据《政策》4a(iii)的规定，投诉人为符合本项条件，需要证明被投诉人的注册和使用争议域名的行为具有恶意。而在认定被投诉人是否具有恶意时，应综合考虑各种情况后而加以判断。且认定标准应为证据优势原则，即现有证据表示被投诉人具有恶意的可能性大于没有恶意的可能性即可；(Telstra Corporation Limited v. Nuclear Marshmallows, WIPO Case No. D2000-0003.)

(9.2) 被投诉人将争议域名 <cumminscn.com> 注册为自己的域名，客观上必然阻止了作为合法民事权益所有人的投诉人将自己的商标用于域名注册，妨碍了投诉人在互联网上使用自己的域名进行商业活动，破坏了投诉人的正常业务活动，构成《政策》4b(ii)所规定的“阻止商标所有人以相应域名反映其商标”的恶意行为。

(9.3) 将“CUMMINS”商标略加改变注册为域名的行为，使被投诉人构成了在《政策》4b(iii)款意义上的“竞争对手”。(Mission KwaSizabantu v. Rost, WIPO Case No. D2000-0279: 专家组认为“竞争对手”的自然定义是与一方对立的人，而被投诉人注册与投诉人注册商标相同的域名的行为，使其符合“竞争对手”的定义。)被投诉人在注册本案争议域名后建立了网站，并宣传和许诺销售康明斯产品，极易使公众误认为被投诉人以争议域名建立的网站就是投诉人的网站或至少经过投诉人授权建立的网站，从而实际上混淆投诉人与被投诉人之间的区别，产生误导社会公众的效果。其结果必然会给投诉人的利益造成损害,构成《政策》4b(iii)规定的“破坏竞争对手正常的业务活动”之情况。(Express Messenger Systems, Inc. v. Golden State Overnight Delivery Service, Inc., WIPO Case No. D2001-0063)

(9.4) 被投诉人若非为故意误导相关公众、在消费者间制造与投诉人

的混淆关系，就不会注册争议域名。事实上，被投诉人通过故意包含投诉人的商标来吸引互联网用户，并在被投诉人网站的来源、赞助、关联、协助等方面与投诉人的商标制造混淆，从而获取商业利润。(Croatia Airlines d.d. v. Modern Empire Internet Ltd., WIPO Case No. D2003-0455)，已构成《政策》4b(iv)规定的“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它联机地址”。

(9.5) 投诉人是全球领先的动力设备制造商，设计、制造和分销包括燃油系统、控制系统、进气处理、滤清系统、尾气处理系统和电力系统在内的发动机及其相关技术，并提供相应的售后服务。投诉人及其产品在包括中国在内的世界范围内享有极高的知名度，在被投诉人明知“CUMMINS”商标的情况下，被投诉人对争议域名的注册和使用应该被视为具有恶意。(Victoria’s Secret et al v. Atchinson Investments Ltd Case. No. FA0101000096496) 在被投诉人理应对投诉人的著名且具显著性的商标有所知悉的情况下，仍然将其注册为域名，则在法律上构成“推定恶意”(Phat Fashions LLC v. Kevin Kruger, NAF Case. No. FA0012000096193)。

(9.6) “CUMMINS”不属于字典中的词汇，一旦独立于投诉人及其品牌，则不具备任何实际意义。因为该商标与投诉人十分相关，因此任何与投诉人无关的人注册或使用争议域名的行为都会构成机会主义恶意 (opportunistic bad faith)。(Deutsche Bank AG v. Diego-Arturo Bruckner, WIPO Case No. D2000-0277)。

(9.7) 如果被投诉人继续持有争议域名，不仅能够获得被投诉人网站的点击量和知名度，进而增加被投诉人的商业机会；而且排除投诉人在网上开展宣传和业务的可能性，误导相关的消费者。总之，被投诉人的行为损害了投诉人的声誉，破坏了投诉人的正常业务活动，因此根据《政策》的规定，被投诉人对争议域名构成恶意注册。

据此，投诉人请求专家组裁决将本案争议域名“cumminscn.com”转移给投诉人。

被投诉人辩称：

(1) KMS 从来没有在网站上以任何名义宣传和许诺销售各种款式的康明斯发动机，而只是销售康明斯柴油机使用的配件。

无论过去，还是现在，或者将来，KMS 的定位就是销售柴油机的配件，而不是销售整机，更不可能生产柴油机整机。在这一点上面正是 KMS 公司与传统的其他销售公司显著的不同。KMS 公司不但销售康明斯柴油机使用的配件，也销售卡特、沃尔沃、小松、三菱、丰田、帕金斯、道依茨、斯太尔、曼、瓦锡兰、五十铃、潍柴、玉柴、淄柴、扬柴、大柴、锡柴等各种品牌的大功率柴油机的配件，并且与相当数量的大型柴油机配件制造企业形成了非常好的合作模式。投诉方不仔细了解 KMS 公司的销售定位和销售特点，片面武断地认为 KMS 公司宣传和许诺销售各种款式的康明斯发动机，完全是投诉方的主观想象。

