

行政专家组裁决
案件编号： DCN-1600689

投诉人：艺云台有限公司 (ENVATO PTY LTD)
被投诉人：石金平
争议域名：<graphicriver.com.cn>
注册服务机构：北京新网数码信息技术有限公司

1. 案件程序

本案的投诉人是艺云台有限公司 (ENVATO PTY LTD)。投诉人注册地是澳大利亚 (Australia)，地址为：澳大利亚，维多利亚省，墨尔本，国王街 121 号，邮政编码：3000 (121 King Street, Melbourne, Victoria 3000, Australia)。投诉人之授权代理人是霍金路伟（上海）知识产权代理有限公司北京分公司，联络地址是北京市朝阳区建国路 77 号华贸中心 3 号写字楼 31 层 01D 邮编 100025。

被投诉人是石金平。联络地址是“安徽省安庆市绿叶 17#207”，联络电子邮箱是 forhome@126.com。

本案的争议域名是<graphicriver.com.cn>。争议域名的注册服务机构是北京新网数码信息技术有限公司，地址是北京经济技术开发区地盛西路 1 号数码庄园 A2 座二层 (邮政编码：100176)。

2016 年 5 月 11 日，投诉人根据中国互联网络信息中心 (CNNIC) 2014 年 11 月 21 日发布实施的《中国互联网络信息中心国家顶级域名争议解决办法》（《解决办法》），CNNIC 2014 年 11 月 21 日发布实施的《中国互联网络信息中心国家顶级域名争议解决程序规则》（《程序规则》）以及香港国际仲裁中心 2014 年 11 月 21 日生效实施的《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》（《补充规则》）向香港国际仲裁中心提交了投诉书，并选择由一人专家组审理本案。

同日，香港国际仲裁中心以电子邮件向投诉人传送投诉书接收确认，确认收到投诉人的投诉书，并表示香港国际仲裁中心将根据《解决办法》、《程序规则》以及《补充规则》的规定对投诉书予以形式审查。

同日，香港国际仲裁中心向域名注册服务机构北京新网数码信息技术有限公司传送请求确认函，请求确认上述争议域名是否经其注册及要求提供争议域名注册人的联系资料。注册服务机构于 2016 年 5 月 12 日向香港国际仲裁中心作出相关确认，表

示争议域名<graphicriver.com.cn>的注册人是石金平，英文名字是“stone”，联系地址是“安徽省安庆市绿叶 17#207”，电子邮箱是 forhome@126.com。在收到本案案件费用后，香港国际仲裁中心于 2016 年 5 月 14 日，向被投诉人发出邮件，要求被投诉人根据《程序规则》及《补充规则》的规定于 20 天内提交答辩，并同时转去投诉书及所有附件材料。

香港国际仲裁中心于 2016 年 6 月 14 日收到投诉人提交的修改投诉书及补充附件。同日，香港国际仲裁中心向被投诉人转递修改投诉书及补充附件。

于 2016 年 7 月 5 日，香港国际仲裁中心向双方当事人发出通知，表示香港国际仲裁中心在规定的答辩时间内没有收到被投诉人针对上述域名投诉提出的答辩书 (Form R)，并将会尽快指定专家，审理本案。

2016 年 7 月 13 日，候选专家按照香港国际仲裁中心的要求，表明同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。香港国际仲裁中心遂于 2016 年 7 月 14 日以电子邮件向双方当事人及独立专家苏国良先生 (Mr. Gary Soo) 发送通知，告知有关各方，由苏国良先生 (Mr Gary Soo) 组成独立专家组审理本案，并正式将案件移交专家组。本案专家组将在 14 天内（2016 年 7 月 28 日或之前提交裁决书）。

2. 事实背景

投诉人艺云台有限公司 (ENVATO PTY LTD) 于 2006 年 8 月成立于澳大利亚。投诉人表示本身是世界知名网络科技公司，运营多个全球知名的网络商品和服务交易数字平台，包括创作性资产数字交易平台 Envato Market，而 Envato Market 由包括 <graphicriver.net> 在内的 7 个子交易平台组成，供世界各地的设计师出售逾 900 万件创作性资产，包括网页设计的主题和模板，网页设计软件，网页设计所需的图片资源及视频等。

