

**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-1200570**

---

投 诉 人: **Dr. Ing.h.c.F. PORSCHE Aktiengesellschaft (保时捷股份公司)**

被投诉人: **wentao zhu(朱文焘)**

争议域名: **6porsche.com**

注 册 商: **广东时代互联科技有限公司(TODAYNIC.COM, INC.)**

---

### 一、案件程序

2012年6月6日, 投诉人根据互联网名称及数字地址分配机构(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6月6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和域名注册商广东时代互联科技有限公司(TODAYNIC.COM, INC.)发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。2012年6月11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。

2012年6月18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。

2012年6月26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2012年6月26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广东时代互联科技有限公司(TODAYNIC.COM, INC.)传送程序开始通知。

2012年7月16日，中心北京秘书处收到被投诉人提交的答辩书。同日，中心北京秘书处向投诉人传送答辩转递通知，将被投诉人的答辩书转递给投诉人。

2012年7月16日，中心北京秘书处向投诉人及被投诉人发出专家排序函。2012年7月17日，中心北京秘书处收到投诉人、被投诉人的专家排序意见。

2012年7月17日，中心北京秘书处向罗东川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。2012年7月17日，候选专家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。

2012年7月18日，中心北京秘书处向双方当事人及上述拟指定专家传送专家指定通知，指定罗东川先生为本案独任专家，成立一人专家组审理本案。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2012年7月18日）起14日内即2012年8月1日之前（含1日）就本案争议作出裁决。

## 二、基本事实

### 投诉人：

本案投诉人为 Dr. Ing.h.c.F. PORSCHE Aktiengesellschaft（保时捷股份公司），地址为德国斯图加特市保时捷普拉兹大街1号。投诉人在本案中的授权代理人是北京市金杜律师事务所上海分所的瞿淼和王明红。

### 被投诉人：

本案被投诉人是 wentao zhu（朱文焘），其地址是广东省深圳市罗湖区地王商业中心59。被投诉人在本案的授权代理人是北京市中伦律师事务所上海分所的陈际红和吴一波。被投诉人于2007年9月22日通过域名注册服务商广东时代互联科技有限公司(TODAYNIC.COM, INC.)注册了本案争议域名“6porsche.com”。

### 三、当事人主张

#### 投诉人诉称

##### 1、投诉人简介

投诉人保时捷公司于 1930 年由费迪南德·波尔舍教授创建于德国斯图加特。经过近百年的发展，投诉人已发展成为全球知名的汽车制造及销售企业，享有极高的声誉和影响力。保时捷中国公司成立于 2001 年，并迅速发展。目前保时捷公司在中国有 41 个指定的保时捷中心，广泛覆盖全国各区域。2011 年，保时捷中国在多方面都实现了创纪录增长，整车销售比 2010 年增长 64.6%。中国更在 2011 年成为 Cayenne 和 Panamera 这两款车型的全球第一大市场，其中 Cayenne 的销售业绩占保时捷全年销售总量的五成。

投诉人的保时捷（PORSCHE）品牌汽车性能优越、品质精良，是高端豪车的代表，具有高度的市场知名度和美誉度，在中国也是最为广大中国消费者耳熟能详的品牌之一。近年来投诉人还通过在《风尚 Golf》、《名车志》、《GQ》等杂志刊登广告对其品牌在中国范围内进行了大规模的宣传。此外，相关中国媒体也对投诉人予以了极大的关注，其中包括新浪网、北方网、家天下网、千龙网、中华网、雅虎网、腾讯网、网易及大拿网等中国境内主流媒体均对保时捷公司进行了广泛的报道。