(2) 对 KMS 的打假行动，从最后的结果可以看出侵权行为的严重程度说明投诉人在以点概面。

请注意二点，第一是打假行动的侵权产品只有一个品种，活塞环 206 盒；第二是罚款是 18000 元。KMS 公司销售的柴油机配件，仅仅康明斯柴油机使用的就有 9000 多种现货，而只有其中一种就是这 206 盒活塞环是侵权产品。当时这个产品是有人指定要，还告诉我们哪里有，还不需要增值税票，而且供货方不快递，不航空，不愿意出增值税票，只愿意送货上门，愿意货到付款，最后是一个摩托车送上门的，货一到库房，1 小时之内就被查封，查封之后也再联系不上供应商也没有再要求 KMS 付款。其间过程在工商的整个处理过程中 KMS 都有清楚的解释。如果放在现在来看整个过程，相信电子商务的从业者也一定会讥笑 KMS。9000 多个品种有一个被误导侵权的产品，就能说明 9000 多个品种全部是侵权产品？

KMS 公司经过此次事件后，在后来的采购供应中，强制要求供应商必须出具增值税发票，这个门槛即有效地把假冒伪劣挡在了门外。

(3) 认为域名与商标混淆，本质就是在误导。在域名中使用字符串与使用商标是两个本质完全不同的概念。

在电子商务的实务中，随着搜索引擎这种技术的快速兴起与成长，最近几年的实践证明一个网站的成功已经与域名本身几乎没有关系，具体的

原因被投诉人无法探究搜索引擎的工作法则。用户，即搜索者，是通过搜索引擎才能找到网站。但是，搜索引擎认的并不是域名而是 IP 地址。搜索引擎的工作模式是分析搜索者的搜索词，再分析在什么 IP 地址中存放的内容是不是最符合搜索者的需要。这与传统中用商标来吸引客户的使用方法是完全不同的模式。是搜索引擎认为网站中某个网页的内容符合搜索者的需要，而不是搜索者从域名来判断这个网站是否与商标所有人有什么关系。对搜索者而言，不是因为域名中含有商标的字符串而进入网站，而是因为网页的内容质量高而被搜索引擎把网页推荐给搜索者。这种推荐是现在电子商务网站成功的基础，与域名没有关系。

(4) KMS 对域名的注册是合理合法进行，是投诉人自己放弃的结果。

被投诉的域名注册时间是 2008 年 12 月，在此之前，投诉人与重庆康明斯工程机械有限公司曾经因为域名问题进行了长达两年的诉讼。案件本身我们现在不去关注它，但是这个案件的存在，证明投诉人不但应该知道，而且肯定已经知道，与投诉人商标相关的字符串会被在域名注册中被大量使用。商标权人已经使用其它名称注册域名，发现别人注册的域名更有价值，更适合自己，为夺取该域名，以控诉在先域名注册人侵权为手段，迫使其转让或放弃与其商标相同或近似的域名，达到自己使用该域名的目的。在先注册的域名经使用和宣传产生一定的信誉和知名度并拥有一定的用户群，却被商标权人最终夺得该域名而坐享其成，这无疑对原域名注册人是不公平的。商标法本身并未当然禁止他人以商标注册为域名，商标法仅禁止他人以侵害或淡化的手段使用商标权人的商标。域名的“善意先占者”没有义务为商标权人捍卫商标权益。如果任何商标权人都可依据其注册商标对抗已经注册的域名，那现有的许多注册域名将失去存在的基础，互联网的发展秩序将会紊乱。因此，应对商标权的保护范围进行适当限制。

合理使用是商标权限制的核心内容，是指在某些情况下，“他人善意使用与注册商标相同或类似的标记，不会引起混淆或误认，就不构成对商标权的侵犯，商标权人不能以商标专用权排除他人的这种使用。”

互联网催生了网络语言和网络文化。网民的语言创造能力已达登峰造极的地步，网络带来的网络语言、网络世界的新异性，语言文化的多样性全部集中在一个以英文为主的域名领域，其冲突必然是无先例可循的，如

果仍以商标法上对商标的相似判断，对商标的英文符号和读音符号必然采取双重保护，这样不但增加商标权人因多占域名而增加经济负担，同时也扼杀了一大批域名，或限制域名的创造空间。再加上这种保护是不分商品种类的，这无疑是将商标文字的汉语拼音和商标的中文文字予以同等保护，或者说发音也变相成为了商标，这是完全超越商标法和《保护工业产权巴黎公约》规定的。应当说，网络域名仅为指示因特网上的一个地址，是一种通讯的方式，就像电话号码一样，而不属商标所需要的功能。

在这种情况下，投诉人没有主动注册可能被使用的相关域名，在域名注册的实践中应该被视为主动放弃。在诉讼案件之后合理合法注册的域名，不能与域名注册在中国开始兴起时的恶意注册相提并论。

