



中国国际经济贸易仲裁委员会
域名争议解决中心

=====

裁 决 书

[案件编号: CND-2022000055]

投诉人: 田纳西亚控股公司 (Tenacious Holdings, Inc.)

地 址: 美国明尼苏达州圣保罗市斑达纳大街东 220 室

代理人: 北京市集佳律师事务所

被投诉人: 汤宇鹏

地 址: 中国重庆市渝北区渝航路 101 号

争议域名: tenacious.cn

注册机构: 广州云讯信息科技有限公司

二〇二三年一月十九日

北 京

裁 决 书

(2023)中国贸仲域裁字第 0006 号

中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心（下称“域名争议解决中心”）根据 2019 年 6 月 18 日生效实施的《国家顶级域名争议解决办法》（下称“《解决办法》”）、2019 年 6 月 18 日实施的《国家顶级域名争议解决程序规则》（下称“《程序规则》”）以及中国国际经济贸易仲裁委员会 2019 年 8 月 9 日生效实施的《中国国际经济贸易仲裁委员会关于〈国家顶级域名争议解决办法〉补充规则》（下称“《补充规则》”）的规定以及投诉人田纳西亚控股公司（TENACIOUS HOLDINGS, INC.）于 2022 年 11 月 16 日针对域名“tenacious.cn”以汤宇鹏为被投诉人向域名争议解决中心提交的投诉书，受理了有关“tenacious.cn”域名争议案。案件编号 CND-2022000055。

现本案已审理终结。本案专家组根据《解决办法》《程序规则》和《补充规则》的规定作出本裁决。现将本案案件程序、基本事实、当事人主张、专家组意见和裁决分述如下：

一、案件程序

2022 年 11 月 16 日，域名争议解决中心收到投诉人提交的投诉书。

2022 年 11 月 18 日，域名争议解决中心以电子邮件方式向投诉人确认收到投诉人的投诉书。同日，域名争议解决中心向域名注册服务机构广州云讯信息科技有限公司和中国互联网络信息中心（CNNIC）传送信息确认函，请求提供其 WHOIS 数据库中有关本案所涉域名的相关信息。

2022 年 11 月 23 日，域名注册服务机构广州云讯信息科技有限公司回复域名争议解决中心，确认本案所涉争议域名由其提供注册服

务，争议域名目前状态为有效，现争议域名持有人为本案被投诉人。

2022年12月13日，域名争议解决中心以电子邮件方式向投诉人传送投诉书确认及送达通知书，确认投诉书已经审查合格并送达被投诉人，本案程序于2022年12月13日正式开始。同日，域名争议解决中心以电子邮件向被投诉人传送书面投诉通知，告知被投诉人被投诉的事实，并说明域名争议解决中心已按《程序规则》和《补充规则》的规定，以电子邮件的形式向被投诉人传送了投诉书及附件。域名争议解决中心并于同日以电子邮件向CNNIC及争议域名的注册服务机构广州云讯信息科技有限公司传送程序开始通知。

2023年1月2日，被投诉人向域名争议解决中心提交了答辩书及证据材料。域名争议解决中心于2023年1月3日向投诉人转送了上述材料。

由于投诉人与被投诉人均选择由一人专家组审理本案，根据《程序规则》和《补充规则》的规定，本案应由一人专家组进行审理。域名争议解决中心于2023年1月4日向薛虹女士发出列为候选专家通知，征求候选专家的意见。同日，薛虹女士回复同意接受指定，并保证独立、公正地审理本案。

2023年1月5日，域名争议解决中心以电子邮件向双方当事人及上述拟指定专家传送专家指定通知，确定指定薛虹女士为本案独任专家，成立一人专家组审理本案。同日，域名争议解决中心将案件移交专家组。

根据《程序规则》的规定，专家组应于成立之日起14日内即2023年1月19日之前（含1月19日）作出裁决。

二、基本事实

（一）关于投诉人

本案投诉人为田纳西亚控股公司（Tenacious Holdings, Inc.），

地址为美国明尼苏达州圣保罗市斑达纳大街东 220 室。投诉人在本案中的代理人为北京市集佳律师事务所。

（二）关于被投诉人

本案被投诉人为汤宇鹏，地址为中国重庆市渝北区渝航路 101 号。

被投诉人现为争议域名“tenacious.cn”的持有人。争议域名“tenacious.cn”于 2020 年 3 月 5 日通过注册商广州云讯信息科技有限公司获得注册。