投诉人也表示，其中，<graphicriver.net> 是投诉人专门为各类网络及文案设计所需的图片资源交易而设立的平台，包括字体，徽标，图标，插图，背景，装饰及 3D 渲染在内的一系列图片资源都可以在 <graphicriver.net> 的数据库中获得。全球的网络设计者通过 <graphicriver.net> 出售他们的图片创作并购买设计所需要的一切图片资源。投诉人及包括 <graphicriver.net> 在内的数字交易平台在全球获得了广泛的欢迎和关注。截止 2015 年 10 月，投诉人各平台已累积 600 万世界各地（包括中国）的会员及 150 万名活跃的卖家/买家。根据网站使用分析公司 Alexa 统计，投诉人网站 <envato.com> 和 <graphicriver.net> 的人气均位列世界前 2,400 名。

投诉人亦表示，在中国，投诉人及其 ‘graphicriver’ 品牌也受到了广泛的关注和认可。互联网的发达使中国消费者能自如地浏览投诉人 <graphicriver.net> 网站，并在该平台上出售和购买相关的图片资源。早于本案争议域名的注册时间，2014 年 5 月 13 日，超过 49 万的中国大陆用户浏览 <graphicriver.net> 网站超过 540 万次。投诉人及其 graphicriver 品牌已经在包括中国在内的全球建立了很高的知名度和识别度。

被投诉人于 2014 年 5 月 13 日注册了争议域名。


3. 当事人主张

A. 投诉人

除了上述事宜外，投诉人也主张如下：

- i. 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。

投诉人主张，投诉人对‘graphicriver’商标拥有基于《中华人民共和国反不正当竞争法》下对知名商标或商品/服务名称保护的权利；争议域名<graphicriver.com.cn>的主体部分与投诉人‘graphicriver’商标或商品/服务名称完全相同。

投诉人指出，为保护其 graphicriver 品牌，投诉人早于 2008 年 8 月就在澳大利亚获得了“”的商标注册（商标号：1218265；第 9 类）。投诉人对‘graphicriver’享有注册商标权；在中国，投诉人于 2016 年 2 月 2 日向中国商标局提交了关于‘graphicriver’在第 42 类的商标申请，目前该申请已被中国商标局受理，正处于实质审查阶段。投诉人认为，虽然投诉人在中国就‘graphicriver’的商标申请晚于争议域名的注册日期（2014 年 5 月 13 日），但是早在争议域名注册日期之前，投诉人‘graphicriver’商标就已经在中国网络使用者中享有较高的知名度。首先，投诉人早于 2006 年就开始运营<graphicriver.net>网站。互联网的发达使中国的网络使用者可以自如地浏览投诉人<graphicriver.net>网站，并在网站上出售/购买图片资源。根据第三方 Google Analytics 报告现有数据显示，自 2010 年 1 月（远早于争议域名注册日期 2014 年 5 月），大量来自中国大陆及香港的网络使用者访问投诉人<graphicriver.net>网站并在该网站上出售/购买图片资源，投诉人<graphicriver.net>网站在中国享有很高的识别度和知名度。其次，在权威的中文搜索引擎百度和搜狗搜索以“graphicriver”作为关键词进行搜索的结果显示，除争议域名外，所有的搜索结果均指向投诉人<graphicriver.net>网站或与投诉人有关。再者，远早于争议域名注册日前（即 2014 年 5 月 13 日）中国的网络使用者已不断地在网上讨论投诉人<graphicriver.net>网站及图片资源。事实上，当中也不乏违法转载从<graphicriver.net>上下载的材料，但这也证明投诉人‘graphicriver’品牌在中国的知名度。还有，鉴于来自中国的巨大访问量和交易数额，投诉人正积极的开拓中国市场。投诉人在中国注册了微信（WECHAT）账号已进一步扩大和广大中国网络使用者的互动。最后，CNNIC 在 2016 年 1 月 22 日发布《中国互联网络发展状况统计报告》指出（附件 14）：截至 2015 年 12 月，中国网民达 6.88 亿，互联网普及率达 50.3%，半数中国人已接入互联网。投诉人的‘graphicriver’平台属网络服务且开放于中国会员，在中国相关消费者中享有极高的知名度。

投诉人表示，《中华人民共和国反不正当竞争法》第五条第（二）项规定，经营者不得“擅自使用知名商品特有的名称...，或者使用与知名商品近似的名称...”。《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》第一条亦规定“在中国境内具有一定的市场知名度，为相关

