

**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-1100476**

---

投 诉 人：慈溪市公牛电器有限公司  
被投诉人：ningbo jiangbei youwang Information Technology Co., Ltd.  
争议域名：gongniugroup.com  
注 册 商：北京万网志成科技有限公司

---

### 1、案件程序

2011年7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，选择由一人专家组进行审理。

2011年8月2日，中心北京秘书处向投诉人传送通知，确认收到投诉书。同日，中心北京秘书处向ICANN和域名注册商北京万网志成科技有限公司发出注册信息确认函，要求其确认注册信息。注册商北京万网志成科技有限公司于同日回复确认：（1）争议域名由其提供注册服务；（2）被投诉人为争议域名注册人；（3）ICANN《统一域名争议解决政策》（UDRP）适用所涉域名投诉；（4）争议域名注册协议使用的语言为中文。

2011年8月16日，中心北京秘书处向被投诉人传送投诉书传递封面，转去投诉人的投诉书。

2011年8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，确认投诉书已经审查合格并送达被投诉人，本案程序于

2011年8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京万网志成科技有限公司传送程序开始通知。

2011年8月25日，中心北京秘书处收到被投诉人提交的答辩书。2011年8月30日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送答辩书转递通知，转去被投诉人的答辩书。

2011年9月1日，中心北京秘书处向投诉人与被投诉人发送专家选择通知。2011年9月15日，中心北京秘书处向高卢麟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。同日，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。

2011年9月23日，中心北京秘书处向双方当事人及上述专家传送专家指定通知，指定高卢麟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2011年9月23日）起14日内即2011年10月7日前（含10月7日）就本案争议作出裁决。

## 2、基本事实

### 投诉人：

本案投诉人为慈溪市公牛电器有限公司，地址为浙江省慈溪市观海卫镇工业园区。投诉人在本案中授权的代理人为李靖和周建国。

### 被投诉人：

本案被投诉人为 ningbo jiangbei youwang Information Technology Co., Ltd.，地址为 zhejiangningbojiangbei。被投诉人于2009年2月19日通过北京万网志成科技有限公司注册了本案争议域名“gongniugroup.com”。

## 3、当事人主张

## 投诉人:

投诉人慈溪市公牛电器有限公司是一家专业生产开关插座、转换器等产品的大型民营企业，1995年在宁波工商行政管理局慈溪分局注册，注册资本1600万元，现有总资产5000万元，主要经营开关插座、转换器以及相关延伸产品。公司占地56000平方米，是目前国内最主要的开关插座、转换器专业制造商之一，拥有强大的产品开发、设计能力，并先后获得了五十多项国家专利，产品的市场占有率居全国同行前列。

## 投诉人的成长历程

投诉人成立之时，国内插座转换器行业制造水平普遍较低，产品存在各种各样的质量问题，返修率极高，当时正逢多媒体电脑普及，能适配多种制式插头的多位转换器产品广受欢迎，投诉人企业的创办者阮氏兄弟在销售的过程中也从事了大量的售后服务工作，从中积累了丰富的维修经验，对于产品质量有着格外深切的感受。投诉人成立不久，本着对消费者负责的态度，阮氏兄弟开始从结构、设计、工艺等各方面对旧有产品进行改进，一项项克服了插座使用过程中常见的松动、接触不良、非正常发热等质量问题，新产品上市后很快得到了消费者的认可，产品销售稳步增长。随后几年公司在开发的一系列产品中，从结构到设计，从材料到工艺，严把质量关，牢牢树立优质、安全的产品质量意识，以良好的手感、稳定的接触、优异的性能在消费者中逐步形成了“公牛电器不吹牛”的评价，并得到了大量热心用户的推荐和相互介绍，公牛插座凭借其优良的品质和包修包换的售后服务在良莠不齐的插座转换器市场脱颖而出。2001年5月19日中华全国商业信息中心在《中国质量报》“比较专栏”上刊登了全国市场和各大片区插座品牌监测结果，投诉人产品以超过20%的综合市场占有率夺取了全国第一的桂冠，成为插座转换器行业的第一品牌。

