

## 行政专家组裁决 案件编号：DCN-1500626

---

投诉人：          麦克森公司（MAXON CORPORATION）  
被投诉人：      天山区韩凤梅服装店  
争议域名：      <maxhan.cn>  
注册服务机构：  厦门纳网科技有限公司

---

### 1. 案件程序

香港国际仲裁中心（下称仲裁中心）于 2014 年 5 月 29 日收到投诉人麦克森公司（MAXON CORPORATION）（下称投诉人）根据《中国互联网络信息中心国家顶级域名争议解决办法》（下称《解决办法》）、《中国互联网络信息中心国家顶级域名争议解决程序规则》（下称《程序规则》）和《香港国际仲裁中心关于中国互联网络信息中心国家顶级域名争议解决办法补充规则》（下称《补充规则》），针对被投诉人天山区韩凤梅服装店（下称被投诉人）注册的“maxhan.cn”域名（下称争议域名）提交的投诉；并于同日回复投诉人确认收到投诉。

2015 年 5 月 29 日，仲裁中心向争议域名注册服务机构厦门纳网科技有限公司（下称注册商）发出“注册信息确认函”，并于同日收到注册商对争议域名注册信息的确认。

2015 年 6 月 10 日，仲裁中心向被投诉人发出《程序开始通知》，送达投诉人提交的投诉文件，并告知被投诉人提交答辩的期限；且抄送投诉人及注册商和中国互联网络信息中心。

被投诉人未在规定期限内，按照《解决办法》、《程序规则》和《补充规则》规定提交正式答辩文件。仲裁中心于 2015 年 7 月 3 日向双方当事人发出《缺席审理通知》。

被投诉人于 2015 年 7 月 10 日以电子邮件方式，针对投诉人投诉提出相应意见。  
仲裁中心于 2015 年 7 月 13 日将被投诉人意见转交投诉人。

2015 年 7 月 21 日，仲裁中心按照程序正式指定迟少杰为独任专家，组成专家组审理本案争议；并将全部投诉材料及程序文件转发给专家组。

专家组审查组成之前进行的各项程序，认为其组成及仲裁中心进行的各项程序，均符合《解决办法》、《程序规则》和《补充规则》之规定。

被投诉人于 2015 年 7 月 22 日提出希望延长提交正式答辩期限。专家组仔细考虑各方面因素，特别是在专家组裁决期限内，给予被投诉人提出正式答辩的机会，决定将其提交正式答辩期限延长至 2015 年 7 月 27 日。被投诉人如期提交答辩意见及相应证据材料。专家组转交投诉人。

本案程序语言为中文。

## 2. 争议背景

本案投诉人为麦克森公司（MAXON CORPORATION）；注册地为 201E, 18TH ST. P. O. BOX 2068, MUNCIE, IN47307-0068, USA. 美国印第安纳州 47302 曼西市第 18 街 201 号东 2068 邮箱；主要营业地为 201E, 18TH ST. P. O. BOX 2068, MUNCIE, IN47307-0068, USA. 美国印第安纳州 47302 曼西市第 18 街 201 号东 2068 邮箱

投诉人代理人为上海诤勤律师事务所；住所地为上海市浦东新区浦东大道 555 号裕景国际商务广场 B 座 2704，邮编：200120

本案被投诉人为天山区韩凤梅服装店；住所地为新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市天山区延安路 622 号边疆二期地下室 2403 室。

被投诉人代理人为韩留锋，住所地为上海市宝山区陆翔路 111 弄 5 号。

本案争议域名为“maxhan.cn”。

争议域名注册商为厦门纳网科技有限公司。

## 3. 当事人主张

## A. 投诉人

投诉人的主张如下：


### 一、投诉人依法享有对“Maxon”的商号权和商标权


投诉人麦克森公司由 Mr. H. R. Maxon 先生创建于 1916 年，是一家历史悠久、规模较大的全球性工业燃烧器制造厂商，并已在全球范围内建立了最广泛和最强大的制造和工程支持网络。除了在美国总部印第安纳州曼西市拥有 24,000 平方米的生产基地外，位于欧洲比利时布鲁塞尔市的麦克森全资分公司，是其另一个重要的生产基地。而其分销机构则已遍布全球范围：在美洲拥有 36 个销售点，在欧洲拥有 9 个销售点，1966 年在欧洲比利时布鲁塞尔市建立分公司。在亚洲太平洋地区拥有 8 个销售点，并于 2000 年就在中国地区上海设立代表处，于 2002 年在上海市外高桥保税区成立生产型独资企业麦克森燃烧设备（上海）有限公司，开展和推广在中国地区的业务。