三、当事人主张

如下内容直接来自于当事人双方的陈述，其中不当或过激之辞，由当事人各自负责。

（一）投诉书内容摘录如下：

1. 争议域名主体可识别部分与投诉人享有民事权益的已注册“tenacious”系列商标的显著部分及投诉人的英文商号完全相同，极易引起误认

（1）投诉人的品牌“tenacious”早在争议域名注册前就在全球及中国享有较高知名度

投诉人由 Dr. Thomas W. Votel 于 1983 年一手创立，是一家专门制造和销售一线工作人员用工具包和安全防护服装及用品的美国公司。投诉人主要经营产品包括：工具包、防护眼镜、防护服装、防护手套、防护帽、防护鞋以及其他防护用具。在包括中国在内的世界范围内享有较高的知名度和影响力。

（2）投诉人在中国获得“TENACIOUS”系列商标注册专用权，并享有较高的知名度

“TENACIOUS”系列商标是投诉人的独创商标。投诉人在 2013

至 2017 年之间，申请并注册了第 12707456 号、12707457 号、27400793 号、27400795 号、27400794 号、20174027 号和第 12707458 号共七件“TENACIOUS”系列商标。投诉人“tenacious”系列商标在中国注册情况如下表所示：

序号	商标	类别	注册号	注册日期	使用商品及服务
1	TENACIOUS WORK GEAR	18	12707456	2015/08/21	帆布背包；旅行包；旅行用衣袋；海滨浴场用手提袋；爬山用手提袋；猎物袋(打猎用具)；背包；腰包；运动包；野营手提袋；空工具袋
2	TENACIOUS WORK GEAR	9	12707457	2015/08/21	以亲水性材料制成的用于降低体温的防护外衣；以亲水性材料制成的用于降低体温的防护头带；以亲水性材料制成的用于降低体温的防护帽；以亲水性材料制成的用于降低体温的防护服；以亲水性材料制成的用于降低体温的防护衬衫；以亲水性材料制成的用于降低体温的防护马甲；公路安全桶；公路安全锥；发光或机械道路警示牌；头盔防护内衬；安全头盔；安全警示旗帜；安全警示标志；安全闪光灯；工人用护膝垫；御寒面罩；眼镜盒；高能能见度安全防护上衣；高能能见度安全防护夹克；高能能见度安全防护工装裤；高能能见度安全防护帽；高能能见度安全防护手套；高能能见度安全防护服；高能能见度安全防护腰带；高能能见度安全防护衬衫；高能能见度安全防护裤；高能能见度安全防护连指手套；高能能见度安全防护马甲
3	 (TENACIOUS ERGODYNE WORK GEAR EST. 1983)	10	27400793	2019/01/14	医用带；医用手套；病人身上伤痛处防压垫(袋)；腹部护垫
4	 (TENACIOUS ERGODYNE WORK GEAR EST. 1983)	25	27400795	2019/06/07	保护衣领用衣领垫；头带(服装)；女式连身内衣；帽子；帽子(头戴)；帽衬架(支撑架)；成品衬里(服装的一部分)；背心；衬衫；足球鞋钉；鞋(脚上的穿着物)；鞋垫；鞋底；鞋用金属配件；鞋用防滑配件

5	 <p>(TENACIOUS ERGODYNE WORK GEAR EST. 1983)</p>	22	27400794	2018/10/21	运输和贮存散装物用麻袋; 防水帆布; 帐篷; 包装或捆扎用非金属带; 捆扎用非金属线; 装卸用非金属吊带; 装卸用非金属吊索; 非金属绳索
6	 <p>(TENACIOUS ERGODYNE WORK GEAR EST.1983)</p>	18	20174027	2017/12/14	帆布背包; 旅行包; 旅行用衣袋; 海滨浴场用手提袋; 爬山用手提袋; 猎物袋(打猎用具); 背包; 腰包; 运动包; 野营手提袋; 空工具袋
7	 <p>(TENACIOUS ERGODYNE WORK GEAR EST.1983)</p>	9	12707458	2014/12/21	以亲水性材料制成的用于降低体温的防护外衣; 以亲水性材料制成的用于降低体温的防护头带; 以亲水性材料制成的用于降低体温的防护帽; 以亲水性材料制成的用于降低体温的防护服; 以亲水性材料制成的用于降低体温的防护衬衫; 以亲水性材料制成的用于降低体温的防护马甲; 公路安全桶; 公路安全锥; 发光或机械道路警示牌; 头盔防护内衬; 安全头盔; 安全警示旗帜; 安全警示标志; 安全闪光灯; 工人用护膝垫; 御寒面罩; 眼镜盒; 高能能见度安全防护上衣; 高能能见度安全防护夹克; 高能能见度安全防护工装裤; 高能能见度安全防护帽; 高能能见度安全防护手套; 高能能见度安全防护服; 高能能见度安全防护腰带; 高能能见度安全防护衬衫; 高能能见度安全防护裤; 高能能见度安全防护连指手套; 高能能见度安全防护马甲