公众所知悉的商品，应当认定为反不正当竞争法第五条第（二）项规定的“知名商品”。投诉人也表示，投诉人的‘graphicriver’品牌在中国享有极高知名度，应被定为知名商品/服务的特有的名称。争议域名的主体部分与‘graphicriver’完全一致，现有裁决已经认可在判断商标或商品名称是否与一个域名相同或混淆性相似时，无需理会域名的后缀（本案中是.com.cn）。

投诉人认为，鉴于以上事实和法律原则，根据证据优势和可能性平衡原则，参考香港国际仲裁中心已有的裁决（案件编号 DCN-1500617 Entertainment One UK Limited 诉东莞市火兔服饰有限公司）、DCN-1500643（Udacity, Inc 诉李明）、DCN-1500656（Udacity, Inc 诉叶林）及 DCN-1400594（COMUTO 诉林智茂）；附件 15）所同样适用的原则，投诉人的 graphicriver 商标（虽然尚未注册为中国的注册商标）拥有基于《中华人民共和国反不正当竞争法》下对在先使用的知名商标和商品/服务名称保护的權利。此外，早于争议域名注册日期，投诉人已经注册了一系列包含‘graphicriver’的域名，中国现有法律和法院判例认可域名属于民事权益的一种；争议域名主体部分与投诉人享有民事权益的在先域名主体部分相同。再者，自 2006 年起投诉人注册了一系列包含其品牌‘graphicriver’的域名，包括在 2006 年 8 月 31 日注册的<graphicriver.net>。投诉人亦认为，根据《最高人民法院关于审理涉及计算机网络域名民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第四条的规定：“...对符合以下各项条件的，应当认定被告注册、使用域名等行为构成侵权或者不正当竞争：（一）原告请求保护的民事权益合法有效；（二）被告域名或其大部分构成对原告驰名商标的复制、模仿、翻译或音译；或者与原告的注册商标、域名等相同或近似，足以造成相关公众的误认；...”。

投诉人也引用，上海市第二中级人民法院在上海鼎茶实业有限公司一案 [(2012)沪二中民五（知）初字第 89 号]，以认定“在商业环境下，域名类似于商标、商号，具有商业价值，因此域名是一种民事权益，应由相应的民事主体享有，原告作为网络域名注册人和网站的实际经营者对于 www.dingtea.com 域名享有合法的民事权益...”，并基于此认定被告注册的 www.ding-tea.com 域名侵犯了原告享有在先权益的域名。

综上，投诉人主张，对早于 2006 年注册的 <graphicriver.net> 域名及其他早于争议域名注册日之前的包含‘graphicriver’的域名享有合法的民事权益。而争议域名的主要识别部分为‘graphicriver’（.com.cn 不具有区分性），与投诉人在先注册并使用的‘graphicriver’域名主要识别部分完全相同。

投诉人因此认为，就《解决办法》第八条(一)的目的而言，已证明争议域名与投诉人享有民事权益的知名商标或商品/服务名称及在先域名完全相同。

- ii. 被投诉人对争议域名并不拥有权利或合法权益。

投诉人指出，投诉人确认并没有、亦从来没有在中国或任何地方向被投诉人授予任何使用其‘graphicriver’商标/域名的权利、许可、授权或同意。投诉人重申，投诉人使用和注册‘graphicriver’商标及包含‘graphicriver’的域名的

日期均早于争议域名注册日期。这事实的实际意义，是将须证明其对争议域名拥有合法权利及/或权益的举证责任转移至被投诉人身上。投诉人请专家组参考 PepsiCo., Inc.诉 Amilcar Perez Listad/b/a Cybersor 一案（WIPO 案号 D2003-0174）。在缺乏该等有关证据的情况下，被投诉人将无法满足其举证责任，专家组应因此裁定被投诉人对争议域名并不享有任何合法权利或权益。投诉人认为被投诉人对争议域名并不享有任何权利或合法权益，理由如下：(i) 被投诉人名为“石金平”，不论在其发音或意义上，与‘graphicriver’没有关联；(ii) 被投诉人对‘graphicriver’不享有任何商标权或其他合法利益。投诉人搜索了中国商标局的网上系统，搜索结果显示被投诉人没有相关的商标注册/申请。(iii) 投诉人亦在百度和谷歌中同时搜索关键词“石金平 graphicriver”，用以确定被投诉人与‘graphicriver’之间是否存在客观的联系。结果显示除争议域名外并不存在任何此等联系。(iv) 投诉人搜索中国商标记录,未有发现被投诉人是任何‘graphicriver’注册商标的被许可人。(v) 投诉人从未授权被投诉人注册或使用其‘graphicriver’或类似商标或包含‘graphicriver’的域名。(vi) 没有证据显示被投诉人已在中国就争议域名取得任何知名度；为善意提供商品或服务而使用争议域名；在其他方面就任何合法商业目的而使用争议域名。