自 1916 年投诉人麦克森公司发明了预混燃烧器起，经过近百年的不断研发和创新，麦克森公司已成为享誉全球的燃烧器设备领导者。麦克森公司通过其官网 <[www.maxoncorp.com](http://www.maxoncorp.com)>, <<https://cn.maxoncorp.com>> 一直致力于为燃烧器设备应用厂商提供最为广泛、强大的国际支持服务网络。经投诉人长期在中国的宣传和使

“MAXON”作为投诉人的商号和商标拥有极高的知名度和影响力，已经和投诉人建立起密切的指代和唯一指向的联系。

投诉人已经在全球多个国家注册了包括“maxon”文字在内的图形商标，请参见证据 4。证明投诉人名下“MAXON”商标在中国注册的商标注册证，包括但不限于



“ MAXON”（国际注册号：G984368，注册日期：2008 年 10 月 8 日，第 9、

11 类）和“ MAXON”（注册号：3652223，注册日期 2005 年 3 月 14 日，第 11 类），官方网站 [www.maxoncorp.com](http://www.maxoncorp.com), <https://cn.maxoncorp.com> 的网页截屏，投诉人在中国参加商业展会的照片、中国地区的部分 2009 年度-2013 年度销售合同复印件，请参见附件证据 5。



投诉人（MAXON CORPORATION）早在 1916 年就开始使用“MAXON”作为其英文商号，我国（中华人民共和国）和投诉人所属国美国均为《巴黎公约》的成员，依据《巴黎公约》的相关规定，在先商号权的保护并不以在中国注册为条件。


综上所述，投诉人依法享有对“MAXON”的商标权和商号权等民事权利。

### 二、被投诉人注册的<maxhan.cn>域名与投诉人享有民事权利构成混淆性近似


被投诉人注册的域名的主体部分“maxhan”与投诉人享有在先权利的“maxon”仅存在“o”和“ha”的区别，差别细微，发音近似。被投诉人在其官网和产品中使用的商业标识“”与投诉人使用的商业标识“”高度近似，除文字排列组合和发音近似外，其共同之处并体现为具有高度显著性和创造性的在字母“X”上的火焰形状图形设计。



同时，被投诉人与投诉人均属于同业竞争者，主营产品均为燃烧器设备与部件，投诉人和被投诉人在争议域名的网站上宣称其为投诉人麦克森公司的母公司“Honeywell International Inc.”（霍尼韦尔国际公司）所有的“Honeywell”品牌的合作伙伴（请参见附件证据 6），可见，被投诉人明知投诉人的相关在先权利，意图搭便车，刻意造成混淆的恶意十分明显。

根据投诉人目前所掌握的信息，被投诉的域名网站实际上是为被投诉人的亲属韩留峰实际经营和管理，韩留峰在其商业活动中使用的名片印有“Honeywell”的商业标识（请参见附件证据 7），且其在介绍产品时，承认其商业标识“”是模仿被投诉人的商业标识“”，目的是为了更好的推销其产品。相关证据请见附件证据 8。

综上，被投诉人注册争议域名<maxhan.cn>和“”商业标识与投诉人享有权利具有足以导致混淆的相似性，且被投诉人搭便车，刻意造成混淆的意图十分明显。

### 三、被投诉人注册争议域名缺乏合法权利和法律依据

被投诉人对该争议域名并不享有合法权利。被投诉人于 2013 年 6 月 8 日向中国国家工商行政管理总局商标局申请注册“”商标，该商标申请因违反中国《商标法》相关规定，已于 2014 年 10 月 23 日被投诉人提起异议，目前该异议案件正在审理中。（请参见附件证据 9，投诉人中国国家工商行政管理总局商标局提交的《异议申请书》）

根据中国《商标法》及相关规定，被投诉人使用“”商业标识的行为，属于侵犯投诉人注册商标专用权之行为，该涉及违反法律规定的行为并不能推定其对“”及争议域名享有合法权利。

《商标法》第五十七条之规定：

有下列行为之一的，均属于侵犯注册商标专用权：…（二）未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标近似的商标，或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标，容易导致混淆的；…


被投诉人与投诉人、投诉人的关联公司，无任何附属、许可或者其他利益关系。考虑到投诉人享有的“Maxon”商标和商号在中国具有较高的声誉和影响力，被投诉人对争议域名的使用必然误导消费者，或者使相关消费者认为该争议域名与投诉人有某种联系。被投诉人刻意攀附投诉人品牌声誉的“搭便车”行为，不能认定为其是对该争议域名的善意或者正当使用。

如果投诉人能初步证明被投诉人缺少注册及使用争议域名的合法依据，举证责任则转移至被投诉人。（参见 Neusiedler Aktiengesellschaft v. Kulkarni, 世界知识产权组织，案号 D2000-1769）