## 质量是投诉人产品的立业之本

投诉人的成长之路概括起来就是一条以质量创品牌的道路，质量是投诉人的基础，质量是投诉人的立业之根本。一直以来，投诉人以高于国家标准的标准要求自己。2001年、2003年、2006年投诉人先后通过了ISO9002:1994、ISO9001:2000国际质量体系认证及ISO14001:2004

环境管理体系认证，在国家、省、市技术监督部门的产品质量抽查中连续六年均合格，2002年北京市质量技术监督局授予投诉人“产品质量零投诉企业”荣誉称号。企业发展到一定规模后必须用制度来进行管理，才能保障工作的层层落实和各部门的有效配合，才能有计划、有步骤地开展各项工作，才能将偏差控制在尽可能小的范围，从而提高整体工作的质量水平。投诉人根据发展的需要，不断完善企业制度建设，规范企业管理。投诉人自2000年起就大力推行ISO9002质量管理体系，建立健全组织机构，制订了一系列相应的管理制度，规范操作流程，形成了产品设计、流程作业、服务措施等相关标准，共编写质量管理体系文件29个。2003年，为全面贯彻ISO9001质量体系，公司在各层级员工中开展了一系列的标准培训，帮助各部门员工树立全员质量意识，逐步做到了质量管理有序，操作流程规范，工作记录有章可循的同时制订了严格的自检、巡检、质控点及最终检验制度，严把原辅料进货关，从生产的源头开始控制成品质量。2001年以来，在公司上下的齐心努力下，产品质量稳步提高，一次合格率达到99%，大大提高了企业的生产效率，降低了企业成本。

#### 市场销售及企业维权

投诉人一直注重市场的开发与维护，截止2005年12月，投诉人产品销售覆盖到了全国30多个省市，市场占有率行业第一，除了传统的五金店，目前，投诉人的销售渠道越来越广，其产品还走进了家乐福、麦德龙、乐购等大型连锁超市并得到他们及广大消费者的高度认可。



随着投诉人商誉的不断提高以及“公牛”品牌在全国的树立，市场上不断出现了很多仿冒产品，投诉人的发展也伴随着一段艰辛的维权历程。2005年3月，针对温州市公牛电器有限公司在同类产品上使用“公牛电器有限公司”字样，淡化与投诉人企业名称相区别的行政区划“温州市”并在产品包装盒、合格证上使用的“会牛”字样经过变形处理冒充“公牛”的行为，投诉人一纸诉状将其告到北京市第二中级人民法院。9月20日，北京市第二中级人民法院对此案进行了宣判，法院认为，其行为显然具有利用他人商誉的故意，足以使消费者混淆误认，违反了诚实信用的基本原则，侵犯了慈溪市公牛电器有限公司“公牛”注册商标专用权，构成了不