投诉人也指出，在没有其他使用证明的情况下，被投诉人不可能声称已在‘graphicriver’标记上取得任何知名度，亦肯定没有在中国取得足以令被投诉人对争议域名享有任何合法权利或权益的知名度。因此，投诉人的投诉符合《解决办法》第八条（二）的规定。

iii. 被投诉人对被争议域名的注册和使用具有明显恶意。

投诉人表示，争议域名所指向的网站 <http://www.graphicriver.com.cn/> 内容及网页设计明显抄袭投诉人 <graphicriver.net> 平台，假借其品牌之名破坏投诉人之业务，并混淆浏览者访问该网站以获得商业利益。该网站多处内容误导浏览者误认为该网站为投诉人的中文官方网站或投诉人授权内容。特别是：(i) 一般商户会在网页下方放置企业信息，被投诉人在 <http://www.graphicriver.com.cn/> 网页的同一位置直接使用了投诉人的企业名称、商标和品牌名称，而“© 2016 Envato Pty Ltd”更会让浏览者错误以为此网页是由投诉人设立、授权、经营和维护。(ii) 被投诉人网页上方使用了投诉人多个品牌名称和标识（即 envato market、themeforest 等）。(iii) 被投诉人网页标题“Graphicriver 中国”旨在令到访者以为网页是投诉人中国的官方网页或内容是经授权。(iv) 被投诉人 <http://www.graphicriver.com.cn/> 网页整体外观和印象与投诉人的官方网页 <<http://graphicriver.net/>> 非常相似。(v) 被投诉人网站正在销售投诉人官方平台上的产品，部分产品介绍的比较如下。

另外，投诉人也表示，被投诉人对争议域名并没有享有任何合法权利或权益。鉴于投诉人及其‘graphicriver’商标的独创性及知名度，作为一个同业竞争者，被投诉人显然对投诉人就‘graphicriver’享有的在先权利和权益已有所知悉。被投诉人不仅没有主动避让，反而抢注争议域名。被投诉人在对争议

域名不享有任何合法权利和权益的情况下进行注册事实本身已证明其对争议域名的注册具有恶意。基于投诉人对‘graphicriver’所享的知名度，可做出如下不可推翻的推定：被投诉人在注册争议域名时对‘graphicriver’商标已有所知悉。投诉人引用 KPMG International 诉 Manila Industries, Inc. 一案 (WIPO 案号：D2006-0597)。

此外，投诉人亦表示，被投诉人在争议域名解析的网站上大量使用投诉人的字号，品牌名称，大量复制投诉人享有著作权的文字、图像作品制作网站以作混淆性使用。这一切均说明被投诉人在有意识地、恶意的模仿投诉人，制造争议域名是由投诉人所有、运营的网站，从而达到希望提升网络访问量，寻求非法商业利益的目的。事实上，争议域名的存在已经在事实上混淆了部分网络使用者，造成投诉人<graphicriver.net>流量的流失。谷歌分析报告显示争议域名的解析网站 www.graphicriver.com.cn 的网页访问量到 2016 年 6 月达到 2,942,394 次。

投诉人提交了相关文件，以证明其上述主张。

根据《解决办法》的规定，并基于上述理由，投诉人请求本案专家组裁决：本案争议域名应转移给投诉人。

B. 被投诉人

被投诉人没有于时限内提交答辩或其他证据。

4. 专家组意见

根据《中国互联网络信息中心国家顶级域名争议解决办法》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。

投诉人在行政程序中必须举证证明以上三种情形同时具备。

解决办法第九条规定，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使用域名：

- （一）注册或受让域名的目的是为了向作为民事权益所有人的投诉人或其竞争对手出售、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。

《解决办法》第七条规定，投诉人和被投诉人应当对各自的主张承担举证责任。

《程序规则》第三十四条规定，除非有特殊理由，如果一方当事人未能遵守《程序规则》和《补充规则》的规定或者专家组确定的任何期限，专家组将继续进行程序，直至就所涉争议作出裁决。《程序规则》第三十五条规定，除非有特殊理由，如果一方当事人未能遵守《程序规则》和《补充规则》中的任何规定或专家组的任何指令，专家组有权依其认为适当的情形对此予以推论。