更何况，投诉人已经拥有了“.cummins.com”的相关域名，如果“cumminscn.com、cumminspumps.com、fjcummins.com chinacummins.com”之类的域名也因为在字符串中包含有cummins必须是属于投诉人的话，那是不是意味着投诉人理所当然地可以拥有成千上万个可能的域名，他自己不用，也不允许其他人善意使用？

目前我国驰名商标保护的法理和实践存在严重脱节，甚至原本是为了保护正当竞争而制定的驰名商标保护制度，现已开始造成新的不正当竞争现象，其根本原因在于驰名商标权利的滥用。限制他人对驰名商标的合理使用就是其中最为典型的一种。

我国是在受到美国压力的情况下开始驰名商标的保护的，并于1995年同美国达成了《有效保护及实施知识产权行动计划》。我国目前在知识产权保护的现状是社会意识的普遍低下和法学理论上的过分超前，这对我国的发展并不是一件好事。对驰名商标的保护问题，已不是纯粹的知识产权保护问题，而是经济强国用以争取维持本国竞争者在国际市场上的竞争地位从而最大限度的占领市场。因此，过高的商标保护水平并不适用于我国这样的发展中国家，驰名商标的权利不应该延伸到无限的网络。否则法律的泡沫将不可避免。驰名商标保护中的权利滥用行为将会危害正常的市场竞争秩序，不利于社会利益的平衡。

只有符合中国实际情况的才可以借鉴吸收并被发扬光大，星星之火才

可以燎原。

(5) 中止域名使用与中止商标侵权是完全不同的行为

虽然域名与成功的网站已经没有什么关系，但是一个已经正常存在并且一直延续使用的网站域名却包含了太多的不可撤消的信息。中止商标使用对实物没有什么大的伤害，而中止一个域名的使用却与扼杀一个生命一样严重。对于电子商务的实践者来说，不是更换一个域名，他的网页中的内容还会同样被搜索引擎认可。更换一个域名，对搜索引擎来说意味着这是一个新的生命，一条条新的内容。尽管可能网站的内容一点没有改变，但是搜索引擎认为这不是原来那个域名中的原来的信息，而是一条条全新的新信息。那么，网站所有人，投入的所有精力、时间、创造、创新，全部会因为域名的中止而烟消云散。同样的网站内容，不同的域名，一个刚建立，和一个已经有多年历史并且一直存在的，在搜索引擎的被推荐的可能性方面是完全不同的结果。从这一点上，中止一个域名比强拆一个违章建筑还有更为严重的影响。对于一个认真从事电子商务研究的网站来说，对于网站的投入可能会远远超出一个建筑的代价。国家现在对于强拆尚且能依法办事，而且越来越慎重，更何况对于执法部门、立法部门、理论界都还存在巨大争议的域名保护呢。

(6) 放弃使用域名的条件

如果投诉人能重新注册一个网站并且达到下列条件，那么被投诉人可以考虑放弃这个域名的使用。一：重新注册一个新的含有“Cummins”字符串的域名。二：网站所有者不能与投诉人或者投诉人有委托授权关系的单位有任何官方或者委托授权的关系。三：网站内容必须是原创的，不能是简单复制其他网站的内容。四：网站服务器必须在中国，并接受中国政府的一切监管行为。五：从域名注册之日起，180天之内，让网站的网页，同样与“cumminscn.com”一样，当用户在搜索“cummins”这个关键词的时候，被GOOGLE.COM搜索引擎推荐在前10位。六：网站只能以一级域名的形式出现。七：排名结果不能以任何付费的形式达到，而是长期稳定地被搜索引擎推荐。

上面这些条件，也充分说明投诉人所针对的网站，“cumminscn.com”

是因为大量原创的内容，被搜索者认可，进而被搜索引擎认可。这种认可与域名没有关系。一个电子商务的实践者，只有用心研究用户的真实需要，并不断提供用户所关注的内容，并且在商务实践都能真正提供用户需要的产品，想用户所想，急用户所急，才会真正被用户接受。

(7)在电子商务中使用叙述性字符串与在实体销售中使用商标的不同

其他行业的电子商务模式 KMS 没有能力去分析，但是在柴油机配件的销售这一块，KMS 充分感觉到，一个好的网站，仅仅是达到交易的基础。柴油机配件的销售，不可能象其他快速消费品一样，在线上完成交易。客户进入网站，只是可能交易的基础，KMS 建立了很强大的销售和技术队伍，在线下要为客户提供相当多的查询，比较，选择，每一个配件的销售都要经过反复确认才能肯定，KMS 要销售的配件，是不是就是客户想要的配件。从这个方面来说，形成交易的关键性因素是线下的服务被客户认可，纯粹的电子商务在柴油机配件这个细分行业上是行不通的。投诉方认为 KMS 公司单纯用网站就能与客户达成交易，如果不是不懂，就是主观想象，不是事实。