正当竞争。温州市公牛电器有限公司不服，向北京市高级人民法院提起上诉，2005年12月20日，北京市高级人民法院驳回温州市公牛电器有限公司上诉请求、维持原判。

#### 投诉人所获部分荣誉

☆1999年，公牛组合插座获得天津市质量检验协会推荐品牌；

☆1999-2000年，公牛牌产品荣获宁波市消费者协会1999-2000年度推荐商品；

☆2001年，投诉人为浙江省“维护品牌打击假冒”示范单位；

☆2002年，投诉人产品荣获“浙江省消费者协会推荐商品”荣誉称号；

☆2002年，中国质检协会授予投诉人产品全国质量稳定合格产品称号；

☆2004年，投诉人被中国质量万里行评为“质量信誉双满意单位”；

☆2004年，第942664号“公牛 GONGNIU 及图形”商标认定为“宁波市知名商标”；

☆2004年，纳税超200万单位；

☆2004年，工业经济先进集体；

☆2004年，诚信制造商；

☆2005年，浙江省工商企业信用A级守合同重信用单位；

☆2005年，中国电器工业协会推荐产品；

☆2005年，宁波市名牌产品；

☆2005年，“公牛”为浙江省知名商号；

☆2005年，纳税超200万单位；

☆2006年，慈溪市人民政府授予投诉人“三星级管理企业”；

☆2006年，浙江省名牌产品；

☆2006年，投诉人第942664号“公牛 GONGNIU 及图形”商标被湖

南省长沙中级人民法院认定为“中国驰名商标”；

☆2008年，第942664号“公牛 GONGNIU 及图形”商标获浙江省著名商标荣誉；

☆2011年4月，第942664号“公牛 GONGNIU 及图形”商标又被国家工商行政管理总局认定为“中国驰名商标”。

综上可知，“gongniu”作为投诉人主打商标中不可或缺的部分，是投诉人精心培养具有很强显著性的商标，投诉人早在争议域名注册之前便已拥有“gongniu”的商标专用权。

因此，投诉人认为，争议域名的注册已经满足《政策》第4(a)条规定的三个条件，具体分析如下：

(1) 被提起争议的域名与投诉人所持有的商标完全相同。

首先，投诉人对“gongniu”商标享有注册商标专用权。

投诉人早在1995年5月26日便向国家工商行政管理总局商标局（下称“商标局”）递交了“公牛 GONGNIU 及图形”商标的注册申请，1997年2月7日该商标获得商标局核准注册，注册类别为第9类，注册号为942664，“GONGNIU”是该商标的构成要素之一，与中文“公牛”和牛头的抽象图形向相关公众和消费者传达了同一个含义，即“公牛”。因此“GONGNIU”不仅是该商标的直接呼叫方式，也是投诉人依法享有的商标专用权。

其次，争议域名与投诉人享有专用权的商标“GONGNIU”混淆性相似。

争议域名“gongniugroup.com”的主体和显著部分为“gongniu”，“.com”只是顶级域名的一种形式，“group”的含义为“集团”，两者本身都不具有显著性，而争议域名的“gongniugroup”完整的包含了投诉人第942664号商标中一个要素，对于几乎完全相同的“gongniu”消费者施以一般注意力，根本不会将争议域名与投诉人的注册商标区别开，极易造成消费者的混淆和误认。因此，争议域名与投诉人享有权利的注册商标混淆性相似。

(2) 被投诉人对争议域名不享有任何权利和合法权益。

被投诉人的法定代表人袁才宝（身份证号：330225198308272573），系宁波市和众互联科技有限公司（下称“宁波和众互联”）的员工，宁波和众互联与投诉人有商务上的合作关系，2008年起双方一直在域名、网站建设和推广等领域有业务往来。袁才宝在职期间，一直代表宁波和众互联为投诉人提供各项互联网业务的具体联系和经办。

2009年2月，即袁才宝在宁波和众互联公司在职期间，投诉人通过口头和QQ聊天方式向袁才宝提出要其代理注册“gongniugroup.com”在内的多个域名，同时袁才宝也了解到投诉人慈溪市公牛电器有限公司欲成立“公牛集团”的计划，这也就是袁才宝为什么注册“gongniugroup.com”的原因。随后，袁才宝于2009年2月19日利用职务之便在明知投诉人要注册上述域名的情况下，以其个人名义注册了本案争议域名。显然，袁才宝是利用职务之便抢注了投诉人域名，此后袁才宝从宁波和众互联公司辞职，后于2009年5月成立了宁波江北优网信息科技有限公司，即本案的被投诉人，同时将争议域名转让至被投诉人名下。显然，被投诉人对“gongniugroup.com”不享有任何权利和合法权益，被投诉人只是被袁才宝作为掩盖其抢注域名的挡箭牌和遮羞布，由此可见不正当竞争的主观恶性十分明显，这种行为应当予以制止。

值得注意的是，投诉人早在2005年3月16日注册并获得了“gongniu.cn”和“gongniu.com.cn”域名，争议域名的核心部分与投诉人域名的核心部分完全相同，均为“gongniu”，而且争议域名的注册时间（2009年）要晚于投诉人域名的注册时间（2005年），显然被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法权益。