投诉人在中国可谓褒奖无数、光环耀眼。全国主流媒体见证了投诉人在中国的强势发展，将最高的褒奖给予了投诉人。《汽车与你》杂志把“2011 最值得购买与推荐车型”大奖授予 Cayenne 3.0，此外还将保时捷 911 命为“2012 十大好车”之一。甚至当新款保时捷 911 还未在中国上市的时候，便已受到媒体的广泛赞赏：《南方都市报》授予其“年度进口豪华跑车”大奖，《车王》杂志授予其“跑车王”殊荣，《京华时报》授予它 2011“最佳跑车”大奖，《汽车博览》杂志的读者投票选择保时捷 911 为他们 2012 最喜欢的跑车。《罗博报告》杂志也授予保时捷 911 Carrera S 年度“罗博之选”跑车类大奖。《轿车情报》授予特别的 911 十周年纪念版车型“典藏设计大奖”，并把保时捷评为“年度进口品牌”。为了肯定保时捷这一业绩卓越的一年，在由《汽车博览》杂志主办的“风云车”评选中，保时捷再度荣获“风云品牌大奖”以及“动感车型”和“风云赛车”等多项殊荣。

除了不断推陈出新的新车型，保时捷还通过举办精彩纷呈的赛事和车展，为广大中国消费者所津津乐道，包括亚洲顶级单一赛事的保时捷卡雷拉亚洲杯以及年度保时捷高尔夫巡回赛等。保时捷全球路演、保时捷体验中心、保时捷车友等活动不仅向公众展示保时捷品牌的运动传奇，也让公众充分领略保时捷的经典传承和品牌核心魅力。

投诉人保时捷股份公司（“保时捷公司”）系闻名全球的汽车制造商。“PORSCHE”是投诉人的商标和商号，自其成立以来，其就一直使用该标识从事汽车制造、销售等与汽车服务相关的商业活动。投诉人就该标识在中国及全球范围申请、注册了多项商标。详细注册情况如下：

## 2、投诉人在中国的商标注册情况

投诉人的“PORSCHE”标识早在 1990 年 10 月 27 日即在中国被核准注册使用在“车辆及其零部件；航空；航空运载器及其零件”等商品上。除此之外，投诉人又在多个商品和服务类别注册了“保时捷”和“盾形图形”商标，并对旗下多款知名车型如“CAYENNE”、“Cayman”、“Boxster”注册了一系列商标。该等商标在中国合法有效，投诉人享有该等商标的专用权。以下为投诉人的“PORSCHE”及相关商标在中国的部分注册详情：

商标	分类	注册号码	商品/服务	有效期
PORSCHE	12	G562572	车辆及其零件；航空；航海运载器及其零件	1990/10/27~2020/10/27
PORSCHE	37	4159939	陆地机动车辆及其零部件的修理服务；陆地机动车辆及其零部件的保养服务；陆地机动车辆及其零部件的安装、维护和修理服务等	2007/09/21~2017/09/20
PORSCHE	37	G640976	汽车修理和保养；赛车系列的装备	1995/07/13~2015/07/13
PORSCHE	35	4159942	推销（替他人）	2007/09/21~2017/09/20
PORSCHE	45	4159937	财产保护方面的安全保障服务	2007/09/21~2017/09/20
PORSCHE	41	4159938	俱乐部服务；组织及经营汽车（尤其是由 DR.ING.H.C.F.PORSCHE AKTIENGESELLSCHAFT 及其所属集团的公司生产的汽车）所有者俱乐部等	2007/09/21~2017/09/20
PORSCHE	39	4159940	车辆的租用、出租及租赁服务等	2007/09/21~2017/09/20