商标是由文字、图形或文字与图形的组合，由商品或服务的提供者使用以示区别于其他商品或服务的标志。

域名则只能由字母和符号组成，但不要求具有显著性，域名之间的相似是对文字视觉判断上的相似，但不会产生任何实质的混淆。

域名的创造追求标识的含义，但对域名登记注册却无含义方面的要求。商标追求显著性，对商标的注册审查或商标间的相似性判断要考虑商标的含义，标识的权利人与标识的评判者与各标识相互脱离性必然影响域名与商标的相似性问题。

域名一般性与商品脱离的特征限制了混淆的发生或使混淆的程度降低。在互联网环境下，“水平类别”这样一个标识标准已经不复存在，域名不过是一次猜测行为“practice of guessing”，因为对网民而言，在实际登陆一个网站之前，根本无法通过对域名来判断这些不同。人们有时会因为对域名的误判而进入某个网站中，但真正因为此误判而错误购买的人并不多。正如人们有时可能会从一本书的名称来推测书中的内容，而最后人们不会因为书名或仅看一眼封面就购买一本书。

(8) 电子商务是对传统服务的有益补充，而不是伤害

投诉人有条件，也有充足的经济实力，通过电子商务的模式，给用户提供新的，增值的服务，投诉人不去研究如何做到这一点，反而认为类似于 KMS 公司这样的电子商务实践者认真研究学习并实践如何去达到这一目标的行为是侵权行为，这就无异于说，我不创新，也不允许你们创新。

KMS 公司充分运用网络平台，提供客户需要的，投诉人可以提供却不愿意提供的服务，(CCEC 现在只提供三包期内的无偿服务，三包期外的收费服务 CCEC 不提供，而国家并没有任何相关法律条款规定，有关柴油机配件的相关收费服务只能由康明斯的相关商标授权机构才能进行) 不但不是对投诉人的侵害，反而是对投诉人的服务有益补充。

(9) 商标保护是鼓励创新鼓励创造而不是鼓励保守鼓励垄断

只注意域名对商标的抢注，注重对商标权人的保护，而未能充分认识到商标对域名的反向侵夺，与商标所对应的域名的使用者越来越缺乏自主性，域名持有人豁免侵权的领地少之又少。商标权人和域名注册人同为经营者，理应受到平等的保护。因此，司法实践中，我们既要保护商标权人的专有权，又不能忽视域名注册人的合法权利，平衡好二者之间的利益关系，避免对商标权在网络上的扩大保护，甚至是无条件的绝对保护。

无论是商标保护，还是广泛的知识产权保护，立法的目的，核心就是保护发明创造创新，鼓励发明创造创新，而不是鼓励保守鼓励垄断。网络革命之于中国，一切基于此的技术创新，服务创新，都是应该鼓励的，值得有识之士去大胆探索的。

投诉人不主动适应社会形式的发展，不运用新的技术手段给用户提供更更好更有价值的服务，那是投诉人自己的选择。他不可能限制，也没有理由阻止我们充分研究并运用这些新的技术手段，创新服务，提供更多更有价值的个性化服务，去为客户提供更快更有效的服务，为客户节约层层代理商的加价从而降低使用成本，为客户减少等待配件到货的时间，从而为客户创造更多的价值。

(10) 商标保护与域名保护是两个不同的范畴

首先，域名与商标的适用对象不同。商标是用来标识商品或服务，而域名从技术层面上说是用来标识计算机的，是网络中计算机的地址。之所以会产生同商标类似的作用，是因为域名指向的计算机往往是企业展示和销售产品或服务的“场所”，使访问者自然而然的将域名与其所展示的商品或服务联系起来。

其次，两者虽然都具有标识性，但其标识性的基础是不同的。商标的标识性来源于商标所具有的显著性，商标必须有一定的区别力，便于识别而不至于与同类其它厂商的商品产生混淆。因为商标的区别力取决于人的感官上的判断，所以如果两个商标即使有区别，但容易使人产生混淆，则不被认为具有显著性。而域名是由计算机系统识别的，计算机对非常相似的域名也可以精确的区分开来，绝不会出现“混淆”的情况。“电子技术手段和感觉感官在精确性上的巨大差异是造成两者不同的主要技术原因。”因此域名的唯一性即可保障他的标识性，而不需具有显著性。

设定注册商标的保护范围，既有利于充分保护商标注册人正确有效地行使自己的商标专用权，又可以避免不适当地扩大注册商标专用权的保护范围，使商标注册人将其商标专用权限制在注册范围内。

如果商标保护与域名保护是两个等同的概念，那么请问，域名注册是属于商标保护的四十多个大类的那一类呢？投诉人的商标在这一类中是否申请了保护呢？如果不是同一个范畴，那么域名保护自会有其产生发展完善的一个过程，在相应的司法立法不完善的情况下，在立法、执法、司法，理论界都还要相当大的争议的情况下，我们应该如何做，做什么，就不能照搬国外的条条框框，中国有中国的国情，任何理论都需要在中国的环境下实践，去验证。基于对于域名保护的理论上的巨大争议，被投诉人也不同意一人专家组的裁决，正因为争议太大，所以一人专家组裁决非常有可能有失公正。