(3) 投诉人就 tenacious 文字标识在中国享有受法律保护的英文商号权

首先, 在投诉人的官网上 (<https://www.ergodyne.com/>) 可以明确看到投诉人的英文商号“TENACIOUS HOLDINGS, INC”。同时, 投诉人的主体资格证明文件, 均可以清晰地显示投诉人的企业名称。在国内, 投诉人的影响力也不容忽视。在国内最大的搜索引擎“百度”上, 有多篇含投诉人信息及其“TENACIOUS ERGODYNE WORK GEAR EST.1983”品牌的媒体报道。上述事实证明了, 投诉人所拥有的“TENACIOUS”系列商品已经在中国相关公众中享有极高的知名度, “TENACIOUS”文字与投诉人已经形成一一对应的关系。

(4) 争议域名“tenacious.cn”的可识别部分与投诉人享有民事权

益的“TENACIOUS”系列商标的显著部分以及英文商号权相同

投诉人对“TENACIOUS”系列商标在第 9、10、18、22、25 类享有商标专用权。争议域名“tenacious.cn”的可识别部分“tenacious”与投诉人享有在先商标权的“TENACIOUS”系列商标显著部分文字完全相同。鉴于投诉人所持有的“tenacious”商标在中国拥有较高知名度，对于中国消费者，“tenacious”已经与投诉人建立了一一对应关系，消费者看到争议域名，极易将其误认为是投诉人所有或者同投诉人存在某种法律或商业关系。因此，被投诉人注册争议域名，已构成了与投诉人享有民事权益注册商标的相同或混淆性近似。

此外，争议域名的注册侵犯了投诉人的在先英文商号权，根据北京市高级人民法院的最新审判实践，企业名称与商标确属不同范围，分别起到区分不同民事主体与不同商品或者服务提供者的作用。但不可否认企业名称在实际使用中也能够发挥区别商品或者服务来源的功能，由此导致企业名称与商标的作用在实际商业活动中相互混同，相关公众在选购商品或者接受服务时也不会对两者的作用分别加以考虑。因此，所获得的商业信誉无法完全区分为是属于企业名称的信誉还是属于商标的信誉，也就不能因为某一文字在注册商标前已经成为企业名称并经使用具有了较高的商业信誉就否定其企业名称实际上所起到的商标的标识作用，并将企业名称的商誉和注册商标的商誉完全割裂开来。

在本案中，投诉人于 1983 年在美国明尼苏达州成立，其成立的日期远远早于争议域名的申请日，即 2020 年 3 月 5 日。由此可见，投诉人对于文字“tenacious”拥有在先的企业名称权。作为投诉人名称的显著性部分和英文商号，“tenacious”在实际使用中发挥了区别商品/服务来源的功能，承载着投诉人的商誉。经过几十年的使用和宣传，伴随着投诉人及其产品在消费者心目中的知名度的提高，“tenacious”已经具有唯一的识别性，直接指向投诉人及其优质的商品/服务。争议域名“tenacious.cn”的注册会导致消费者对被投诉人和投诉人产生混淆，误认为双方存在工作联系。

2. 被投诉人就争议域名主要部分“tenacious”不享有合法权益

(1) 根据投诉人在中国商标网上的查询结果显示，被投诉人对“tenacious”不享有任何商标权利。

(2) 投诉人从未许可、授权或允许被投诉人注册和使用争议域名或者注册和使用“tenacious”商标。被投诉人并非投诉人“tenacious”品牌的许可人、经销商、代理商或者分销商。

3. 被投诉人对争议域名的注册或者使用具有恶意

(1) “tenacious”是投诉人的英文商号，也是投诉人的系列注册商标的显著部分，在中国已经享有较高知名度，被投诉人明知投诉人对其“tenacious”享有权利，仍然恶意注册并通过线上平台出售

“tenacious”作为投诉人的独创系列商标及英文企业名称，具有非常强的独创性。经过多年的发展，投诉人及其“tenacious”系列注册商标，已经和投诉人产生一一对应关系，成为投诉人高品质产品的标签。被投诉人注册争议域名的目的，也不是为了正当使用，而是为了通过出售获取利益。投诉人注意到，争议域名目前正在线上平台出售中。

