



世界知识产权组织仲裁与调解中心

行政专家组裁决

南京焦点科技开发有限公司
诉

Hong Kong Huicong International Group Limited 及 yuejin feng

案件编号: D2006-0130

1. 当事人双方

本案投诉人是南京焦点科技开发有限公司 (Focus Technology Co., Ltd. , 其地址是中国南京市 投诉人的授权代理人是香港的苏国良大律师

本案被投诉人是 Hong Kong Huicong International Group Limited 及 yuejin Feng, 其地址均是 Beijing, China。被投诉人的授权代理人是中国大陆的卢庆国。

2. 争议域名及注册机构

本案所争议的域名是<madeinchina.com>。上述域名的注册机构是 HiChina Web Solutions (Hong Kong) Limited

3. 案件程序

世界知识产权组织(WIPO)仲裁与调解中心(下称“中心”)于2006年1月26日收到投诉书。于2006年1月31日,中心向争议域名注册机构 HiChina Web Solutions (Hong Kong) Limited (下称“注册机构”)发出电子邮件,请其对争议域名所涉及的有关注册事项予以确认。于2006年2月5日,注册机构通过电子邮件发出确认答复。注册机构确认被投诉人是该域名的注册人,并提供行政联系人、缴费联系人和技术联系人的详细联系办法。在收到中心的投诉书缺陷通知后,投诉人于2006年2月15日提交了修正本。于2006年2月23日,中心确认,投诉书符合《统一域名争议解决政策》(下称“政策”)、《统一域名争议解决政策细则》(下称“细则”)及《世界知识产权组织统一域名争议解决政策补充细则》(下称“补充细则”)规定的形式要求。

根据细则第2条(a)项与第4条(a)项,中心于2006年2月23日正式向被投诉人发

出投诉书通知，诉讼程序于 2006 年 2 月 23 日开始。根据细则第 5 条(a)项，提交答辩书的截止日期是 2006 年 3 月 15 日。于 2006 年 3 月 15 日，中心收到被投诉人提交的答辩书。

于 2006 年 3 月 29 日在未有专家组向任何当事人要求提供进一步的陈述或提交相关文件的情况下，投诉人声称根据细则第 12 段提交了投诉人回应书一份。中心于 2006 年 3 月 30 日以电邮通知投诉人的授权代理人说明当事人任何一方不可以在未得到专家组的的要求下提供进一步的陈述或文件，故此中心将会把投诉人回应书在专家组成立后交给专家组考虑及决定是否接纳。

于 2006 年 4 月 4 日，中心指定 C. K. Kwong 为首席专家，Susanna H. S. Leong 为专家及薛虹为专家（下称“专家组”）审理本案。专家组认为其已适当成立。专家组按中心为确保细则第 7 条得到遵守所规定的要求，提交了《接受书和公正独立声明》。

在专家组还未决定接纳投诉人提交的进一步陈述文件时，被投诉人已经于 2006 年 4 月 10 日提交了被投诉人就<投诉人回应书>之补充答辩书。在此特殊的情况下及基于以下详述之原因，专家组接纳了投诉人及被投诉人各自于 3 月 29 日及 4 月 10 日所提交之进一步陈述文件。中心于 4 月 13 日向当事人各方发出了行政专家组第 1 号程序命令允许接纳投诉人于 2006 年 3 月 29 日递交的投诉人回应书及被投诉人于 2006 年 4 月 10 日递交的补充答辩书。同时，提醒双方当事人，未经专家组同意不得再递交进一步陈述文件及证据。鉴于所引申之延误及文件烦复，专家组的裁决日期被伸延到 2006 年 4 月 25 日。及后中心行政组再把裁决日期伸延到 2006 年 5 月 17 日。