(11) 在电子商务的实践中，KMS 也是在不断地探索学习理解，每一点进步都要付出巨大的代价。KMS 公司及其相应网站“cqkms.com、cumminscn.com、cumminspumps.com、enginepartscm.com”从成立开始，就始终坚信，我们会一直存在，因为我们会一直在中华人民共和国这片国地上，诚实守信经营，不断学习，不断创新，不断探索。只有一个实

实实在在地不断为客户降低使用成本，为客户提供更多增值服务，创造更多价值的企业，才是一个会被用户认可的企业。

（12）限制商标权滥用的法律问题

域名是科技发展的新产物，域名纠纷也因域名的无界性而从一国扩展至全世界，其法律适用问题在国际私法和非国际私法的范围内都存在。

我国《商标法》第1条也规定：“商标法调整经营领域中的商标关系，不调整其他领域的关系。”网络技术催生出电子商务，域名只起到地址的作用，它不依附特定商品，也非必然的与特定的商品相联系，因此没有侵害他人商品的基础；网页既非商品也非服务，不属于商标法调整的范围；域名与商标名称对应关系引起的保护不能。任何标识，如果脱离了商品，充其量也只有美学上或版权法上的意义，它是无法成为商标也无法获得商标法的保护的，当然它也无法侵犯别人的商标权，或者说它对商标存在侵权不能。

域名作为网络地址标识，只能由字符组成，既不能标识于商品上，也不能被替换。商标却可以是图形、文字或图形和文字的组合形成。商标权人可以禁止他人使用与其相类似的标志，但是否可以禁止别人使用本身就不具有特别意义的文字呢？事实上，商标不同于版权，商标仅仅是为了保护商标权人的信誉而授权禁止将别人的商品当自己的来出售而已，当标识的使用方式并非为了欺骗大众时，也就无须对文字用于告知事实做出限制了。

二十一世纪是一个知识经济时代，知识产权及其法律制度在当代经济和社会发展中的地位日益重要，已经成为一个国家谋求或者巩固其大国地位、增强国际影响力的重要手段，各国纷纷加大了对知识产权的保护力度。但是，我们也不能把知识产权神圣化和绝对化。即使是合法授予的知识产权。

反淡化保护是一种对著名商标进行扩大化保护的制度，其根本目标是保护著名商标的显著性和识别性不受弱化、丑化和退化。但是这种强保护也有可能被权利人滥用，从而妨碍他人言论自由，损害自由公平竞争，造成垄断。反垄断法主要通过禁止限制竞争性协议和滥用市场支配地位行为对其进行规制，体现了公益与私益的平衡。

法律总是滞后于科技发展的今天，我们应该权衡不同利益的关系，体现出公平性和效率性，防止某项权利的行使过度。

(13) 投诉方认为 KMS 公司只能用拼音做为公司域名是极为荒唐的没有任何相关条款规定，一个公司只有用一种唯一的拼音方式做为公司网站的域名，就从一点理解，投诉方对于域名的理解，不是极为幼稚，就是在故意混淆视听。

“cumminscn.com”这个网站，只是公司系列网站中的一个，KMS 公司为了准确推广公司销售的产品，已经成功建立并注册了相当数量的网站，而且每一个网站都是公司自己原创的相关内容。根据我们自己对电子商务的实践，每一个网站都必须是独立的域名。难道说有任何条款规定一个公司不能拥有多个独立域名的网站。反而是投诉方，有了自己非常相关的公司独立域名并且与自己的品牌准确关联，自己不去注册，现在还想把包含“cummins”这个字符的所有域名无偿据为己有，而包含“Cummins”字符串的域名可以是无限多个，他自己不使用，不注册，难道也不允许其他人去注册使用，这符合域名注册使用的法则吗？就算投诉人花费巨资把所有包含“Cummins”字符串的域名全部注册，如果他不使用，就已经有违域名注册分配的法则，更何况他没有注册！

投诉方的行为是典型的滥用商标保护权的行为。

4、专家组意见

根据被投诉人与注册商之间的域名注册协议，被投诉人同意受《统一域名争议解决政策》(《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(a)条的规定，投诉人必须证明以下三个条件均已满足：

(i) 争议域名与投诉人拥有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性地相似；且

(ii) 被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益；且

(iii) 投诉人对争议域名的注册和使用均为恶意。

关于完全相同或混淆性相似

“**CUMMINS**”是投诉人的注册商标。该商标已经在中国等多个国家和地区注册多年。其商标注册至今合法有效。投诉人就“**CUMMINS**”商标享有受中国法律保护的权利。投诉人还主张就“**CUMMINS**”、“康明斯”享有商号权。由于《政策》不涉及投诉人的商号权与争议域名之间的争议，因此投诉人关于商号权的主张，专家组不予以考虑。