此外，根据 WHOISE 站长之家网站数据显示，被投诉人名下拥有多达 1320 个域名，这远远超过一个正常自然人的使用需求或正常实体的商业需求，其中多个域名与其他知名品牌极为近似，且大部分域名都在通过网络平台进行售卖。

因此，被投诉人注册争议域名“tenacious.cn”及上表所列其他域名的行为，已经构成《解决办法》第九条（一）款的恶意情形，即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。

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。

(二) 被投诉人答辩书内容部分摘录如下：

1. 争议域名的主体部分作为一个纯粹的英文单词与投诉人几乎没有关联性

(1) “tenacious.cn”排除掉国别后缀“.cn”后的主体部分“tenacious”是一个通用的、一般性的英文单词，其含义为：紧握的、不松手的、坚持的、坚韧的顽强的，等等。也就是说，“tenacious”最普遍最直接的含义是属于语言的，而不是独占的。投诉人强行将自己与这样一个具有普适性和普遍性的英文单词挂钩，是毫无道理可言的，从根本上就缺乏关联性。

(2) 争议域名的主体部分在中国互联网范围内几乎只被理解为一个英文单词。

在中国使用占据绝对统治地位的搜索引擎“百度”对争议域名的主体部分“tenacious”进行搜索时，其弹出提示部分几乎均是关于“tenacious”作为一个英文单词方面信息，例如读音、拼写、以及其对应名词为何。搜索出来的结果也全是其作为一个英文单词的具体信息，包括但不限于读音、音标（英音或美音）、用法、例句等。而作为在中国最具影响力的网络百科“百度百科”更是直接只给出了“tenacious”唯一的一个存在的解释，即英文单词。更甚至，即使再往后翻五页，也几乎全是作为一个英文单词而存在，而并不见任何一个搜索结果与投诉人有关。

由此，可以充分证明：争议域名主体部分“tenacious”在中国互联网范围内唯一存在的意义以及标识仅仅是英文单词。

(3) 争议域名的主体部分即使在全球互联网范围内也几乎只被理解为英文单词。

在全世界使用占据绝对统治地位的搜索引擎“谷歌 Google”对争议域名的主体部分“tenacious”进行搜索时，其弹出提示部分也几乎均是关于“tenacious”作为一个英文单词方面信息，包括其含义、句式、同义词等，甚至直接就在第一项就给出了其音标。其搜索出来的结果也全是其作为一个英文单词的具体信息。甚至在其第一项搜索结果出现之前，直接给出了其详细的、作为英文单词的完整解释。包括但不限于读音、例句、用法、近义词等。更甚至，即使再往后翻五页，也几乎全是作为一个英文单词而存在，而并不见任何一个搜索结果与投

诉人有关。考虑到谷歌作为几乎全世界所有国家占据绝对甚至唯一的互联网入门窗口，其意义已经相当明显：争议域名主体部分“**tenacious**”在全世界范围内存在的最重要的意义以及标识依然仅仅是一个通用的英文单词。

综上可知：投诉人意欲发起仲裁巧取豪夺的争议域名的主体部分“**tenacious**”，无论在中国还是全世界范围内，都是无可置疑地以一个英文单词存在的，而与投诉人所宣称的所有权益几乎没有任何关联性。

2. 投诉人在世界范围尤其是中国范围内毫无知名度。

基于在百度和谷歌的搜索结果，除了很清楚地表明争议域名的主体部分“**tenacious**”在中国和世界范围内几乎只被认定为普通英语单词外，还揭露了另一个事实：即投诉人在世界范围尤其是中国范围内毫无知名度。

(1) 投诉人的品牌和产品在中国市场无任何知名度可言

在百度中以关键字“**tenacious 是卖什么的**”进行搜索，百度搜索出来的结果完全不知道“**tenacious**”是卖什么的。唯一跟某种产品有关的“**THE NORTH FACE 北面**”，也和投诉人完全没有任何关系。被投诉人在百度中以关键字“**tenacious 是什么产品**”进行搜索，百度搜索出来的结果也不知道“**tenacious**”是什么产品，除了上面提到的与投诉人完全无关的“北面户外夹克”外，另一种产品是日本知名品牌“膳魔师”的“**tenacious 胶带**”，而这和投诉人依然没有任何关系。类似地，被投诉人再以关键字“**tenacious 是什么牌子**”和“**谁听过 tenacious 这个牌子**”进行搜索，结果大同小异。要么搜不出来任何有效结果，要么搜索的结果没有任何一项与投诉人有关。