综上，被投诉人缺乏对争议域名的合法权利和法律依据。

#### 四、被投诉人对争议域名的恶意注册和使用

经过近百年的商业使用和推广，“Maxon”商标已经成为承载投诉人卓越商誉的标识。被投诉人作为燃烧器领域的专业人士，通过了解关于投诉人的大量的公开科技文献、新闻报道（请参见附件证据 10，关于投诉人的文献摘选），即可在其注册争议域名之前，已经知晓投诉人对“Maxon”享有注册商标权、商号权。（见 Kate Spade, LLC v. Darmstadter Designs, 世界知识产权组织，案号 D2001-1384）

并且，被投诉人模仿投诉人的主要商业标识“”，并在争议域名中宣称其和投诉人的母公司霍尼韦尔国际公司（Honeywell）具有合作关系，并在其商业名片中印制“Honeywell”标识，无疑会导致相关消费者对相关产品来源的误认和混淆，或者使相关消费者认为被投诉人与投诉人有某种商业联系。并且被投诉人的实际管理者韩留峰也承认，其模仿投诉人商业标识的主观意图，是为了更好的销售其产品。（见附件证据 8）

综上，被投诉人注册争议域名的目的是为了利用投诉人的著名品牌声誉来牟取不正当利益，损害投诉人的声誉。这必将干扰和破坏投诉人的正常的业务活动，以及混淆被投诉人与投诉人之间的区别，误导公众。

基于上述意见，投诉人请求将争议域名转移给投诉人。

## B 被投诉人

被投诉人未按照《解决办法》、《程序规则》和《补充规定》要求提交正式答辩意见，但于2015年7月10日以电子邮件方式就投诉人投诉提出相应意见。被投诉人认为，

1. 依照《中国互联网络信息中心国家顶级域名争议解决办法》中的 第二条 规定：” 本办法适用于因互联网络域名的注册或者使用而引发的争议。所争议域名应当限于由中国互联网络信息中心负责管理的“.CN”、“.中国”域名。但是，所争议域名注册期限满两年的，域名争议解决机构不予受理。“ 而我们的域名 www.maxhan.cn 是在2013年04月13日提出注册，并于2013年05月29日成功注册（请参考附件注册证书或登录《中国互联网络信息中心》网站查询），到2015年05月29日为满两年。对方提出的投诉的时间是2015年06月10日，这样说明对方提出投诉的日期是在我域名满两年之后提出，所以按照该《解决办法》该投诉贵机构不予受理。

2. 我们的这个域名：www.maxhan.cn 是依照中华人民共和国相关法律法规依法合法登记注册。并且我们已经合法取得有《中国互联网络信息中心》颁发的注册证书。

3. 我们注册该域名目的是为了树立自己品牌形象，扩大销售额度，我们已经在注册好之后投入使用该域名作为公司对外宣传的门户，不是为了出售，出租或者以其他方式转让该域名取得不正当利益为目的。

4. 我们注册过别的相关域名，也没有从事多次将他人享有合法权益的名称或者标志注册为自己的域名，以阻止他人以域名的形式在互联网上使用其合法权的名称或者标志。

5. 我们注册该域名是与投诉人的域名有很明显的区别的，

1) ，对方域名是：maxon.com，我方域名是：maxhan.cn. 其域名名称不一样，后缀也不一样，域名构成及寓意也不一样，我们的域名是两个部分构成 MAX+ HAN 构成，MAX 英文及 MAXIMUM 的简称寓意为：最大的，最大值的，最大量的，最大的量，HAN 是我本人的姓的拼音写法，所以放在一起就是寓意我韩式家族企业要做到

最大，最强，是一种积极向上的充满正能量的寓意。所以感觉这个域名非常适合我，并且在注册之前没有人注册这个域名。

2) . 我们经营的产品和投诉人经营的产品都属于燃烧设备，但是各自的产品称呼也不一样。在中国燃烧系统行业投诉人的产品成为“工业烧嘴 或者 土枪”，属于分体式机器，一般不含助燃风机、燃料加压及输送管件和点火监测控制器，需要根据不同加热炉的具体结构及加热工艺要求布置烧嘴及助燃风机、助燃空气管路、燃料加压及输送管件和点火监测控制器，可以参考图片，而我们的产品叫一体式燃烧器或者一体化燃烧器，助燃风机和本体是一体的，有风机电机带动叶轮提供有一定压力及流量的可充分燃烧用的空气，其安全等级高，风机是机器上不可缺少的一个组配件，其型号，功率都是匹配好的，不能单独配置，可参考图片，