注册机构指出注册协议所使用的语言为中文。故此域名争议诉讼程序的语言亦为中文。

4. 基本事实

投诉人于 1996 年 1 月成立至今，其主要业务是通过互联网，为世界各地中小企业提供商务、宣传及供求信息服务。投诉人于 1998 年 2 月 28 日注册了 <made-in-china.com> 这域名，并于同年将这域名投入用于投诉人所开发及运营的综合性商家对商家(B2B)电子商务平台。该平台营运名称为“Made-in-China.com”和/或“中国制造网”。自 1998 年起，投诉人将“Made-in-China.com”及“Made-in-China”这两个标志，独立地或与“中国制造网”这标志一起地使用于投诉人的互联网业务中。这“Made-in-China.com”及“Made-in-China”标志均显著的放在投诉人 <http://www.made-in-china.com> 网站之英文、繁体中文及简体中文版网页上。投诉人一直至今亦是使用着“Made-in-China.com”作为其网站之标志与名称。同时，投诉人也注册了 <made-in-china.net>、<made-in-china.biz> <made in-china.org> 和 <madechina.com> 等域名，并把 这些域名的相关网站指向投诉人之 <http://www.made-in-china.com> 网站。此外，投诉人也取得“中国制造”和“中国制造网”的网络实名及通用网址的注册，并也把这些网络实名及通用网址指向投诉人之 <http://www.made-in-china.com> 网站。

投诉人于 2005 年 7 月 13 日已向中国国家工商行政管理总局商标局提交申请图像化的文字标志“Made-in-China.com”和文字标志“中国制造网”的商标注册 申请书，其

申请也已获当局受理但这不等同批准注册。该商标注册为一般种类，是第 35 类别，涉及的商品或服务项目是数据通讯网络上的在线广告、在通讯媒体上出租广告空间、计算机数据库信息分类、将信息编入计算机数据库、商业信息、广告空间出租、广告、广告设计、和广告传播截止。投诉人于传统及网上媒体均投放了资金作宣传和推广，总数已约有 200 多万美元。涉及的形式包括畅销报章广告、主要网站之网上广告、专题展览会之参与和重点地区之户外大型广告牌等。投诉人之 <http://made-in-china.com/> 网站从 2003 年起已连续 3 年被《互联网周刊》评选为中国商业网站 100 强。投诉人之网站属于行业类，是从事 B2B 的电子商务平台业务，和同时被选出的阿里巴巴(www.alibaba.com)网站及被投诉人公司所属同一集团的慧聪网(www.hc360.com)网站属于同一行业类别。Alexa.com 显示，投诉人之 <http://made-in-china.com/> 网站是在中国商业目录中最受欢迎的网站，而以访问量计算，投诉人之 <http://made-in-china.com/> 网站已达位居全世界 TOP 500 之列，在“Made-in-China.com”注册的会员已有 70 多万，分布于多个国家，其中有 40 多万是来自中国。

被投诉人集团始创于 1992 年，并于 2003 年 12 月于香港联交所创业板成功上市(股票代码：8292)。目前拥有员工 3000 多人，超过 20 家的分支机构、稳固客户和信息应用用户，在规模、收入、用户量、服务方式等方面被公认为中国前列商务资讯服务商。被投诉人集团拥有之慧聪网(www.hc360.com)多年来稳居 B2B 类网站综合排名前列。

被投诉人于 2005 年 6 月 1 日与卖方 Internet Media Consultants SA 签署《域名转让协议》购得争议域名。

被投诉人于 2006 年 1 月 18 日已由其下属公司北京慧聪国际资讯有限公司就包含“慧聪网旗下之网站”和“madeinchina.com”的图形文字组合商标，向中国商标局申请注册第 35 类，38 类和 42 类。

于目前中国 B2B 电子商务服务市场中，处于领先地位之“Alibaba.com”，属附北京慧聪国际资讯有限公司(Beijing Huicong International Information Co., Ltd.)，即与被投诉人公司同属于慧聪国际资讯有限公司(HC International, Inc.)这一商业集团的“HC360.com”和投诉人之“Made-in-China.com”正处于激烈竞争形势。