(2) 投诉人以例证的方式在投诉书中列举的产品在中国范围内没有任何影响力可言

投诉人在投诉书中称：“投诉人主要经营产品包括：工具包、防护眼镜、防护服装、防护手套、防护帽、防护鞋以及其他防护用具。

在包括中国在内的世界范围内享有较高的知名度和影响力……”。投诉书紧接着给出一张所谓“部分官网截图”以及两件产品截图。

首先，这张所谓的“部分官网截图”和两件产品截图是纯英文的，这显然根本无法论证图片之前那句“在包括中国在内的世界范围内享有较高的知名度和影响力”。

其次，这两张产品截图中的产品分别是“钥匙链(keychain)”和“圆珠笔(ballpoint pen)”，根本不能隶属到投诉人在投诉书中宣称主要经营的产品：工具包、防护眼镜、防护服装、防护手套、防护帽、防护鞋以及其他防护用具。而这两件产品是典型的日常用品和学习用品，非所宣称的经营产品中的任何一类。以两种毫不相关的产品并不能证实投诉人的产品在中国和世界范围内享有较高知名度和影响力。

再其次，假设是投诉人的疏忽，没有把这两件产品所代表的品类列入到其主要经营的产品类别中。于是，被投诉人除了再次在“百度”外，也在中国最具知名度、占据绝对市场统治地位的网络商城巨头“淘宝”与“京东”分别以关键字“tenacious 钥匙链”和“tenacious 圆珠笔”进行搜索。在中国最具影响力的搜索引擎和占据绝对市场地位的两大网商巨头的搜索结果，投诉人在投诉书中列举的两件产品的搜索结果为零。再次证实了投诉人所宣称的知名度和影响力只是毫无根据的吹嘘，是丝毫站不住脚的。

(3) 投诉书中的证据反而表明投诉人的品牌或产品即使有影响力，也与争议域名的主体部分“tenacious”没有关系，更无法形成一一对应关系

投诉人列出了投诉人在中国的商标注册情况，一共七项。但其中没有任何一项与争议域名主体部分完全一致。换句话说，没有任何一项商标是“tenacious”为主体注册的。而七项中，其中最短的一个也仅仅是“TENACIOUS WORK GEAR”，而最长的部分则是“TENACIOUS ERGODYNE WORK GEAR EST. 1983”。这充分说明，投诉人宣称的对于“tenacious”这个关键字的独占的权利完全站不住脚。试问，连一个完整独立的“tenacious”的商标都没有的公司如何敢声称自己的

品牌被域名“tenacious.cn”所影响，进而对公众产生可被证实的误导呢？

其次，可以看到投诉人的官网网址既不是“www.tenacious.com”，也没有包含“tenacious”，而是“www.ergodyne.com”。可见投诉人自己也并没有把争议域名主体部分算作自己品牌建设的一部分。

再其次，投诉人提供的官网截图中，我们可以清楚看到左上角的 logo 部分，也就是投诉人所宣称的商标部分，其主体是“ERGODYNE”，与其官网网址的主体部分完全重合。而争议域名的主体部分“tenacious”字体显著偏小，是作为修饰部分而存在的。同时这进一步说明了投诉人所声称的与“tenacious”的一一对应关系，是毫无根据的。

根据以上的搜索结果以及充分的论证说明，再次逻辑完整地论证了这样一个事实，即投诉人所宣称的“投诉人的品牌在中国享有较高知名度”毫无任何根据和事实基础。再结合最初其在谷歌搜索的结果，甚至可以直接得出一个结论，即且不说在被投诉人所在国中国，即使是在投诉人所在国美国，投诉人以及其所代表的产品和品牌也毫无任何知名度以及市场影响力可言。

3. 被投诉人对投诉人没有任何恶意。

(1) 域名投资在包括中国和美国在内的全世界绝大多数国家属于合法的正常商业行为。

在谷歌搜索关键字“Domain Investing”，会得到高达 6,780 万条结果。而在百度搜索关键字“域名投资”，会得到 4,290 万条结果。除了多达几千万条的搜索结果外，还能很容易地看到大量的关于域名行业的介绍；大量关于域名交易的报道；在国内外占据统治地位的域名注册商[包括国外的 GoDaddy.com 和国内的阿里云（万网）等]都为有域名需求的买卖双方提供了二级市场。更不用说那些在全世界都声誉卓越的域名二级市场平台，包括 Sedo、Afternic、Dan 等。据不完全统计显示，域名行业现在是一个市值高达上千亿行业。