3) ， 客户方向都不一样，客户群体也不一样，投诉人的产品主要用于工业锻造，纺织机械，印染机械等领域，我们的燃烧器是主要用在供暖，烤箱及普通锅炉上面。

4) ， 我们产品域名及品牌注册之后，没有以投诉人的商标作为卖点去推广我们的产品，也没有在国内网站及 B2B 平台进行大势宣传及直接推广销售（中国市场客户没有做过任何销售（外贸公司以出口或帮国外客户代为采购除外）），并且我们的产品设备本身及包装上面都明确注明：“MADE IN CHINA”，而 MAXON 的产品应该都是美国制造，所以根本不会对客户有任何混淆品牌的概念，更谈不上破坏投诉人的正常业务活动之说法。

5) ， 我们产品颜色和投诉人产品外观颜色完全不一样，我们产品颜色都为大红色，鲜艳明了，而投诉人产品颜色大多以银灰色，对比非常明显，根本无法称得上有任何混淆之说。

综上所述 我注册该域名没有恶意抢注域名，不是为了出售，出租或者以其他方式转让该域名取得不正当利益为目的，不是为了损害投诉人的声誉，破坏投诉人正常的业务活动，或者混淆与投诉人直接的区别，误导公众，

被投诉人于 2015 年 7 月 27 日提交答辩书，再次强调争议域名与投诉人享有民事权益的商标、商号等，在外表、读音、含义、对应商品等方面均存在明显不同。商标上的火焰标志是燃烧器领域常用符号。故，不可能导致消费者混淆。被投诉人已就该商标申请注册商标，商标局亦认为与投诉人商标不构成近似商标。投诉人恶意就被投诉人注册商标提出异议。再者，被投诉人使用争议域名没有恶意。与霍尼韦尔公司合作是事实（经销其产品），且并不知道霍尼韦尔公司收购了投诉人。

基于上述理由，被投诉人请求仲裁中心组成的专家组，驳回投诉人投诉。

#### 4. 专家组意见

鉴于争议双方所提各种事实和法律主张及抗辩，首先有必要向双方阐明专家组审理域名争议程序的基本法律性质。法律上讲，专家组审理域名争议的程序，应为当事人就争议域名进行注册整体程序的组成部分。当事人注册争议域名实行的是登记制，无须域名注册管理机构进行实质审查。但注册域名必不可少的条件之一是，在当事人因注册域名被他人投诉时，应由经域名注册管理机构授权的争议解决机构指定的专家进行审理，对争议域名归属问题予以裁断。因此，专家组审理域名争议，与一般行政程序、仲裁程序和司法程序有着本质区别。其实质是，在当事人就注册域名发生分歧时，由专家组适用《解决办法》项下实体判定标准，并参照中国法项下“诚实信用”和“公平”原则，综合考虑各种因素，决定争议域名归哪一方当事人所有，更加符合《解决办法》有关域名注册标准的真谛，更加有利于保护广大网络使用者利益，以及更加有利于维护网络运行正常秩序。专家组审理域名争议，不是对当事人之间的是非予以评说并认定相应法律责任；而是基于对当事人证据能够证明的基本事实的认定，适用《解决办法》规定的实体判定标准进行思考分析，通过“心证”得出应将争议域名裁决归哪一方所有的结论。

专家组审理域名争议的基础，是被投诉人围绕投诉人请求、主张及证据提出抗辩，以使专家组在双方对抗中，寻找认定争议事实及适用实体标准所形成的焦点。投诉人基于与解决本案域名争议相关的法律规定提出投诉，主张符合投诉的三个主要条件；故，认为争议域名应被裁决转移给投诉人。被投诉人则认为，投诉人投诉已超过《解决办法》规定的实效，故，仲裁中心不应予以受理。被投诉人还认为注册争



议域名具有合法权利，且该域名与投诉人主张的商标及商号具有很大差别。据此，专家组确定本案争议焦点为，（1）投诉人投诉是否超过规定实效？（2）若未超过，其投诉是否满足《解决办法》规定的请求转移争议域名的实体条件？

### 一、投诉人投诉是否超过规定时效？

根据《解决办法》规定，投诉人针对他人注册域名提出投诉的期限为，自注册之日起两年。就本案而言，争议域名获得注册的时间为2013年5月29日；而投诉人向仲裁中心提出投诉的时间为2015年5月29日。如以日期为标准粗算投诉时效，则被投诉人提出超过时效的抗辩，似乎具有一定道理。然而，既然《解决办法》规定的投诉时效为“两年”，那么在具体日期发生重合时，投诉时效的计算即应精确到“分”，乃至“秒”。因为就规定时效而言，其所言“年”应当以“自然年实际届满”为标准。

CNNIC曾对有关投诉时效计算问题做出解释，认为所争议域名注册期限满两年，是指从注册日至到期日满两年。考虑到一般原则，如投诉人递交书面争议书，到期日的截至时间点以争议机构营业时间截至点为准；如通过电子方式发送投诉书，可延展到当日24点。