5. 当事人双方主张

A. 投诉人

被投诉人所注册的争议域名与投诉人享有权利的商标或服务标志相同或具有混淆的相似性

1. 投诉人对“Made-in-China.com”及“Made-in-China”这两个独立地或与“中国制造网”这标志一起地使用的商标或服务标志已在中国及世界各地拥有相当知名度。其知名度在互联网使用者和电子商务行业则更为显赫，在中国 B2B 行业中是驰名的标志。
2. 标志中均包含“-”两个符号，这与日常用词或惯常用法的“Made in China”形式是有所不同，有其独特性。在加上“.com”这部份后更显出“Made-in-China.com”作为一个商标或服务标志的整体识别性和更强的独特

性。

3. 因此，“Made-in-China.com”及“Made-in-China”这标志已成为投诉人相关服务的独有识别性，投诉人对其拥有普通法下的商标或服务标志享有权利，因此应该受到《政策》的保护。
4. 除了少了两个“-”符号外，投诉人之“Made-in-China.com”及“Made-in-China”这两标志与争议域名明显地是相同或具有混淆的相似性。

被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益

5. 被投诉人还没有以争议域名建立任何网站，争议域名仅被用作指向被投诉人公司之“慧聪网”(即 <http://hc360.com/>)，其所有内容均与“慧聪网”相同。
6. 被投诉人或其集团的成员均没有使用与“Made-in-China.com”相同或相似的名称或标志于其服务或商品中。
7. 投诉人也从没有以任何方式，授权或准许被投诉人或其集团的成员使用与“Made-in-China.com”相同或相似的名称或标志。
8. 基于“made-in-china.com”及“made-in-china”的知名度及基于从事同一范围业务和时常参与同一类商业活动，被投诉人之集团是必然知道投诉人之“Made-in-China.com”网站和标志。
9. 很多中国中小企业更是同时注册为“Made-in-China.com”及“HC360.com”的会员。
10. 被投诉人更是于2005年6月24日，才从域名买卖商手上，以远高于合理的成交价买入争议域名。
11. 投诉人认为，在被投诉人买入争议域名时，即使域名买卖商也是知悉投诉人之“Made-in-China.com”网站的存在。

被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意

12. 被投诉人是在知悉投诉人及其商标或服务标志的情况下注册和使用争议域名。
13. 于2005年6月24日被投诉人取得争议域名时，投诉人之“Made-in-China.com”及“Made-in-China”标志已在与被投诉人所营运的中国B2B商贸业务行业中建立及享有盛名。
14. 在这情况下取得和使用争议域名是构成不公平、不正当的商业行为。这些行为除了严重妨碍或影响投诉人的业务外，更使互联网使用者及投诉人之客户产生混淆，使作为商业竞争对手的投诉人受到损失。
15. 被投诉人意图是为商业得益，通过制造与投诉人及其商标或服务标志之相同或相似所产生之混淆，诱使互联网使用者至其<http://hc360.com/>网站或其他网

络位置。

16. 在这情况下，被投诉人这些行为也会在中国和各地构成不合法的侵权行为。
17. 争议域名之原先之域名注册也是为谋取不当利益。
18. 投诉人主张，被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