国内外大量的世界级企业都曾有过高价收购域名的案例。这些知名收购都在当时引起过媒体的大量关注，而公众也在这些知名企业对域名的收购案例中逐渐熟悉域名投资这个方兴未艾的行业。在国内，有包括“域名城”“易名论坛”在内的知名域名投资论坛，甚至还有相关的介绍域名投资的书籍在我国通过正规渠道出版。比如于 2008 年由中国人民大学出版社出版的《域名投资》一书便是一例。

投诉人称被投诉人名下拥有多达 1320 个域名，并用列表的形式列举了其中的一部分例子。投诉人试图营造出这样一种观念，即：“因为被投诉人拥有大量的域名，所以持有争议域名‘tenacious.cn’是对投诉人有恶意”。但这恰恰反映出投诉人对于域名投资这个行业的无知，以及莫名其妙的恶意，既没有因果也没有逻辑。相反，由于被投诉人从事的是域名投资这个行业，拥有大量的域名这件事是合法合情合理的，反而更能说明持有争议域名“tenacious.cn”是没有针对投诉人的。反而更能说明，争议域名只是被投诉人投资的大量“常见的英文单词、词组组成的域名”中的普普通通的一个。反而更说明了，被投诉人对争议域名的持有是不具有恶意的。

(2) 在世界知识产权组织 (WIPO) 判决的关于域名争议的案例中，已经明确把纯粹的域名投资作为一种合理的商业行为，而不再作为仲裁三要素中关于恶意的考量因素之一。

(3) 争议域名被解析为出售页还是广告停放页面是判断恶意的重要标准，而争议域名至始至终解析的都是出售页。在上文中所举的案例里，知名域名投资人 Mike Mann 作为被投诉人，他的行为之所以最终被认定为没有恶意，其重要的一个行为是：他将所持有的争议域名所解析的是“域名出售页”而非“广告投放页面”。而类似的，被投诉人在 2020 年 3 月 5 日按照“先申请先注册”这条最基本域名注册原则注册争议域名后，就一直将域名解析到“域名出售页”。

(4) 关于恶意的认定应该有清晰的认定标准，而被投诉人的行为完全不符合这些被认定为恶意的标准。在 2021 年，占市场绝对统治地位的、国际芯片设计领域的巨头 ARM 公司曾经对被投诉人持有

的域名“arm.app”发起过仲裁申请(案号: D2021-0968),最终被 WIPO 的专家组予以驳回。当时,被投诉人在答辩书中以提问的方式阐述了关于恶意的一系列标准。同时,这就是被投诉人对于争议域名的使用是否是恶意使用的最终的答案。投诉人根本拿不出任何证据证明被投诉人恶意使用了争议域名。

被投诉人请求专家组驳回投诉人的投诉。

四、专家组意见

专家组依据《解决办法》《程序规则》及《补充规则》对本域名争议进行审理裁决。

根据《解决办法》第八条的规定,符合下列条件的投诉,应该得到专家组的支持:

- (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。

投诉人应当证明以上各项条件同时具备。

《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者使用域名:

- (一)注册或者受让域名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)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) 其他恶意的行为。

根据本案当事人提交的投诉书、答辩书及其各自所附证据材料, 本案专家组意见如下:

关于完全相同或混淆性相似

投诉人提供了美国明尼苏达州政府于 2014 年出具的企业登记文件, 证明投诉人于 1983 年核准成立, 企业名称为 Tenacious Holdings, Inc.。投诉人还提供了中国企业完成的相关市场调研报告, 证明投诉人的企业名称 Tenacious Holdings, Inc. 在中国市场上实际使用。被投诉人对投诉人的上述证据的真实性并无异议。

专家组认为, 投诉人的证据足以证明, 投诉人的企业名称 Tenacious Holdings, Inc. 已在中国市场使用。中美两国均是巴黎公约成员国, 中国根据公约第 8 条的规定保护美国企业的商号。因此, 投诉人企业名称 Tenacious Holdings, Inc. 中的商号“Tenacious”受中国法律的保护, 属于《解决办法》第八条一项规定的投诉人享有民事权益的名称或标志。

根据《解决办法》第八条一项的规定, 判断被投诉域名与投诉人享有民事权益的名称或标志是否混淆性近似, 须对两者的字符构成进行客观比较。争议域名“tenacious.cn”, 除去代表国家顶级域名的字符“.cn”, 由“tenacious”构成, 与投诉人享有权利的商号“Tenacious”字符相同。因此, 专家组认定, 被投诉的域名与投诉人的商号具有足以导致混淆的近似性, 投诉符合《解决办法》第八条一项规定的条件。