被投诉人注册的争议域名为“cumminscn.com”。根据《政策》作出的裁决表明，适用第 4(a)(i)条判断争议域名与投诉人的商标是否构成混淆性近似，主要采用字符对比的方法，即比对争议域名与投诉人的相关文字商标是否在字符构成上近似（例如 *Wal-Mart Stores, Inc. v. Richard MacLeod d/b/a For Sale*, WIPO Case No. D2000-0662; *Gateway, Inc. v. Pixelera.com, Inc.*, WIPO Case No. D2000-0109）。在本案中，争议域名除去代表通用顶级域名“.com”的字符外，由“cumminscn”组成。与投诉人的注册商标“**CUMMINS**”相比，争议域名在“cummins”之后添加了“cn”。由于在域名系统中，“cn”是代表中国国家顶级域名的通用字符，因此争议域名在与投诉人的注册商标相同的字符之后添加代表“中国”的通用字符，并不能使之实质性地区别于投诉人的商标。

因此，专家组认为，争议域名与投诉人的注册商标混淆性近似，投诉满足《政策》第 4(a)(i)条规定的第一个条件。

关于被投诉人权利或合法利益

《政策》第 4(a)(ii)条要求投诉人证明被投诉人就争议域名不享有权利或者合法利益。在本案中，投诉人已经就其所知所能提供了证据，证明被投诉人就争议域名“cumminscn”不享有商标等权利。专家组认为，投诉人已经完成了《政策》第 4(a)(ii)条所要求的举证责任，举证责任应当转移到被投诉人一方。

被投诉人提交了答辩，反驳投诉人的主张。被投诉人的答辩书提出了 13 点理由，有些用于说明被投诉人就争议域名享有权利或者合法利益，有些用于说明被投诉人就争议域名的注册和使用没有恶意，还有些用于说明投诉构成反向域名劫持。专家组决定，对被投诉人答辩书提出的各项理由加以综合考虑，并根据《政策》的有关规定加以判断。

《政策》第 4(c)条列举了被投诉人能够证明其就争议域名享有权利或

者合法利益的典型情形，该条虽系非穷尽式列举，但是对专家组作出有关认定无疑具有指导意义。

《政策》第 4(c)(i)条规定，被投诉人在收到有关争议通知之前，已经将争议域名或者与争议域名相对应的名称善意地使用或者准备使用于其提供的商品或者服务的，可以视为拥有《政策》第 4(a)(ii)条所述之权利或者合法利益。

本案争议域名注册于 2008 年 12 月 19 日。根据投诉人提供的证据，被投诉人“zhou xuesong”的中文姓名为周雪松，被投诉人于 2007 年 4 月 24 日注册成立了“重庆康名士商贸有限公司”并担任其法定代表人。被投诉人于 2008 年 12 月 19 日注册了域名“cumminscn.com”并将其用于“重庆康名士商贸有限公司”(Chongqing Kang Famous Commerce Co. Ltd.)的网站。被投诉人对此未加反驳，专家组予以采信。

根据双方当事人所作的陈述，被投诉人在收到有关争议通知之前，已经在争议域名网站上销售发动机配件等商品。然而，被投诉人仅仅证明其在收到有关争议通知之前已将争议域名用于提供商品的商业活动，还不足以满足《政策》第 4(c)(i)条所述的条件，被投诉人还必须证明其使用是“善意”的。否则就意味着被投诉人能够依赖故意的侵权行为来证明自己权利或者合法利益的存在，这显然违背了《政策》第 4(c)(i)条的目的(见 Madonna Ciccone, p/k/a Madonna v. Dan Parisi and “Madonna.com”, WIPO Case No. D2000-0847; The Planetary Society v. Salvador Rosillo Domainsforlife.com, WIPO Case No. D2001-1228)。因此，在被投诉人明知投诉人商标在先存在，而故意将其包含在争议域名中，并使用于自己提供的商品或者服务的情形下，被投诉人无法根据《政策》第 4(c)(i)条的规定主张自己对争议域名享有权利或者合法利益。

在本案中，被投诉人在答辩中称，“被投诉的域名注册时间是 2008 年 12 月，在此之前，投诉人与重庆康明斯工程机械有限公司曾经因为域名问题进行了长达两年的诉讼”。而且，“重庆康名士商贸有限公司”因销售假冒投诉人商标的商品于 2010 年 2 月受到重庆市工商行政管理局沙坪坝分局的行政处罚。以上事实足以说明，被投诉人在收到投诉通知之前，对于投诉人的注册商标、有关产品和经营活动有充分的了解，被投诉人并非善