B. 被投诉人

投诉人对其标志（下称“标志”）不具有《政策》、中国法及中国参加的有关国际条约项下的权利且被投诉人持有的争议域名与之不相同亦不具有混淆的相似性

1. 在本案中：a) 投诉人为一家在中国成立的公司；b) 投诉人营业地在中国并在中国境内从事经营；c) 投诉人在中国境内使用其标志“Made-in-China.com”及“Made-in-China”；d) 被投诉人主要营业地在中国；e) 争议域名之注册机构主要营业地在中国。因此，被投诉人主张本争议应适用中国法，投诉人不存在适用普通法的依据。
2. 投诉人之“Made-in-China.com”及“Made-in-China”标志是由通用词、描述性词语组成。其含义为“中国产，中国造，产自中国”
3. 如被投诉人附件 **A2** 所示，域名为“www.madeinchina.cn”及“www.madeinchina.com.cn”（网站名称为“中国制造”，非投诉人拥有）的网站是为中国中小型制造企业提供电子商务服务的专业网站。
4. 投诉人未经注册的，缺乏固有识别性的由通用词、描述性词语组成标志只有经过使用，产生了“第二含义”并取得了显著性特征后，才有可能受到法律保护。即便如此，投诉人也无权禁止其他方对于该通用词、描述性词组的正当使用。
5. 尽管投诉人之“Made-in-China.com”及“Made-in-China”标志，是在“Made in China”这一通用词、描述性词组中添加了两个连字符“-”，及在末尾加上“.com”这一通用词，但是仍未能使该等标志获得“第二含义”，或者说在公众心目中产生识别性，因此并未获得显著性。
6. 中国《商标法》第十条规定，“下列标志不得作为商标使用：（一）同中华人民共和国的国家名称，不得作为商标……”“China”本身既是中国国家的英文名称，也属于地名，对于任何一个营业地在中国的企业或个人来说，均有权使用“made in china”作为商品或服务来源于中国的标记，投诉人也不能独占该标志从而禁止他人使用。
7. 根据中国于 1985 年加入的《巴黎公约》第六条（之五）B 2 之规定。中国须遵守之《TRIPs 协议》第 15 条第 2 款亦确认了《巴黎公约》的上述规定。
8. 投诉人对其标志并不能享有《政策》、中国法以及中国参加的国际条约项下的权利；而且，即使投诉人申请之商标获得注册，其也无权禁止他方基于通用词、描述性词组、产地标记、中国企业在商业实践中惯用的商业用语等意义上的正常使用。

9. “madeinchina.com”与“Made-in-China.com”有明显的区别度。

被投诉人对争议域名享有合法的权利及利益

10. 被投诉人集团早在 2004 年即着手剥离非核心的公共搜索及电视广告业务；而被投诉人计划使用之“madeinchina.com”域名，意在构建一个与被投诉人集团已有的、并成功经营的网站 www.hc360.com 配合使用的“慧聪旗下英文网站”，提供一个使世界各地的买家能够更便捷的找到中国供应商的信息平台，从而协助提供“made in china”产品和服务的中国厂商推销其产品和服务。
11. 被投诉人在接到争议通知前已经善意使用争议域名。被投诉人在购买争议域名的同时，即在积极筹备慧聪英文网站的建设，并为此投入了大量的人力、物力等资源。
12. 被投诉人于购得争议域名后立即将 www.madeinchina.com 暂时指向未来将与其配合使用的中文网站 www.hc360.com，这样的操作并无不妥，更不构成消极持有。
13. 在接到投诉书之前，由其下属公司北京慧聪国际资讯有限公司就包含“慧聪网旗下之网站”和“madeinchina.com”的图形文字组合商标，向中国商标局申请注册第 35 类，38 类和 42 类。
14. 卖方 Internet Media Consultants SA 并未告知被投诉人“Made-in-China.com”网站的存在。因此，被投诉人是从卖方善意购得争议域名，并且合法拥有该域名及相关权利。
15. 被投诉人以远高于合理成交价的价格买入争议域名。是从公司对品牌的理解和对业务发展潜力的预期出发。
16. 被投诉人亦委托过域名评估专业机构 AllForDdomains.com 对争议域名的价值进行评估以作参考。
17. 购得争议域名完全是根据公司自身既定的战略计划而进行，目的在于自己使用，并无阻止他人在互联网上使用其享有合法权益的名称的意图。并无任何阻碍或影响投诉人业务的意图。
18. 被投诉人将凭借十余年来积累的经验 and 既有品牌打造承载慧聪自有品牌、风格和内容的英文网站，而并无以该网站混淆与投诉人之间的区别或误导公众的意图。