PORSCHE	42	4309763	与机动车有关的工业品外观设计；与机动车有关的造型（工业品外观设计）；与机动车有关的计算机软件的开发和设计	2008/06/14~2018/06/13
PORSCHE	36	4159941	与陆地机动车有关的金融服务；与陆地机动车辆有关的保险服务；与陆地机动车辆有关的担保服务等	2007/09/21~2017/09/20
PORSCHE	7	3239672	马达和发动机用空气过滤器；发电机；马达和发动机用排气装置等	2004/04/07~2014/04/06
保时捷	12	800689	汽车及其零部件	2005/12/21~2015/12/20
保时捷	37	4159950	陆地机动车辆及其零部件的修理服务；陆地机动车辆及其零部件的保养服务；陆地机动车辆及其零部件的安装、维护和修理服务等	2007/09/21~2017/09/20
保时捷	45	4159945	财产保护方面的安全保障服务	2007/09/21~2017/09/20
保时捷	42	4332143	与机动车有关的工程研究；与机动车有关的研究和开发（替他人）；与机动车有关的技术项目研究等	2008/04/21~2018/04/20
保时捷	41	4159946	俱乐部服务；组织及经营汽车（尤其是由 DR.ING.H.C.F.PORSCHE AKTIENGESELLSCHAFT 及其所属集团的公司生产的汽车）所有者俱乐部等	2007/09/21~2017/09/20
保时捷	39	4159947	车辆的租用、出租及租赁服务等	2007/09/21~2017/09/20
保时捷	36	4159951	与陆地机动车辆有关的金融服务；与陆地机动车辆有关的保险服务等	2007/09/21~2017/09/20
	37	G641510	汽车的修理和保养；成批生产的赛车设备（收听）	1995/07/13~2015/07/13
	12	G730310	机动车及其部件；空、海运输工具及其部件；自行车	2009/11/12~2019/11/12
	37	G730310	建筑和修理；尤指汽车修理和保养；装备改装标准汽车；使之成为越野车和赛车	2009/11/12~2019/11/12
	28	3658111	游戏机；玩具；玩具车等	2005/12/21~2015/12/20

投诉人在中国驰名商标保护情况：

投诉人注册并使用在“汽车及其零部件”商品上的“PORSCHE”及“保时捷”商标于 2006 年被国家工商行政管理总局商标局认定为驰名商标。投诉人的第 800689 号核定使用商品为第 12 类“汽车及其零部件”的“保时捷”商标也被北京市第二中级人民法院认定为驰名商标。

### 3、投诉人在国外的商标注册情况

除中国之外，投诉人已在世界其他 120 多个国家及地区的 20 多个类别的商品和服务就“PORSCHE”、“保时捷”以及“盾形图形”等相关系列标识

注册了大量的商标。许多商标的注册时间均远早于系争域名的注册时间，如其于 2000 年 12 月 12 日在欧盟注册成功的“PORSCHE”商标，及其于 1975 年 12 月 28 日在日本注册成功的“PORSCHE”商标。

4、系争域名的主要部分与投诉人拥有的商标等其他在先权利混淆性地相似

投诉人享有对“PORSCHE”商标、域名及商号等的在先权利，而系争域名的主要部分明显构成了对保时捷公司商标等在先权利的复制与模仿，极易构成与该等在先权利混淆性地相似，具体理由阐述如下：

#### (1) 保时捷公司享有对“PORSCHE”商标、域名及商号等在先权利 商标权

如前所述，保时捷公司自建立以来就“PORSCHE”及其相关标识，诸如“保时捷”、“盾形图形”等在中国及全球范围申请、注册了多件商标。其中，最早在中国的注册为于 1990 年 10 月 27 日注册的“PORSCHE”商标，远早于系争域名的注册时间，即 2007 年 9 月 22 日。而“PORSCHE”和“保时捷”商标早在 2006 年就被国家商标局认定为驰名商标。

#### 域名权

早在 1996 年 11 月 7 日及 1999 年 5 月 7 日，投诉人就已经注册了“porsche.com”及“porsche.com.cn”域名，并以此作为自己在全球及中国的官方网站的域名。而该等域名的注册时间均远早于系争域名的注册时间。

#### 商号权

投诉人自 1930 年成立以来，一直使用“PORSCHE”作为其商号从事商业活动，并坚持在全球范围内将“PORSCHE”作为其企业标识用于市场、媒体的宣传和推广。根据《巴黎公约》的规定，“商号应在本同盟的一切成员国内受到保护，无须申请或注册，也不论其是否为商标的组成部分”。而中国作为《巴黎公约》的成员国，保时捷公司的商号权理应在中国受到合理的保护。

#### (2) 混淆性相似

在系争域名“6porsche.com”中，其主要部分由数字“6”及“porsche”两个部分构成，其中数字“6”不具有显著性，而显著性部分“porsche”与投诉人的在先商标、商号及域名完全相同。该域名所指向的网站大量刊登有关保时捷汽车的内容，并宣传聚会汽车销售服务有限公司(“聚会公司”)运营的保时捷维修中心、改装车间和“聚会”保时捷俱乐部，而且在其网站使用了投诉人的注册商标。因此，“6porsche”也极易让人联想到使用该域名的网站为保时捷公司或保时捷公司指定经销商的中文网站或与保时捷公司有某种商业上的联系。