意地使用与投诉人商标近似的域名提供商品或者服务。因此，专家组认为，被投诉人不能援引《政策》第 4(c)(i)条证明其对争议域名拥有权利或者合法利益。

《政策》第 4(c)(ii)条规定，被投诉人虽然尚未获得商标权，但是已经因争议域名而广为人知的，可以视为拥有《政策》第 4(a)(ii)条所述之权利或者合法利益。

专家组认为，《政策》第 4(c)(ii)条适用于争议域名注册并使用在先而投诉人的商标在后的情形(见 Peter Frampton v. Frampton Enterprises, Inc., WIPO Case No. D2002-0141; Red Bull GmbH v. Harold Gutch, WIPO Case No. D2000-0766)。在本案中，投诉人使用并注册商标在先，被投诉人注册并使用争议域名在后。在投诉人的商标已经在业界广为人知的情况下，被投诉人在同一领域使用与投诉人商标混淆性近似的争议域名，不能成为被投诉人就争议域名享有权利或者合法利益的理由。因此，《政策》第 4(c)(ii)条也不适用于被投诉人的情形。

《政策》第 4(c)(iii)条规定，被投诉人非商业性地或者合理地使用争议域名，并无通过误导消费者获取商业利益或者贬损投诉人商标的目的，可以视为拥有《政策》第 4(a)(ii)条所述之权利或者合法利益。

专家组认为，被投诉人既然已经将争议域名用于提供商品或者服务的活动，明显不属于《政策》第 4(c)(iii)条所述之“非商业性使用”争议域名的情形。被投诉人虽然主张其对争议域名的使用属于“合理使用”，但是由于下文所述的原因，即被投诉人对争议域名的使用具有误导消费者获取商业利益的目的，而且极有可能造成消费者混淆的结果，专家组认为，被投诉人也不能援引《政策》第 4(c)(iii)条证明其对争议域名拥有权利或者合法利益。

被投诉人在答辩书中提出了“商标保护与域名保护是两个不同的范畴”、“在域名中使用字符串与使用商标是两个本质完全不同的概念”等观点。专家组认为，上述观点并不能证明被投诉人就争议域名享有任何权利或者合法利益。而且，《政策》适用于所有在通用顶级域名之下注册的域名。任何人在注册域名、与域名注册商签订域名注册协议之时，已经承诺接受《政策》的管辖，一旦有商标权人投诉，将接受专家组对商标与域名之间争议的裁决。因此，被投诉人作为域名注册人，主张域名与商标无关的观点是不能

成立的。

被投诉人在答辩书中还提出了知识产权保护的法律政策等问题。但是，专家组的任务是基于域名注册协议行使对本案域名争议的管辖权，并严格依据《政策》中的所有实体性和程序性规定，裁决争议。被投诉人提出的法律政策等问题超出了专家组的管辖范围，专家组无法予以考虑。

总之，专家组认为，没有足够证据证明被投诉人就争议域名享有权利或者合法权益，投诉满足《政策》第 4(a)(ii)条规定的第二个条件。

关于恶意

投诉人主张，被投诉人在注册本案争议域名后建立了网站，并宣传和许诺销售 CUMMINS 产品，极易使公众误认为被投诉人以争议域名建立的网站就是投诉人的网站或至少经过投诉人授权建立的网站，从而实际上混淆投诉人与被投诉人之间的区别，产生误导社会公众的效果。

被投诉人对投诉人的主张予以反驳。被投诉人的观点主要包括如下内容：“KMS（重庆康名士商贸有限公司）从来没有在网站上以任何名义宣传和许诺销售各种款式的康明斯发动机，而只是销售康明斯柴油机使用的配件”，“在电子商务中使用叙述性字符串与在实体销售中使用商标的不同”，“合理使用是商标权限制的核心内容”，“他人善意使用与注册商标相同或类似的标记，不会引起混淆或误认，就不构成对商标权的侵犯，商标权人不能以商标专用权排除他人的这种使用”。

投诉人提供了争议域名网页的打印件、国家工商行政管理总局商标局作出的商标异议裁定书、重庆市工商行政管理局沙坪坝分局的行政处罚决定书等证据。被投诉人没有否认投诉人提供的证据的合法性、真实性和关联性，也没有提供相反的证据。因此，专家组对于投诉人提供的证据予以采信。

专家组认真审查了双方当事人的主张和提交的证据，认定了如下事实：

投诉人的第 1691312 号“CUMMINS”商标于 2001 年 12 月 28 日在中国获准注册，有效期为 2001 年 12 月 28 日至 2011 年 12 月 27 日。指定商品为“发动机（非陆地车辆用）、内燃机（非陆地车辆用）、柴油机（非陆地车辆用）、发电机、汽化器、催化转换器、活塞环、离心机、马达和引擎起动机、发动机散热器”等。因此，投诉人的“CUMMINS”商标注册于活