被投诉人合理认为投诉人构成反向域名侵夺

19. 投诉人之“Made-in-China.com”本身不是注册商标，也不能作为商品或者服务来源的标志，因为“中国造”的含义本身不具有任何显著性。
20. 投诉人是于 2005 年 7 月，也就是紧接被投诉人购得该域名后，才向中国商标局提交了商标注册申请。被投诉人购得争议域名在先，投诉人提出商标注册申请在后，投诉人的目的就是以期利用《政策》侵夺被投诉人合法持有

之域名。

22. 被投诉人对于争议域名有真诚使用的目的，并享有合法民事权益。
23. 投诉人亦表示早在 2000 年就和当时争议域名的持有人联系并有意购买该域名。投诉人在早已明知他人持有 madeinchina.com 域名的情形下，在长达七年的时间里，一再放弃了合法取得争议域名的机会。
24. 投诉人委托投诉代理人选择于 2006 年 1 月 26 日，其目的就是延误被投诉人准备答辩时间，恶意情形明显。

6. 分析与认定

I. 有关递交进一步陈述文件的程序问题

在处理实质问题之前，专家组先简单处理有关递交进一步陈述文件的程序问题。

政策的条款基本是反映了 WIPO 在 The Final Report of the WIPO Internet Domain Name Process, April 30, 1999 http://wipo2.wipo.int/process_1/report/finalreport/html 的建议。其中一项建议是为域名争议提供一个快速，有效，经济及尽可能在网上处理的解决程序和方法。细则第 12 及 13 段反映了这方面的精神。第 12 段指出除投诉书和答辩书外，专家组可自行决定要求当事人一方就所涉案件提供进一步的陈述或提交相关文件。在此之外，细则没有给予当事人进一步提交陈述或文件的权利。以往惯例，是由专家组酌情决定是否接纳进一步陈述和文件。根据当事人双方都提及到的 WIPO Overview of WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions (以下称“Overview”)，就算是根据多数意见，专家组亦应只是在少数情况之下才批准接纳进一步的陈述或文件。若不然的话，将会令中心，当事人各方及专家组成员带来不必要的负担，令政策所要求以迅速，有效率及经济的方法解决域名争议不能达致，有违政策精神。这点是专家组不愿见的。若被投诉人不在 2006 年 4 月 10 日提交了被投诉人就<投诉人回应书>的补充答辩书的话，专家组是不会接纳投诉人于 2006 年 3 月 29 日在未向任何当事人要求提供进一步的陈述或提交相关文件的情况下，所提交的投诉人回应书，因为该回应书所提出的法律意见和其他文件，对本案就根据政策需要考虑和要解决的问题没有帮助。但因为被投诉人已经就投诉人回应书作出了陈述，专家组遂接纳双方文件以示公允并同时发出程序命令第 1 号文件表示专家组不欢迎任何一方在未得到专家组的的要求下提供进一步的陈述或文件。

II. 有关适用法律

细则第 15 段 (a) 指专家组应基于当事人所提交的陈述及证据，根据<政策>，<细则>以及专家组认为可以使用的法律规则和原则裁决争议。这给予专家组很大的自由度。在这方面，政策是基于实际考虑而制定的。

虽然专家组认为因此案的投诉人和被投诉人皆在中国营运，而注册机构也是注于中国，中国法律是可以被引用。但这不等于专家组不可以引用其他国家的法律考虑本案。再者，商标和域名的本质也有不同。域名的使用是全球性及没有疆界的。因为全球性的互联网发展是比较近期的事，以致现时仍未有统一的法律或国际条约管辖。专家组只可以根据政策和细则所给予的自由处理争议。但有一点可提的

是当事人各方亦随时可以向有关当地法院寻求法律救济。*Innovative Measurement Solutions Inc. v. Heart H Art Info Systems*, WIPO Case No. D2001-0552<formulationworkstation.com>。

基于投诉人以名称为“made-in-china.com”所营运的平台的会员分布于多个国家，其中大概 30 万是来自中国大陆以外的而其中又有多个地区都是引用普通法的（包括香港在内），专家组认为本案应可以引入普通法的法律规则和原则来裁决争议。