因此，系争域名的主要部分“6porsche”明显构成了对保时捷公司商标等在先权利的复制与模仿，足以构成混淆性相似。

#### 5、被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法权益

依据投诉人的检索，被投诉人对“porsche”不享有注册商标权或其他合法在先权益，投诉人也从未授权被投诉人使用上述标识。因此，被投诉人对系争域名不享有合法的权利或权益。

#### 6、系争域名系被恶意注册和使用

投诉人基于如下理由认为被投诉人对争议域名的注册和使用具有明显的恶意：

“PORSCHE”文字标识来源于 1900 年第一部保时捷汽车的设计者费迪南德·保时捷(Ferdinand Porsche)的姓氏，没有既定含义，具有完全的独创性和显著性。如前所述，投诉人作为一家具有悠久历史的高端汽车制造商，其“PORSCHE”品牌在世界范围内包括中国享有极高的声誉。经过投诉人对“PPORSCHE”商标的长期使用与在国内的广泛宣传，其在中国的相关公众中已经形成了投诉人与“PORSCHE”的对应关系；同时，投诉人的字号和商标也长期在中国公众中被译作“保时捷”，并且国内的主流媒体也经常将“PORSCHE”与“保时捷”联系在一起予以报道。

一般而言，独创的域名名称不太可能与他人一定领域内享有较高声誉的商标、商号等相同或相似，尤其是“PORSCHE”这种在字典中没有任何意义的臆造词。鉴于投诉人及其“PORSCHE”品牌在中国乃至全球范围内的知名度及影响力，被投诉人在注册域名时不可能不知悉投诉人的

“PORSCHE”标识。而被投诉人在明知“PORSCHE”品牌的情况下却故意注册系争域名，该行为本身就显示了被投诉人攀附投诉人知名度的恶意目的。

投诉人还发现，被投诉人使用系争域名设立了网站“www.6porsche.com”，同时被投诉人也是聚会公司的法定代表人和股东。被投诉人和聚会公司对系争域名进行了恶意的使用。该等恶意行为包括但不限于：

(1) 系争域名用于被投诉人所设立的网站(www.6porsche.com)，在网站上推广被投诉人聚会公司的保时捷汽车维修和改装业务，并大肆宣传其保时捷车友俱乐部活动；

(2) 在所述网站上使用“聚会汽车销售服务有限公司受到德国保时捷厂方技术、管理支持全资拥有广州、深圳 2 家保时捷维修中心，占有广东、广西、海南地区保时捷 35%的维修量，旗下的“聚会”保时捷俱乐部会员达到 3000 余个”等虚假宣传；

(3) 在网站上同时刊登投诉人的产品资讯，将有关投诉人的真实信息与聚会公司有关保时捷的虚假信息掺杂一起，言辞含糊，让人难以分辨真伪，混淆视听；

被投诉人的上述行为极易使中国相关消费者误认为被投诉人与保时捷公司存在商业上的关联或获得了保时捷的授权进行汽车改装、维修、销售、组织车友会等活动，甚至是代表保时捷进行相关产品的推广、品牌宣传或赛事赞助活动。然而事实是，被投诉人既非投诉人在中国的指定授权汽车经销商或维修商，也不是投诉人的官方车友俱乐部。

由此可见，被投诉人对系争域名的注册和上述商业性使用行为明显是被投诉人恶意攀附投诉人及其“PORSCHE”品牌的知名度，宣传其保时捷汽车维修和改装业务以及车友会，以达到非法牟取商业利益的目的，该等行为明显地违反了《政策》第 4 (b) (iv) 条的规定。

综上所述，投诉人对于系争域名享有在先合法权益，而被投诉人对系争域名不享有任何合法权益，并且，系争域名系被恶意注册和使用。基于上述理由，投诉人请求本案专家组裁决将系争域名转移给投诉人。