关于被投诉人权利或合法权益

投诉人举证, 中国商标网上查询结果显示, 被投诉人对“tenacious”不享有任何商标权利。投诉人主张, 从未许可、授权或允许被投诉人注册和使用争议域名或者注册和使用“tenacious”商标, 被投诉人并非投诉人“tenacious”品牌的许可人、经销商、代理商或者分

销商。

专家组认为，投诉人已完成其所承担的举证责任，初步证明被投诉人就争议域名不享有合法权益。根据《解决办法》第七条的规定，投诉人和被投诉人应当对各自的主张承担举证责任。被投诉人应就其对争议域名享有的合法权益进行举证。

《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。

被投诉人称：“在 2020 年 3 月 5 日按照‘先申请先注册’这条最基本域名注册原则注册争议域名后，就一直将域名解析到‘域名出售页’”。

专家组认为，被投诉人持有的域名本身不足以证明其享有合法权益。除了“争议域名被解析为出售页”，没有证据证明被申请人善意使用该域名提供任何商品或服务，也无证据证明被投诉人持有的争议域名获得了任何知名度。被投诉人自称“一直从事的都是合法的域名投资行业”，故其出售争议域名显然出于获取商业利益的目的，不属于合理地使用或非商业性地合法使用该域名的行为。总之，被投诉人未能证明就争议域名享有合法权益，未能完成其承担的举证责任。

虽然被投诉人强调“争议域名的主体部分为一个纯粹的英文单词”，但其所提供的网络搜索证据并不能否定投诉人就“Tenacious”名称和标志在先享受中国法律保护的事实。而且，被投诉人并未提供争议域名及其主要部分“tenacious”作为“一个纯粹的英文单词”使用的任何证据。

虽然被投诉人称：“投诉人在世界范围尤其是中国范围内毫无知名度”，但其主张与相关举证并不能证明被投诉人就争议域名享有合法权益。

总之，基于现有的证据材料，专家组认为，被投诉人未能证明其满足《解决办法》第十条规定的情形，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，投诉符合《解决办法》第八条二项规定的条件。

关于恶意

投诉人主张：“被投诉人注册争议域名的目的，也不是为了正当使用，而是为了通过出售获取利益。投诉人注意到，争议域名目前正在线上平台出售中”。

经再三核对投诉人提交的被投诉人所申请域名在售域名信息的证据，专家组未能从其列出的全部 40 个出售域名页面中找到关于争议域名的页面。投诉人的证据因此缺乏关联性，无法证明其主张。

然而，被投诉人在其答辩意见中称：“本人在 2020 年 3 月 5 日按照‘先申请先注册’这条最基本域名注册原则注册争议域名后，就一直将域名解析到‘域名出售页’”，并提供了相应的争议域名出售页证据。

专家组认为，被投诉人自认的事实足以证明，被投诉人在“dan.com”网站上以 6,288 美元公开出售争议域名“tenacious.cn”，接受 Visa、Mastercard、paypal、支付宝、比特币等方式付款。

被投诉人辩称：“投诉人在投诉书中称被投诉人名下拥有多达 1320 个域名，并用列表的形式列举了其中的一部分例子。投诉人试图营造出这样一种观念，即：‘因为被投诉人拥有大量的域名，所以持有争议域名 tenacious.cn 是对投诉人有恶意’。但这恰恰反映出投诉人对于域名投资这个行业的无知，以及莫名其妙的恶意，既没有因果也没有逻辑。相反，由于被投诉人从事的是域名投资这个行业，拥有大量的域名这件事是合法合情合理的，反而更能说明持有争议域名‘tenacious.cn’是没有针对投诉人的。反而更能说明，争议域名只是被