III. 域名争议解决政策

根据域名争议解决政策（the Policy）的规定，投诉人的有关转移或撤消域名的投诉请求获得支持的条件是其必须证明其投诉同时满足以下三条 1 被投诉人的域名与投诉人享有权利的商品商标或服务商标完全相同或混淆性相似；（2 被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益；（3）被投诉人注册 和使用域名具有恶意 ICANN Policy, 4 (a)

A. 相同或混淆性相似

投诉人首先需要证明被投诉人的域名与投诉人享有权利的商品商标或服务商标完全相同或混淆性相似。争议域名是<madeinchina.com>。在除去顶级域名“.com”之外只剩下“madeinchina”。这名称与投诉人声称拥有权益的“Made-in-China”商标或服务商标基本相同或混淆性相似。

但问题是，“Made-in-China”这个带有高度形容性及中国国家名称或地理名称的标致是否可以拥有商标的功能。根据多个专家小组的判决，包括 Overview 所提及的有关判决，投诉人需要提出证据证明其商标经过长久及广泛的使用后令到其商品或服务可以被辨别于其他竞争者的才可。所以在采纳有形容性的字句和地域名为商标时应考虑到其先天性的缺乏独特性以致不能为其商品或服务辨别于他人的商品或服务。在本案中，投诉人所提出的证据并未能说服专家组其声称的“made-in-china”字句是用作商标用途及到达能够拥有上述商标功能的标致。根据 Overview 所提及到的判例，一般而言，要满足这个条件，投诉人需要证明有关地名已经成为注册商标。在其他情况下，这条件是十分难以满足的。参见 *The Crown in Right of the State of Tasmania trading as "Tourism Tasmania" v. Gordon James Craven*, WIPO Case No. DAU2003-0001 <discover-tasmania.com.au>; *Empresa Municipal Promoción Madrid S.A. v. Easylink Services Corporation*, WIPO Case No. D2002-1110 <madrid.com>; *Brisbane City Council v. Joyce Russ Advertising Pty Limited*, WIPO Case No. D2001-0069<brisbane.com>。

再说，若果根据投诉人的论点“Made-in-China”标致中包含连字符“-”可以令到其有独特性的话，争议域名因为没有两个连字符“-”这个所谓 具独特性的特征，这也会令到争议域名与此标致不相同或不相似。

根据以上分析，专家组认为投诉人未能满足政策所规定的第一个条件（ICANN Policy, 4 a i

B. 权利或合法利益

“madeinchina”的文字其意思是中国制造是有高度形容性。虽然争议域名不是被投诉人的营业名称，被投诉人是可以使用该形容词在网上推广其客户的产品或服务。

其实亦有第三人采用类似的域名（见被投诉人答辩书附件 A2）来形容中国制造的产品及提供此等产品的中国企业。根据被投诉人所提供的资料（见被投诉人答辩书附件 A24 内资料），被投诉人的目标是挑战阿里巴巴。并没有提到投诉人。

根据被投诉人所提供的资料，被投诉人在接到争议通知之前经已积极筹备英文网站“www.madeinchina.com”的展开和运作。

与投诉人一样，被投诉人其下属公司亦已于 2006 年 1 月 18 日向中国商标局提出申请包含“慧聪网其下之网站”和“madeinchina.com 和图形的综合商标。（见被投诉人附件 A16-17

如上所述专家组已认为投诉人未能满足政策（ICANN Policy, 4 a i）所规定的条件，但若有需要的话专家组亦认为投诉人在本案中所提出的证据未能满足政策 ICANN Policy, 4 a ii）段的条件。