**被投诉人辩称：**



被投诉人对于投诉人的投诉予以全部的否认，理由见下：

1、争议域名与投诉人拥有权利的商标或服务标记既不相同也不具有令人混淆的相似性

争议域名的主体部分为“6porsche”，而投诉人与此相关的注册商标为“Porsche”，两者并不相同。在 WIPO Case D2001-0396 中，裁决提到：“尽管一个域名中包含了某商标，但如果该域名本身的含义有助于互联网用户将该域名的网站设立人与商标权人区别开来，则不应认为该域名与商标混淆性相似。”本案中，6 在中文中有其特殊的含义，特别是在粤，有着六六大顺之义，常人可以理解国际性大公司不会让其域名前带有如此地域特色的数字。此外，网页的首页最显眼部位，有被投诉人自己设计的 logo，将“6porsche”设计成一辆车，而 6 构成了车尾和车轮，和投诉人的商标完全不同。可见被投诉人本意就是尽量让自己的域名和投诉人的商标相区分。事实上也做到了。

因此，被投诉人认为被投诉人的域名不构成相同，亦不构成混淆的相似性。

2、权利和合法权益

被投诉人对域名拥有合法的权益。

根据《政策》的第 4(c)(i)条，若需证明合法权益，则要求在得知发生了域名争议之前，被投诉方已将域名或与域名相关的名称用于，或可以被证明准备将之用于善意地提供的合法的商品或服务之上。关于何为善意地供给，在 Oki Data Americas, Inc. v. ASD, Inc., WIPO Case No.D2001-0903 中，专家组确立了非授权零售商或分销商因通过域名善意提供商品或服务而取得相关合法权益所需要满足的要求。这些要求分别为：

被投诉人真实地通过网站提供商品或服务；

被投诉人应利用该网站仅出售带有投诉人商标的产品；

被投诉人应精确揭示其与商标权人的关系；

被投诉人不能通过注册大量域名以阻止商标持有人以域名形式反映其商标。

在本案中，首先，被投诉方虽然与投诉方公司以及其中国区多处代理

商有着合作的关系，但并非法律上的授权零售商或分销商。有关于上述条件的满足与否，论证如下：

(1)争议域名的确由“聚会”公司长期正常运营，并提供保时捷汽车的专业维修服务和组织保时捷爱好者的俱乐部活动。

(2)被投诉人本身是保时捷车的爱好者和消费者，其营业对象和俱乐部成员也同样，该公司本身的定位就是为保时捷汽车提供专门的专业服务。同时“聚会”公司的高级技术顾问为前德国保时捷驻中国技术工程师 Hahnl Ralph Oliver，这更保证了被投诉方提供的专业商品和服务为保时捷正品。

(3)首先，争议网站上的所有宣传，都特别指出是以“聚会”公司的名义，而非保时捷官方，网站的友情链接还特别指明官方保时捷网址，官方保时捷俱乐部和保时捷官方中文网，以区别自身网站既不是保时捷维修的官方网站，也不是保时捷俱乐部的官方网站。其次，网站还特别设计了独特的“6porsche”图案，放置于网页最醒目的地方。该图案整体设计为一辆汽车，和保时捷的黑体字及盾牌商标，没有任何的相似性，以示区别于投诉方。再次，在对外宣传册上，特地阐明了“聚会”为被投诉人作为车友而创立，而“6porsche”仅仅作为“聚会”车友会的联系网站被放在不醒目的位置。在实际的活动图片中，被投诉人也并未将投诉人的商标和“聚会”公司相关联，参与者都知道这是非官方的车友活动。最后，在举办众多的活动期间，被投诉人取得过投诉人公司及其中国代理商的帮助，投诉人实际上早在许多年前就知悉被投诉人并非官方的机构，长时间来也表示了默认，并未提出异议。

(4)被投诉人仅拥有争议域名一个网站且对其正常的持续运营，不可能属于恶意囤积，客观上亦不可能剥夺投诉人注册其他保时捷网站的可能性。

综上论证，被投诉人符合先例中确定的判定原则，因此对域名拥有合法的权益。

### 3、并非恶意注册和使用

根据上述 Oki Data 案件，以及 National Association for Stock Car Auto Racing, Inc. v. Racing Connection / The Racin 'Connection, Inc., WIPO Case No. D2007- 1524 以及 ITT Manufacturing Enterprises, Inc., ITT Corporation v. Douglas Nicoll, Differential Pressure Instruments, Inc., WIPO Case No. D2008-0936 中专家组确立的结论，