(3) 被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

被投诉人注册和使用争议域名，存在《政策》第4(b)(i)条规定之情形：“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”，因此满足《政策》第4(a)(iii)条规定之条件。

如前所述，被投诉人的法定代表人袁才宝作为投诉人域名注册代理公司的员工，在明知投诉人有注册争议域名的意图后抢注了争议域名是不争的事实，其主观恶意十分明显，但仅仅注册并没有满足被投诉人的野心，在争议域名注册成功后，迫于宁波和众互联的压力被投诉人同意将争议域名交由宁波和众互联管理，于2009年3月19日将争议域名的控制权限转移至宁波和众互联名下。

但在宁波和众互联管理后不久，投诉人却发现原来可以通过争议域名指向公司网站的链接不存在了，直接指向的却是该域名欲以人民币8万元转让的信息。原来是，袁才宝在抢注争议域名后，于2009年3月1日向宁波和众互联提出了辞职，并于2009年5月15日成立了宁波江北优网信息科技有限公司（即本案被投诉人）。见此情况后，2010年7月投诉人和袁才宝联系关于争议域名的事宜，但袁才宝以该域名在被投诉人名下为由，以28万高价转让作为条件，并且在投诉人表示向宁波和众互联主张权利时，被投诉人没有意识到其行为的违法性和恶劣性反而表现出不在乎事情如何发展的态度，可见其抢注争议域名的主观恶意是蓄谋已久的。

综上，被投诉人的法定代表人袁才宝在宁波和众互联工作期间利用职务之便抢注了投诉人的“gongniugroup.com”域名，并在网站链接上和与投诉人的多次谈判中表示要高额出售，被投诉人也只是袁才宝为掩盖其不正当竞争目的的幌子，其获取不正当经济利益的目的明显，该域名如果在今后使用势必会给消费者造成产品来源的混淆和误认。由此，被投诉人的行为不仅会损害投诉人的声誉，而且破坏了投诉人的正常经营活动。

据此，被投诉人对争议域名的注册和使用构成恶意。

综合上述事实 and 理由，投诉人请求本案专家组裁决将争议域名转移给投诉人。

#### **被投诉人：**

被投诉人的法定代表人袁才宝对投诉人的投诉进行了答辩，称（原文引用）：域名“gongniugroup.com”是在北京万网志成科技有限公司（下称“中国万网”）注册的，注册ID为30774013（原注册信息是以本人个人名义注册），注册过程中国万网曾给本人发送过邮件确认函，并有在该网站



的入库记录和消费明细可查询。

在本人在不知情的情况下对方邮寄本人的身份证复印件给中国万网申请过户（2009年4月份中国万网还没有在线过户这个功能，只能申请书面过户），在过户前中国万网会有一份确认邮件。本人收到邮件后拒绝过户该域名。上述事实有本人与中国万网之间的联系邮件可以证明。

本人于2009年5月15日注册了宁波江北优网信息科技有限公司（Ningbo Jiangbei Youwang Information Technology Co., Ltd.），将争议域名“gongniugroup.com”直接过户到此公司名下。

#### 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权益；且

(iii) 被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意。

#### 关于完全相同或混淆性相似

专家组认为，根据《政策》第4(a) (i)条的规定，投诉人对其主张权利的商标享有在先商标权，是投诉能够得到支持的前提。投诉人提交的商标注册证、核准续展注册证明等证据表明，投诉人早在1997年2月7日就注册了第942664号“公牛 GONGNIU 及图形”商标，核定使用在第9类的“电器插头（触点），插头，插座，高低压开关板”商品上。经续展，上述商标目前处于有效期内，且注册时间远早于本案争议域名的注册时间（2009年2月19日）。因此，专家组认为投诉人就“公牛 GONGNIU 及图形”商标享有在先商标权。