根据争议域名注册商反馈的注册信息，争议域名的确切注册时间为“2013年5月29日17:25”。仲裁中心确认投诉人提出投诉的确切时间为“2015年5月29日16:07”。如此而言，投诉人向仲裁中心提出投诉时，仲裁中心尚在工作期间；更不用说CNNIC解释的，“如通过电子方式发送投诉书，可延展到当日24点。”再者，若以争议域名注册时间为起点，精确计算两年时效届满的确切时间，则应为“2015年5月29日17:25（至少应为2015年5月29日17:24:59）”。就是说，投诉人向仲裁中心提出投诉时，争议域名注册时间尚未届满两年。

基于上述，专家组认定，投诉人提出投诉未超过《解决办法》规定时效，仲裁中心受理本案投诉符合《解决办法》、《程序规则》和《补充规则》有关投诉时效的规定。

## 二、投诉人请求是否满足《解决办法》规定的请求转移争议域名的实体条件？

判断争议域名归属的核心实体标准是《解决办法》。根据其第八条规定，符合下列条件的投诉应当得到支持：

- (一) 被投诉的域名与投诉人享有民事权益的名称或者标志相同，或者具有足以导致混淆的近似性；
- (二) 被投诉的域名持有人对域名或者其主要部分不享有合法权益；
- (三) 被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意。

这三条标准，应为专家组裁决争议域名归属的核心标准。专家组就此认定如下：

- A) 关于被投诉的域名与投诉人享有民事权益的名称或者标志相同，或者具有足以导致混淆的近似性

投诉人请求专家组裁决被投诉人将争议域名转移给前者，首先应使专家组相信，争议域名与投诉人“享有民事权益的名称或者标志”“相同或者具有足以导致混淆的近似性”。根据对《解决办法》第八条第一款规定的理解，投诉人只要证明“名称”或者“标志”与“相同”或者“混淆性近似”四个要素的任一组合是事实，即满足规定条件。当然，投诉人可以证明的组合情形越多，越有利于专家组认同投诉人主张。

投诉人首先需要证明是否拥有受中国法律保护的“享有民事权益的名称或者标志”。鉴于争议域名为“.cn”域名，且判断本案实体争议的标准，是由中国相应域名主管机构制定的《解决办法》，因此投诉人需要同时证明两个问题。其一是其在本案主张的“名称或者标志”是什么？其二是投诉人就该“名称或者标志”在中国“享有民事权益”。

投诉人在本案主张的“名称”和“标志”是“MAXON”商号 and 在中国注册的




“MAXON”” 商标。

专家组采信投诉人提交的证据 5，认定投诉人在中国享有受中国商标法保护的注册商标。关于投诉人所述已针对被投诉人申请注册的“MAXHAN”商标提出异议，或被投诉人提出的投诉人恶意提出异议等，需要指出的是，本案审理的是域名争议而并非商标争议；因而任何适用于商标争议的法律法规，只要与本案无关，均不在专家组考虑的适用法律范畴之内。至于被投诉人是否享有相应商标权益，不是专家组认定投诉人是否满足第一个投诉条件时需要考虑的因素。专家组将在“合法权益”争点，就此阐述意见。

投诉人主张，自其于 1916 年成立伊始，即使用“MAXON”商号从事商业活动。专家组采信投诉人证据，并在缺乏相反证据证明投诉人曾经变更过公司名称情况下，认定投诉人主张的事实。根据中国加入的《巴黎公约》相关规定，以及中国相应法律规定及司法实践，企业名称（包括字号，甚至企业名称的简称）受法律保护。中国的《反不正当竞争法》也规定，经营者侵害他人企业名称或字号的行为，构成违反法律的“不正当竞争行为”，应被禁止。足见中国法律对“商号”权益的保护。据此，专家组认定投诉人享有受中国法律保护的“商号”。

争议域名的主要识别部分为“maxhan”，而投诉人主张的“享有合法权益的标识”是“MAXON”。被投诉人提出，二者在字母组合的数量、外在表现形式、读音、含义及所对应的商品方面，均存在明显不同。说二者不相同，应为无可争辩的事实。故，专家组需要审理认定的是，被投诉的域名是否与投诉人享有民事权益的名称或者标志混淆性近似？这涉及两个判断因素。一是二者在表面上是否近似？二是如表面近似，是否具有足以导致他人混淆的可能性？专家组的看法是，