塞环等配件商品上。

被投诉人利用争议域名从事电子商务活动。在争议域名所在的网站上，明显标注有“Cummins Engine Parts”（CUMMINS 发动机配件）标志，在“Cummins Categories”中，列有：bus engine, gas oil engine, truck engine 等项目。网页的公司介绍部分（Company Profile）称，本工厂直销重庆 CUMMINS 发动机配件（“Our factory directly sales [sells] the Chongqing Cummins Engine Parts”）。

国家工商行政管理总局商标局于 2003 年、2005 年作出的商标异议裁定书认定，投诉人的“商标文字 CUMMINS 属于无含义英文单词，具有较强的显著性”，投诉人在重庆的合资企业对 CUMMINS 商标的使用，“使该商标在我国相关行业具有一定的知名度”。

争议域名网站属于“重庆康名士商贸有限公司”。该公司因销售假冒投诉人 CUMMINS 商标的商品，于 2010 年 2 月受到重庆市工商行政管理局沙坪坝区分局的行政处罚。

基于以上事实，专家组认为，被投诉人对争议域名的使用误导互联网用户，与投诉人的商标及其标识的产品相混淆。“CUMMINS”除了是投诉人的注册商标，没有其他含义，而且在中国市场有一定的知名度，为相关行业所知。被投诉人是与投诉人同一行业的经营者，明知投诉人的“CUMMINS”商标，仍然注册与之混淆性近似的域名，并利用该域名销售与投诉人注册商标标识的商品相同或者近似的商品，在争议域名网页上多次使用投诉人的注册商标“CUMMINS”。这些行为不仅造成互联网用户因域名字符与“CUMMINS”商标近似产生的初始性混淆，而且导致用户在实际访问争议域名网站之时，也会被网页上明显标注的“CUMMINS”商标误导，对于该网站销售的发动机配件等商品产品的来源、归属、关联产生混淆。因此，专家组认为，被投诉人在答辩书中提出的理由不能成立，被投诉人对争议域名的使用不属于对投诉人注册商标的合理使用。

根据《政策》第 4(b)(iv)条的规定，被投诉人为了商业目的，故意利用争议域名吸引网络用户访问其网站或者其他在线站点，制造与投诉人的商标之间的混淆，使用户误以为被投诉人的网站、其他在线站点或者网站、其他在线站点提供的商品或者服务在来源、授权、附属或者认可方面与投

诉人的商标有关联的，构成《政策》第 4(a)(iii)条所述的被投诉人恶意注册并使用争议域名的证据。

专家组认为，被投诉人对争议域名的注册和使用完全符合《政策》第 4(b)(iv)条所述的典型特征，构成恶意的证据。因此，专家组认为，投诉满足《政策》第 4(a)(iii)条规定的第三个条件。

关于反向域名劫持

被投诉人在答辩书称，投诉属于“典型的滥用商标保护权的行为”。

在《政策》中，没有“滥用商标保护权”的规定。但是《规则》第 1 条及第 15(e)条则提到了“反向域名劫持”(Reverse Domain Name Hijacking)。专家组认为，应当依据上述规定判断被投诉人的主张。

根据《规则》第 1 条及第 15(e)条的规定，反向域名劫持是指恶意利用域名争议解决程序，企图剥夺域名注册人的域名；如果专家组在考虑了双方提供的证据之后，认为投诉系恶意——例如企图反向劫持域名或者主要为了骚扰域名注册人，应当在裁决中声明投诉系恶意并构成对争议解决程序的滥用。

根据《政策》及《规则》作出的大量判例表明，在被投诉人注册并使用争议域名的恶意可以得到证实的情况下，所谓反向域名劫持的指控是不能成立的(见 North American Die Casting Association v. Genick Bar-Meir, WIPO Case No. D2000-0295; Debbie Robus and Greg Robus v. Nicky Suard (DrivenOne, Inc., WIPO Case No. D2000-0941)。

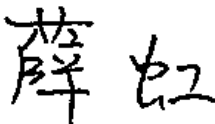
在本案中，投诉人拥有在先的并且合法有效的商标权，投诉是为了维护其合法权利。因此，被投诉人提出的投诉人反向域名劫持的主张及有关证据不能成立(见 Sources Minérales Henniez SA v Jorge Clapes, WIPO Case No. D 2001-0680; Koninklijke KPN N.V. v. Telepathy Inc., WIPO Case No. D2001-0217)。


5、裁决

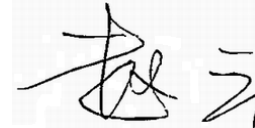
综上所述，专家组认为，投诉符合《政策》第 4(a)条规定的三个条件，即“争议域名与投诉人拥有权利的商品商标或服务商标混淆性地近似”，“被投诉人就争议域名不享有权利或合法利益”，以及“被投诉人出于恶意注册并

使用争议域名”。

根据《政策》第 4(i)条和《规则》第 15 条的规定，专家组裁决将争议域名“cumminscn.com”的注册转移给投诉人康明斯有限公司（Cummins Inc.）。

首席专家：

专 家：

专 家：

二〇一一年十月二十八日