下面进一步分析本案争议域名与投诉人享有在先权利的商标是否构成混淆性近似的问题：

争议域名“gongniugroup.com”中，“gongniugroup”是具有识别作用的部分，由“gongniu”和英文单词“group”组成。其中，“gongniu”除了字母大小写的细微差别外和投诉人在先注册商标中的“GONGNIU”字样完全相同。英文单词“group”含义为“集团”，显著性较弱，难以起到与投诉人注册商标相区分的作用。且被投诉人并未主张或提供任何证据证明“group”这一英文单词，曾经通过使用或是因其它理由而具有区别性。普通消费者在看到由“gongniu”与“group”组合为显著识别部分的争议域名时，极容易认为上述网站是投诉人所成立的集团网站，或与投诉人具有某种关联关系，直接导致识别上的混淆。

因此，专家组认为，争议域名与投诉人的在先商标具有足以导致混淆的相似性。投诉人的投诉满足《政策》第 4(a)(i)条所述的条件。

#### **关于被投诉人权利或合法利益**

投诉人主张，被投诉人对争议域名不享有任何权利和合法利益。专家组认为，投诉人已经就其所知所能提供了初步的证据，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。被投诉人需自己证明其权利或合法利益。

被投诉人在答辩中对投诉人的主张予以否认，并提供了其与中国万网的注册往来邮件与沟通记录。

专家组认为，争议域名的注册行为及本身并不能产生权利或合法利益，被投诉人与中国万网的注册往来邮件与其他沟通记录并不能证明其对争议域名享有合法利益。专家组无法基于现有证据得出被投诉人就争议域名享有权利或者合法利益的结论。

因此，专家组认为，投诉人的投诉符合《政策》第 4(a)(ii)条所述的条件。

#### **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,被投诉人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)被投诉人注册行为本身即表明,被投诉人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)被投诉人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,被投诉人通过制造被投诉人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被投诉人网站或其它连机地址者。

首先,投诉人提供的证据表明,经过投诉人多年的宣传和良好的市场运营,投诉人的“公牛 GONGNIU 及图形”商标已成为凝聚投诉人商誉的商业标识。投诉人及其“公牛 GONGNIU 及图形”商标在中国具有较高的知名度。特别是投诉人的“公牛 GONGNIU 及图形”注册商标,多次被有关部门认定为驰名商标或著名商标。同时,专家组注意到投诉人提供的证据 48 关于域名转让信息“域名介绍”一栏中显示“公牛”字样。据此,专家组可以合理推断,被投诉人知晓投诉人及其上述商标。而被投诉人在其没有任何合法权益的前提下,从投诉人具有较高知名度的商标中选取部分要素注册为争议域名的显著识别部分,其行为很难解释为出于善意。

其次,投诉人提供的第三组证据显示,被投诉人的法定代表人在争议域名注册之时(2009年2月19日)仍为宁波市和众互联科技有限公司(下称“宁波和众互联”)的员工。宁波和众互联与投诉人在域名、网站建设和推广等领域有业务往来。被投诉人的法定代表人一直负责为投诉人提供各项业务的具体联系、经办和客户服务等。2009年2月19日(即争议域名注册之日),投诉人与宁波和众互联签订有关争议域名等4个域名的空间域名邮箱服务合同。被投诉人并未对此提出质疑。同时,根据投诉人提交的证据 48,专家组注意到,争议域名网站指向的是争议域名可以转让的信息,

并且卖家的期望价格为人民币 8 万元，远远高于被投诉人答辩书中显示的在注册争议域名之时花费的人民币 55 元。据此专家组认为，被投诉人注册争议域名的行为符合《政策》4(b)(i)条规定的恶意情形，即“被投诉人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”。

因此，投诉人的投诉符合《政策》第 4(a)(iii)条所述的第三个条件，被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

## 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。因此，根据《政策》第 4 条和《规则》第 15 条的规定，专家组裁决将争议域名“gongniugroup.com”转移给投诉人慈溪市公牛电器有限公司。

独任专家： 

二〇一一年十月七日