C. 恶意注册和使用域名

鉴于专家组上述的结论，专家组没有需要就这问题作出判断。专家组认为被投诉人在答辩书第 5 s) 及 (aa) 段否认知悉投诉人“made-in-china.com”网站的存在及运作完全不能令人信服。但是被投诉人买入“made-in-china.com”域名与慧聪网网站将来一同使用及暂时指向未来将与其配合使用的中文网站 www.hc360.com 也未必一定会影响得到投诉人。再者，投诉人及被投诉人的客户也有很多重叠，亦即此等客户对两个不同网站都应有相当的认识而未必导致至混乱。投诉人在被投诉人买入争议的域名后才于 2005 年 7 月 13 日向中国国家工商行政管理总局商标局提交申请图像化的文字标志“Made-in-China.com”和文字标志“中国制造网”的商标注册申请书。再者，“Made in China”不论有没有连字符“-”都是带有高度形容性的字句，缺乏独特性和辨别性。故此，根据现有的证据，投诉人未能证明被投诉人在取得注册争议域名时带有恶意。

若有需要的话专家组亦认为投诉人在本案中所提出的证据未能满足政策 ICANN Policy, 4 b i ii iii iv) 段所讲及的情况作出有效证明从而满足政策 ICANN Policy 4 a iii) 的条件。

IV. 反向域名侵夺

被投诉人要求专家组裁决投诉具有恶意并构成反向域名侵夺。

细则第 1 段中解释“反向域名侵夺”为恶意地利用<政策>中的有关规定以企图剥夺注册域名持有人持有域名的行为。

细则第 15 e) 段指专家组应审阅当事人所提交之文件后认定投诉具有恶意，专家组应在裁决中宣布，投诉具有恶意并构成对行政程序的滥用。在以往判决中，专家组认为要成功提出这指控，被投诉人需要证明投诉人清楚知道被投诉人对争议域名有合法权益或完全没有恶意地注册和使用争议域名而仍然提出域名投诉或投诉人明知没有商标权益但仍然恶意提出投诉。

Sydney Opera House Trust v. Trilynx Pty. Ltd., WIPO Case No. D2000-1224 (November 8, 2000) and *Goldline International, Inc. v. Gold Line*, WIPO Case No. D2000-1151 (January 8, 2001) ; *Dan Zuckerman v. Vincent Peeris*, WIPO Case No.

DBIZ2002-00245; *HER MAJESTY THE QUEEN, in right of her Government in New Zealand, as Trustee for the Citizens, Organisations and State of New Zealand, acting by and through the Honourable Jim Sutton, the Associate Minister of Foreign Affairs and Trade v. Virtual Countries, Inc.*, WIPO Case No. D2002-0754 (November 27, 2002).

虽然投诉人并未能在此案中成功证明其所声称的权益，根据本案投诉人所提出的证据，投诉人的而且确在其网页及广告上多年广泛和大量地使用“made in-china”及“made-in-china.com”。这令投诉人具备某些条件支持其主张于“made in-china”的标致拥有某些权益。投诉人和被投诉人也是商业竞争者。这也令投诉人觉得被投诉人在知悉投诉人拥有的“Made-in-China”域名下恶意购买和使用“madeinchina”域名。

在此情况下，专家组不能在裁决中宣布，投诉具有恶意或构成域名反侵夺。专家组故此拒绝被投诉人此项要求。

V. 其他

在结束此裁决前，专家组认为有需要指出在政策下，专家组没有裁决商标侵权，不公平竞争，或其他在有关明文法例或普通法下任何的诉讼因由。专家组的司法管辖权是局限于裁定投诉人是否能成功地证明每一个政策及细则所要求转让或撤消争议域名的条件（Policy 4 a)). 所以本案中所提及的行为是否造成侵权或不公平竞争等等都不在本案考虑之列。这些属于政策及细则范围外的事情应交由法院处理。

其他专家组未有就各当事人所提出的论据作出回应的，皆是专家组认为乃对此案判决无关或无关重要者。

7. 裁决

鉴于上述所有理由，根据《统一域名争议解决办法程序规则》第 15 条的规定，专家组裁定，投诉予以驳回。

C. K. Kwong
首席专家

Susanna H.S. Leong
专 家

薛 虹
专 家

日期: 2006 年 5 月 17 日