- (1) 在一般人眼中，恐怕会有相当数量的人认为，“maxhan”与“MAXON”近似。这是因为，一般人对文字或字母组合的注意力，多存在由前至后递减的可能性。就本案而言，一般人对“MAX”的注意力，要强于“ON”或“HAN”。再者，二者差异仅在“O”与“HA”之上。而这恰恰是争议域名与投诉人标识不相同的根本所在。之所以如此，专家组才需要判断，网络使用者是否有可能误以为“maxhan”与“MAXON”各自主体之间是否有什么关联性。

- (2) 被投诉人主张，“maxhan”分为“max”和“han”两个部分。前者意为“最大、最强”；后者为其姓氏“韩”的拼音；合意为“韩氏家族企业做到最大、最强”。被投诉人做如此解释时忘记了一个因素，即网络使用者见到争议域名时，并不清楚其所含被投诉人解释的意思。如上述第(1)点所述，他们一般会将注意力放在“MAX”字母组合之上，而可能误认与该字母组合放在一起的其他字母组合，与“MAX”组合有某种联系。例如，大家都熟悉“McDonald’s”商标，因此，他们在见到“McCafe”时，一般会将其与“McDonald’s”商标的所有人联系在一起。
- (3) 若以简单的数字概念做依据，被投诉人注册争议域名时，将投诉人标识字母组合中的 80%（5 个字母中的 4 个），用作争议域名的主要识别部分。面对如此高的比率，说导致网络使用者混淆二者关系的概率不高，缺乏更具有说服力的依据。
- (4) 投诉人的注册商标为“”，而被投诉人申请注册的商标为“”。在一般人看来，二者十分相像。尤其是，被投诉人使用了投诉人独创的象征其产品的特有“火焰”标识。如此，即使消费者见到“maxhan”标识时不会想到投诉人，但在见到“”标识时，恐怕就不会不将被投诉人与投诉人进行联想。若加之被投诉人进行的宣传，致使消费者混淆被投诉人与投诉人关系的概率，大大提高。
- (5) 被投诉人主张并举证证明，其申请注册商标中的“火焰”标志，是燃烧器产品常用标志。如果单讲“火焰”标识，或许一般人都会将其视为与“火”相联的标识。但在将该标志与申请注册的商标中的文字相结合判断，则不难看出被投诉人的主观意图。尤其需要注意的是，二者皆将“火焰”标志放在字母“X”之上。投诉人将“火焰”标志置于字母“X”之上，或许考虑到该字母上的空缺部分。如果是这样的话，这大概就是投诉人注册商标时的独到创意。被投诉人模仿投诉人的独到创意，不会没有目的。而其产生的客观效果，恰恰是可能导致消费者混淆。

此外，专家组比较了被投诉人证据中带有“火焰”标志的其他商标，可以看出该等商标与投诉人商标存在的差异，大大超出本案争议双方注册商标与申请注册商标之间的差异。由此得出的结论是，被投诉人在其申请注册的商标中，将“火焰”标志与“MAXHAN”文字相结合，才是产生其与投诉人注册商标存在混淆性近似的根源。

- (6) 被投诉人认可，“我们经营的产品和投诉人经营的产品都属于燃烧设备”；但主张其产品与投诉人产品在型号、功能、颜色等方面均存在差别。专家组认为，就产品大类而言，二者应属具有竞争性质的经营者。需要特别强调的是，在判断“混淆性近似”时，以相关消费群体（如燃烧设备消费全体）为依据，更易于做出接近客观事实的判断。就是说，燃烧设备消费群体要比一般消费者更加认同二者的近似度；且更加易于联想二者之间是否存在某种关联性。这里所说“混淆性”，不是针对具体产品型号、功能、颜色等体现产品具体特点的元素，而更多涉及对产品来源的混淆。例如，误认为被投诉人与投诉人之间存在某种商业路线。
- (7) 被投诉人提出，其申请注册商标时，商标局认为其申请注册的商标，与投诉人注册商标不一致。专家组要说的是，商标主管机构对近似商标的判断标准，不同于专家组对争议域名与投诉人享有民事权益的标识是否近似的判断标准。更重要的是，若当事人对商标局决定不服，可以诉诸异议、复审，乃至其后的诉讼程序。因此，就被投诉人申请注册的商标是否与投诉人注册商标近似而言，至今没有具有法律约束力的决定或判决。
- (8) 既然“混淆性近似”是一种客观可能性，则分析这种客观可能性时，不能不对相应主体的潜在动机进行分析。因为，若市场经营者遵守诚实信用原则，则其应尽最大注意力，避免使消费者对自己与他人产生混淆。反之，若市场经营者出于不正当竞争之目的，为“搭便车”从事的市场行为，则必然产生与该动机相一致的客观效果。就本案而言，即使被投诉人为使“韩氏家族企业做到最大、最强”而采用“maxhan”标识，那么模仿投诉人特有的“火焰”标识，进而有可能导致网络使用者误认争议域名与投诉人有某种联系，则不应成为实现其主张目标的合法手段。换言之，若被投诉人想使其家企业做到最大、最强，完全可以选择其他英文字母（如 SUPER、ACE 等）与其姓氏组合，注册域名。