由于已经论证了被投诉人从域名注册的一开始就对其正常运营并对其拥有合法权益，且上述使用是善意的。所以投诉人在投诉书中依据的《政策》第 4(b)(iv)条的恶意注册和使用理由是无法成立的。

除了《政策》第 4(b)(iv)条之外，其还例举了另外三项恶意的情形：(i) 有证据证明，你方注册或获得域名的主要目的是为了向商标或服务标记的所有者或所有者的竞争者出售、出租或其他任何形式转让域名，以期从中获取扣除了与你方持有域名的相关费用之后的额外收益；(ii) 根据你方自身的行为，即可以证明：你方注册或获得域名的目的是为了阻止商标和服务标记的持有人通过一定形式的域名在互联网上反映其商标；(iii)你方注册域名的主要目的是破坏竞争对手的正常业务。

而对于这 3 条，被投诉人也完全不符合。首先，被投诉人之前一直在正常运营网站，从未试图出售、出租和转让域名，争议前也未曾想过从重谋取高价。其次，如上所述，被投诉人仅注册了一个争议域名，而许多 WIPO 的先例都裁定了，仅仅一个域名是无法构成阻止商标和服务标记的持有人通过一定形式的域名在互联网上反映其商标。最后，破坏对手的正常业务也不存在。在 2007 年被投诉人注册网站时，全广州只有一个 300 平米左右的保时捷维修中心，当时排队换机油都需排队 2-3 个月，即使是目前，到深圳、东莞、广州的保时捷授权维修中心修车也要排队 3 个星期左右。因此整个市场是未饱和状态。被投诉人的网站既满足了消费者的需求，也没有影响到官方保时捷维修点的业务量，因此第 iii 点也是无法成立的。

综上所述，被投诉人的争议域名就投诉人提出异议的三个点，都没有违反《政策》中的规定。基于上述理由，被投诉人请求本案专家组裁决驳回投诉人的系争域名转移请求。

#### 四、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)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。

#### 1、关于完全相同或混淆性相似

投诉人称：保时捷股份公司（“保时捷公司”）系闻名全球的汽车制造商。“PORSCHE”是投诉人的商标和商号，自其成立以来，其就一直使用该标识从事汽车制造、销售等与汽车服务相关的商业活动。投诉人就该标识在中国及全球范围申请、注册了多项商标。投诉人享有对“PORSCHE”商标、域名及商号等在先权利。

专家组认为，投诉人提交的证据表明，投诉人的“PORSCHE”标识最早在 1990 年 10 月 27 日即在中国国家工商行政管理总局商标局被核准注册，使用在“车辆及其零部件；航空；航空运载器及其零件”等商品上。此后，投诉人又在多个商品和服务类别上申请注册“PORSCHE”、“保时捷”和“盾形图形”商标，被中国国家工商行政管理总局商标局核准。上述商标均在有效期内，且大多在本案争议域名注册日期 2007 年 9 月 22 日之前获得注册。投诉人注册并使用在“汽车及其零部件”商品上的“PORSCHE”及“保时捷”商标于 2006 年被中国国家工商行政管理总局商标局认定为驰名商标。投诉人的第 800689 号核定使用商品为第 12 类“汽车及其零部件”的“保时捷”商标也被北京市第二中级人民法院认定为驰名商标。投诉人除在中国对“PORSCHE”等商标进行了类别比较广泛的注册外，还在世界上 120 多个国家及地区的 20 多个类别的商品和服务就“PORSCHE”、“保时捷”以及“盾形图形”等相关商标进行了注册，如投诉人 2000 年 12 月 12 日在欧盟注册了“PORSCHE”商标，1975 年 12 月 28 日在日本注册了“PORSCHE”商标。因此，专家组认定投诉人对“PORSCHE”商标享有商标权，而且投诉人享有权利的商品商标或服务商标的注册时间大多早于争议域名的注册时间。投诉人主张的域名权、商号权不属于《政策》规定的条件和审理的范围，而且关于域名是否构成权利尚无公约或者法律的依据，故专家组对此不予考虑和认定。