根据本案当事人提交的投诉书及其所附证据材料，依据《解决办法》第十四条，专家组根据投诉人和被投诉人提供的证据及争议涉及的事实，对争议进行裁决。本案专家组意见如下：

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

投诉人提交的证据表明，投诉人是一家在澳大利亚成立的知名网络科技公司，其网络商品和服务交易数字平台包括<graphicriver.net>，供世界各地的设计师出售逾 900 万件创作性资产，包括网页设计的主题和模板，网页设计软件，网页设计所需的图片资源及视频等。投诉人也早于 2008 年 8 月就在澳大利亚获得了其图象商标注册，并在 2016 年向中国商标局提交了关于‘graphicriver’在第 42 类的商标申请。投诉人之<graphicriver.net>网站在中国大陆的用户浏览数字在 2014 年已达 540 万次，自 2010 年 1 月（远早于争议域名注册日期 2014 年 5 月），大量来自中国大陆及香港的网络使用者访问投诉人<graphicriver.net>网站并在该网站上出售/购买图片资源，搜索引擎以“graphicriver”作为关键词进行搜索的结果均指向投诉人<graphicriver.net>网站或与投诉人有关。

对于这些主张，被投诉人并没有提出反对或相反证据。综合各证据的考虑，专家组认定投诉人的<graphicriver.net>网站在中国享有很高的识别度和知名度，其‘graphicriver’标志/名称在包括中国在内的全球建立了很高的知名度和识别度。据此，早于争议域名注册日期，投诉人已依法对其‘graphicriver’标志/名称享有《解决办法》所需的民事权益。

本案争议域名<graphicriver.com.cn>是以“.cn”作为后缀，属于国别顶级域名，“.com”是代表公司的次级通用域名，没有任何区别作用。因此，争议域名的主要识别部分为“graphicriver”，毫无疑问，该主要识别部分“graphicriver”与投诉人享有所需民事权益标志/名称完全相同。

因此，专家组认定投诉人的投诉已满足《解决办法》第八条所规定的第一个条件。

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

投诉人主张被投诉人对争议域名或其主要部分不享有任何合法权益，同时确认，投诉人并没有、亦从来没有在中国或任何地方向被投诉人授予任何使用其‘graphicriver’商标/域名的权利、许可、授权或同意。

被投诉人对投诉人的主张未予反驳，也没有举证证明其对争议域名或其中的主要部分享有合法权益，亦无证据显示被投诉人对争议域名或其主要部分享有任何合法权益。

依据现有证据，专家组无法得出被投诉人对争议域名拥有合法权益的结论。据此，专家组认定被投诉人对争议域名及其主要部分不享有合法权益。

本案投诉已符合《解决办法》第八条所规定的第二个条件。

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

被投诉人对投诉人的主张未予反驳。如上所述，投诉人提交的证据显示，早于争议域名注册日期，投诉人已依法对其‘graphicriver’标志/名称享有《解决办法》所需的民事权益。从比较被投诉人 <http://www.graphicriver.com.cn/>网页与投诉人的网页，专家组认为，被投诉人是在知悉投诉人享有所需民事权益的‘graphicriver’标志/名称及 <http://www.graphicriver.net/>网站的情况下注册或者使用争议域名，其行为本身就具有恶意。被投诉人对投诉人有关被投诉人具有恶意情况的主张也未予反驳。专家组也认为，被投诉人在有意识地、恶意地模仿投诉人，制造争议域名是由投诉人所有、运营的网站，从而希望达到提升网络访问量，寻求非法商业利益的目的。

鉴于此，专家组认定，被投诉人注册争议域名具有《解决办法》第九条所规定的恶意。本案投诉已符合解决办法第八条所规定的第三个条件。

5. 裁决

综上，专家组认定：争议域名主要识别部分“graphicriver”与投诉人享有民事权益的名称及/或标志相同；被投诉人对争议域名或者其主要部分不享有任何合法权益；及被投诉人注册及/或使用争议域名具有恶意。

基于上述案件事实和理由，本案专家组裁决：投诉人以被投诉人注册争议域名<graphicriver.com.cn>而提起的投诉成立，争议域名须转移给投诉人。

专家组：苏国良

日期：2016年7月21日