基于上述，专家组认定争议域名主要识别部分，与投诉人享有民事权益的“商标”和“商号”混淆性近似；进而认定投诉人满足请求转移争议域名的第一个条件。

**B) 关于被投诉的域名持有人对域名或者其主要部分不享有合法权益**

投诉人请求专家组裁决被投诉人将争议域名转移给前者的第二个条件是，证明“被投诉的域名持有人对域名或者其主要部分不享有合法权益”。仅从该规定措辞角度讲，投诉人需要承担举证义务，证明“被投诉人对争议域名不享有合法权益”的事实。投诉人提交大量证据，证明自己应对争议域名享有合法权益；并证明已对被投诉人申请注册的商标提出异议，且该程序尚未完结。被投诉人则主张自己对争议域名享有合法权益。专家组就此认定如下：

- (1) 投诉人主张自己按照程序规定注册争议域名，因此应对其享有合法权益。专家组认为，注册域名的行为，不能简单成为享有合法民事权益的依据。因为，当事人注册域名，无须注册机构对此进行实质审查。但依照注册人与注册机构签订的注册协议，只要有人对注册域名提出异议，则仍需专家组做出认定。因此，在专家组未对投诉人投诉做出最终认定前，基于争议域名主张对其享有合法权益，是不适宜的。
- (2) 根据对《解决办法》第八条规定的理解，判断争议域名归属所涉“合法权益”的重要判断依据是，哪一方当事人享有相应商标权。专家组基于投诉人证据认定其在中国享有注册商标权；而被投诉人未提交证据证明，其在中国享有与争议域名对应的商标权。需要指出的是，申请注册商标与核准注册商标具有不同的法律地位。对后者而言，最有效证据是《商标注册证书》。投诉人提交了如此证据。双方无争的事实是，投诉人对被投诉人申请注册的商标提出“异议”，且该程序未完结。即使完结，其后仍存在“复审”及两审行政诉讼的可能性。据此，专家组不能基于被投诉人申请注册商标的事实，认定其对争议域名享有合法权益。
- (3) 《解决办法》第十条规定：“被投诉人在接到争议解决机构送达的投诉书之前具有下列情形之一的，表明其对该域名享有合法权益：

- (一) 被投诉人在提供商品或服务的过程中已善意地使用该域名或与该域名相对应的名称；
- (二) 被投诉人虽未获得商品商标或有关服务商标，但所持有的域名已经获得一定的知名度；
- (三) 被投诉人合理地使用或非商业性地合法使用该域名，不存在为获取商业利益而误导消费者的意图。”

该条规定的适用，需证明两方面基本事实。一是“善意或合理或非商业性使用”的事实；二是“（使）所持有的域名已经获得一定知名度”的事实。

仅就被投诉人提交的现有证据而言，专家组不能认定被投诉人“善意”使用了争议域名。因为，如果是善意使用，则其基本标准应当是，被投诉人充分向相关消费全体表明，其与投诉人或其关联公司没有任何关系。投诉人主张，被投诉人实际使用争议域名的是“韩留锋”；而其在名片上表示与投诉人母公司“HONEYWELL”有关联性。被投诉人则主张，一是不知道霍尼韦尔公司收购了投诉人；二是自己的确经销霍尼韦尔公司的产品。

就被投诉人提出的一个主张而言，专家组注意到，被投诉人提交的证据 3 显示，投诉人网站显著标志是其注册商标，而在其下，则特别注明“A Honeywell Company”，表明其为霍尼韦尔公司旗下公司。既然该证据系由被投诉人提交，则表明被投诉人知晓投诉人于霍尼韦尔公司的关系。从另一方面讲，被投诉人没有提交任何证据证明，霍尼韦尔公司授权其使用“HONEYWELL（或霍尼韦尔）”名称，表明二者之间的关联性。既然如此，专家组不能认定被投诉人善意使用了争议域名。此外，被投诉人亦未提交证据证明，争议域名经其使用后，已具有一定知名度的事实。

基于上述，专家组认定被投诉人不对“争议域名或者其主要部分享有合法权益”；进而认定投诉人满足请求裁决转移争议域名的第二个条件。

**c) 关于被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意**

投诉人主张，被投诉人注册和使用争议域名具有恶意。专家组注意到，《解决办法》第八条第三款使用的是“注册或者使用具有恶意”。如此，投诉人只要证明其中一种情况即满足《解决办法》规定条件。当然，如能证明二者，则使投诉人具有更为充足的投诉理由。专家组就此争点提出的看法是，