关于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：

投诉人认为，投诉人享有对“PORSCHE”商标、域名及商号等的在先权利，而系争域名的主要部分明显构成了对保时捷公司商标等在先权利的复制与模仿，极易构成与该等在先权利混淆性地相似。

被投诉人则认为：争议域名与投诉人的商标既不相同也不具有令人混淆的相似性。争议域名的主体部分为“6porsche”，而投诉人与此相关的注册商标为“PORSCHE”，两者并不相同。在 WIPO Case D2001-0396 中，裁决提到：“尽管一个域名中包含了某商标，但如果该域名本身的意义有助于互联网用户将该域名的网站设立人与商标权人区别开来，则不应认为该域名与商标混淆性相似。”本案中，6 在中文中有其特殊的含义，特别是在粤，有着六六大顺之义，常人可以理解国际性大公司不会让其域名前带有如此地域特色的数字。被投诉人网页首页最显眼部位有自己设计的 logo，将 6porsche 设计成一辆车，而 6 构成了车尾和车轮，和投诉人的商标完全不同。被投诉人本意就是尽量让自己的域名和投诉人的商标相区分。事实上也做到了。因此与被投诉人的域名不构成相同，亦不构成混淆的相似性。

专家组认为，根据《政策》第四条的规定，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是投诉人请求得到支持的第一个条件。其方法是对二者进行直观的比较，必要时结合有关事实进行分析。显然，争议域名“6porsche.com”的识别部分为“6porsche”，其中“6”是一个普通数字，尽管 6 在中文中有其一定的特殊含义，但在法律上或者民事权利上并没有特别的含义，也没有区别意义。“6porsche”很容易让人认为由两部分组成：“6”和“porsche”。而其中“porsche”与投诉人享有商标权的“PORSCHE”标识完全相同。从相关公众识别考虑，“6porsche”与“PORSCHE”完全可能造成混淆或者认为二者存在关联。被投诉人举出的案例是强调域名本身已经具有了区别于商标的含义，而本案不属于此种情况，“6porsche”并没有产生新的特定含义。被投诉人强调对网页进行了特殊的设计，以与“PORSCHE”商标区分，但该事实不属于《政策》第四条规定的第一个条件的审理范围。因此，专家组认定，投诉人享有商标权的

“PORSCHE”商标和争议域名“6porsche.com”构成混淆性相似，投诉符合《政策》第4条规定的第一个条件。

## 2、关于被投诉人权利或合法权益

投诉人主张，依据其检索，被投诉人对“porsche”不享有注册商标权或其他合法在先权益，投诉人也从未授权被投诉人使用上述标识。因此，被投诉人对系争域名不享有合法的权利或权益。

被投诉人则主张对域名拥有合法的权益。根据《政策》的规定，若需证明合法权益，则要求在得知发生了域名争议之前，被投诉方已将域名或与域名相关的名称用于，或可以被证明准备将之用于善意地提供的合法的商品或服务之上。被投诉人符合先例中确定的判定原则，因此对域名拥有合法的权益。

专家组认为，根据《政策》第4条的规定，被投诉人对争议域名并不享有权利或合法权益是投诉人请求得到支持的第二个条件。被投诉人对“porsche”不享有注册商标权或其他合法在先权益，投诉人也从未授权被投诉人使用上述商标。从本案看，被投诉人没有主张对6porsche拥有商标权，而是主张其拥有合法权益，理由是对6porsche进行的是善意的使用，而且有已裁决的先例确定的原则为证，该裁决确立了非授权零售商或分销商因通过域名善意提供商品或服务而取得相关合法权益所需要满足的要求。专家组认为，根据《政策》的规定，这种善意的使用应当是在善意地提供的合法的商品或服务之上，但被投诉人不属于此种情形，因为被投诉人对6porsche的使用本质上构成商标的使用，而被投诉人并没有取得商标使用的许可。况且目前域名争议解决并不存在遵守先例中确定的判定原则。因此，本案没有事实和证据证明被投诉人对争议域名或其主要部分享有在先权利或者合法权益，也没有事实和证据表明被投诉人获得“PORSCHE”商标或者标识使用的许可，专家组认定被投诉人对争议域名或其主要部分不享有权利或合法权益，投诉符合《政策》第4条规定的第二个条件。