投诉人投资的大量“常见的英文单词、词组组成的域名中的普普通通的一个。反而更说明了，被投诉人对争议域名的持有是不具有恶意的”。

专家组认为，被投诉人多次强调其从事域名投资这个行业，举证提供的网络搜索结果、新闻报道、出版书籍等证明其对该行业有深入的研究，是域名投资领域的资深专业人士。被投诉人既然是专业的域名投资者，对所投资的对象势必进行事先的尽职调查，全面深入地了解与预估投资对象可能涉及的法律风险。专业域名投资者具有专业知识、有获取与掌握相关信息的强大能力，与普通人相比，理应对其所投资的域名承担更高层次的审慎调查义务，尽量避免域名与他人先使用的名称与标志相同或极为近似。然而，被投诉人在有能力对投诉人商号、商标的信息进行深入搜索挖掘的情况下，却故意忽略投诉人“TENACIOUS WORK GEAR”商标已在先注册、公告并可网络查询的事实，故意无视投诉人通过其网站“www.ergodyne.com”向消费者销售品牌产品及每个页面均明确标注投诉人的商号“Tenacious”及其与“Ergodyne”标志关系〔Tenacious Holdings, Inc. (dba Ergodyne), a Klein Tools Company〕的事实。更故意掩盖投诉人的商号出现在行业市场调查报告中完全可以通过百度等搜索引擎查询、检索到的事实。被投诉人既能够使用谷歌 Google“几乎全世界所有国家占据绝对甚至唯一的互联网入门窗口”，又精通英文，在答辩书中提供了大量英文材料，当然了解掌握的与所投资的争议域名有关的名称与标志的信息应远胜于常人。投诉人“Tenacious”商号即便在中国范围并未广为人知，却完全能为被投诉人这样的专业域名投资者所知晓。否则，被投诉人公开出售争议域名“tenacious.cn”时要价高达 6,288 美元，显然远超专业投资者对“一个纯粹的英文单词”的正常估价。

专家组注意到，被投诉人所称“投诉人在投诉书中声称被投诉人名下拥有多达 1320 个域名，并用列表的形式列举了其中的一部分例子”，与投诉人提交的被投诉人出售 40 个所持有的域名的列表相对应。从被投诉人的陈述看，其对投诉书“声称被投诉人名下拥有多达 1320 个域名，并用列表的形式列举了其中的一部分例子”并无异议。

投诉人提交的列举 40 个被投诉人出售的域名的列表，与投诉书“用列表的形式列举了其中的一部分例子”完全一致，故，被投诉人对投诉人上述列表记载的内容，未加以否认。

专家组发现，投诉人的上述证据证明，被投诉人出售的 40 个域名的字符构成均与中外企业、机构的名称、商号、商标或产品服务特有名称相同或者极为近似，其中既包括与显著性较强、绝非“纯粹的英文单词”的商号或商标相同或极为近似的域名，例如“Bover.cn”“digisound.cn”“loblaws.cn”等，也包括与他人用于名称或标志的描述性词语相同或极为近似的域名，例如：“easykitchen.cn”“puremedia.cn”“firstsecurity.cn”等。

从被投诉人注册域名的字符规律特点看，被投诉人显然并非投资于大量“常见的英文单词、词组组成的域名”。恰恰相反，被投诉人的商业模式是大量注册与他人的名称（包括商号）或标志相同或极为近似的域名用以高价出售。虽然被投诉人选择注册为域名的部分名称或标志由描述性词语构成，增加了被投诉人行为的隐蔽性，但如从其商业模式的整体观察，就不难发现其搭他人名称或标志便车以牟利的意图。

争议域名的主要部分“tenacious”虽然有描述性的含义，但是被投诉人一贯的专业的搭便车域名投资的行为模式，进一步印证被投诉人并非从事“合法正常”的域名投资，而是注册与投诉人的商号混淆性近似的域名，以便向包括投诉人或其竞争对手在内的人高价出售，从而牟取不正当利益。被投诉人的行为构成《解决办法》第九条第一项规定的恶意的行为。

被投诉人辩称：“争议域名所解析的是域名出售页而非广告投放页面”“投诉人拿不出任何实实在在的证据证明被投诉人将争议域名用于了任何针对投诉人的恶意行为”。

然而，投诉人提交的被投诉人域名销售页面截图证明，被投诉人出售“hetic.cn”“intelec.cn”“linepro.cn”三个域名的页面上加载了广告“金秋云创季节，企业应用会场”。其他在“dan.com”网站出售的域名，

页面如同出售争议域名的页面一样“清爽简洁”没有广告。

由此可见，出售争议域名的网页是否投放广告，完全取决于被投诉人的选择。作为争议域名的注册持有人，被投诉人完全能够在该页面上投放广告，从而对投诉人商号的合法权益造成更加不利的影响。因此，被投诉人现在未在出售争议域名的页面上投放广告，不足以证明被投诉人注册与出售争议域名没有恶意。

本案争议及投诉成立的标准适用《解决办法》。被投诉人援引的其他机构关于其他域名的裁决，不仅对本案毫无约束力，而且因案件事实的本质区别，亦毫无参考价值。

总之，基于现有证据，专家组认定，被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意，投诉符合《解决办法》第八条三项规定的条件。

五、裁 决

综上所述，专家组认为，投诉符合《解决办法》第八条规定的三个条件。专家组裁决将争议域名“tenacious.cn”转移给投诉人田纳西亚控股公司（Tenacious Holdings, Inc.）。

独任专家：

薛虹

二〇一三年一月十九日于北京