- (1) 首先指出的是，所谓“恶意”，是行为人从事某种行为时的一种“主观状态”。故，分析“注册和使用争议域名是否具有恶意”时，不能不对行为人注册争议域名的“主观状态”进行分析。一般说来，任何“行为”必定受某种“动机”驱使；而受“某种动机”驱使的“行为”，必定产生与“动机”一致的“效果”。如果一个人将他人独创且与之有密切关联，而与自己无关联的文字，用作主要识别部分注册域名，那么他的主观动机不具有“恶意”的概率应当很低（除非有充足证据证明“偶然性”；而如此“偶然性”与“独创性”应成反比）。换言之，若为“善意”的注册行为，那么从“善意”思维角度考虑问题，当事人注册域名首先应当考虑的是，如何使网络使用者通过域名，易于在互联网上找到存在于现实世界的自己。为此，注册争议域名应体现自己在现实世界中为人所知的显著元素；或者独创与众不同的显著元素，并使他人逐步将如此独创元素与自己联系在一起。被投诉人注册的域名，显然不具备如此条件。为此，专家组仅从被投诉人注册争议域名的行为角度分析，很难得出其“主观动机”是“善意”而非“恶意”，或者说该行为符合一切民事行为应当遵守的“诚实信用”原则的结论。因此，仅依据专家组有关“相同”及“合法权益”争议认定的事实，即可认定被投诉人注册争议域名具有恶意。
- (2) 被投诉人主张，其选择“maxhan”字母组合注册争议域名的意思，是取“maximum”的“最大、最强”之意，意在使其家族企业做到最大、最强。且不论其真意是否如此，即便要做“最大、最强”，也并非只能取自“maximum”，更不用说从该词英文含义看，并非最恰当之词。尤其是，被投诉人申请注册商标中模仿投诉人独创的“火焰”图形及其位置，更为清晰地显示被投诉人之所以取“max”之主观意图。
- (3) 被投诉人主张，“我们注册该域名目的是为了树立自己品牌形象，扩大销售额度，我们已经在注册好之后投入使用该域名作为公司对外宣传的门户，不



是为了出售，出租或者以其他方式转让该域名取得不正当利益为目的。” 投诉人证据 6 证明的事实是，被投诉人使用争议域名的方式并非“善意”，而具有“恶意”，其目的在于造成相关消费群体的混淆。专家组采信投诉人证据 6，认定其主张的事实，进而认定被投诉人使用争议域名具有恶意。

(4) 《解决办法》第 9 条规定：“被投诉的域名持有人具有下列情形之一的，其行为构成恶意注册或者使用域名：

(一) 注册或者受让域名是为了出售、出租或者以其他方式转让该域名，以获取不正当利益；

(二) 多次将他人享有合法权益的名称或者标志注册为自己的域名，以阻止他人以域名的形式在互联网上使用其享有合法权益的名称或者标志；

(三) 注册或者受让域名是为了损害投诉人的声誉，破坏投诉人正常的业务活动，或者混淆与投诉人之间的区别，误导公众；

(四) 其他恶意的情形。”


专家组认定，被投诉人使用争议域名的方式，更多体现“混淆与投诉人之间的区别，误导公众”的元素，故，具备适用上述规定的基本事实条件。

基于上述理由，专家组认定被投诉人注册和使用争议域名具有恶意；进而认定投诉人满足《解决办法》第八条规定的第三个条件。

综上全部上述，鉴于投诉人针对争议域名提出投诉，并请求专家组裁决被投诉人将争议域名转移给前者；鉴于《解决办法》第八条规定投诉人投诉及请求获得专家组认可，必须同时满足三个条件；鉴于投诉人主张且以证据证明，已满足这三个条件且得到专家组认可；专家组综合考虑本案争议各种因素后认为，由投诉人持有争议域名，与其享有民事权益的名称和标志具有更高的一致性，从而用于网络时，更有利于网络使用者识别进而有利于保护网络使用者的合法权益；据此，投诉人转移争议域名的请求应当得到支持。

## 5. 裁决

专家组基于所阐述的全部理由认定：

- 1) 争议域名“maxhan.cn”的主要识别部分“MAXHAN”,与投诉人享有民事权益的注册商标“”和商号“MAXON”混淆性近似;
- 2) 被投诉人对争议域名或者其主要部分不享有合法权益;
- 3) 被投诉人注册和使用争议域名具有恶意;

并据此裁决

被投诉人天山区韩凤梅服装店将争议域名“maxhan.cn”转移给投诉人麦克森公司(MAXON CORPORATION)。



---

专家组：迟少杰

日期: 2015年7月29日