## 3、关于恶意

投诉人主张，“PORSCHE”品牌在世界范围内包括中国享有极高的声誉。鉴于投诉人及其“PORSCHE”品牌在中国乃至全球范围内的知名度及影响力，被投诉人在注册域名时不可能不知悉投诉人的“PORSCHE”标识。而

被投诉人在明知“PORSCHE”品牌的情况下却故意注册系争域名，该行为本身就显示了被投诉人攀附投诉人知名度的恶意目的。被投诉人使用系争域名设立了网站“www.6porsche.com”，同时被投诉人也是聚会公司的法定代表人和股东。被投诉人和聚会公司对系争域名进行了恶意的使用。

被投诉人认为，根据多个域名争议案件中专家组确立的结论，由于已经论证了被投诉人从域名注册的一开始就对其正常运营并对其拥有合法权益，且上述使用是善意的。所以投诉人在投诉书中依据的《政策》第 4(b)(iv) 条的恶意注册和使用理由无法成立。除了《政策》第 4(b)(iv) 条之外，还列举了另外三项恶意的情形，被投诉人也完全不符合。

专家组认为，根据《政策》第 4 条的规定，被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意是投诉人请求得到支持的第三个条件。投诉人提交的证据表明，投诉人是全球著名的汽车制造商。投诉人就“PORSCHE”标识在中国及全球范围注册了多个类别的大量商标。经过投诉人对“PPORSCHE”商标的长期使用与广泛宣传，投诉人及其商标“PORSCHE”在全球和中国具有较高的知名度，在中国的相关公众中有较大影响力。被投诉人不是投诉人在中国指定的授权汽车经销商或维修商，也不是投诉人的官方车友俱乐部。争议域名指向的网站大量刊登有关保时捷汽车的内容，并宣传聚会汽车销售服务有限公司运营的保时捷维修中心、改装车间和“聚会”保时捷俱乐部，而且在网站上使用了投诉人的“PORSCHE”商标。由于争议域名的区别部分“6porsche”与投诉人商标“PORSCHE”属于混淆性近似，被投诉人注册和使用争议域名的行为，客观上容易使中国相关公众误认为被投诉人与投诉人存在商业上的关联关系，或者认为被投诉人获得了投诉人的授权进行保时捷汽车改装、维修、销售、组织车友会等活动，以及代表投诉人进行相关产品的推广、品牌宣传或赛事赞助活动。被投诉人对争议域名的注册和商业性使用行为属于利用投诉人和“PORSCHE”商标的知名度，宣传其保时捷汽车维修和改装业务以及车友会，达到获取商业利益的目的。被投诉人在对“PORSCHE”商标或者标识不享有任何权利或合法权益的情况下，注册和使用本案争议域名，其行为主观上属于明知或者应当知道，其行为后果是在客观上必然造成相关公众的混淆，损害商标权利人的合法权益，因此应

当认定被投诉人注册争议域名的行为具有恶意，投诉符合《政策》第 4 条规定的第三个条件。

被投诉人以拥有合法权益为由认为注册和使用争议域名不应当认定属于恶意，而且还指出除了《政策》第 4(b)(iv)条之外，被投诉人也完全不符合另外三项恶意的情形。专家组认为，在对被投诉人合法权益的认定中已经否定了其主张的理由，故也不能作为不构成恶意的抗辩理由。至于被投诉人对《政策》规定的其他三项恶意情形的主张，因投诉人没有提出相应的主张，故专家组不予考虑。

## 五、裁决

根据解决办法的规定，本案投诉人的投诉事实和理由符合《政策》第 4 条规定的全部三个条件，其请求应予支持，故专家组裁决：本案争议域名“6porsche.com”转移给投诉人 Dr. Ing.h.c.F. PORSCHE Aktiengesellschaft (保时捷股份公司)。

独任专家：

二〇一二年八月一日