

中国奥林匹克域名的法律性质及保护策略

张玉超

(河南大学 体育部, 河南 开封 475001)

摘 要:随着电子商务的迅速发展,奥林匹克形象与价值在互联网上得以延伸,为了解奥林匹克域名的法律性质,预防奥林匹克形象与价值在互联网上受到伤害,对中国奥林匹克标志与域名的关系进行了比较。中国奥林匹克标志具有专门的法规和《商标法》去保护,而其域名保护仍主要采用域名争议解决机构去调解、仲裁。通过研究提出了加强相关立法、完善行政与司法救济等措施。

关键词:保护策略; 奥林匹克标志; 域名; 法律性质; 中国

中图分类号: G80-05 文献标识码: A 文章编号: 1006-7116(2004)04-0016-04

The legal nature and countermeasures of the Olympic web identity in China

ZHANG Yu-chao

(Department of Physical Education, Henan University, Kaifeng 475001, China)

Abstract: As the rapid development of the electrical business, the image and value of Olympic games have been greatly extended in the websites. In order to make clear the legal nature of the Olympic web identity in China and prevent it from injuring in the web, by using the methods of documents collection and logic analyses, this article investigated the relation between the mark and the Olympic web identity. The results showed that China had got special statues and commercial laws to protect the Olympic marks, while there were no laws to protect its web identity at present, so we have to depend on some correlative organizations to mediate and intercede the problems. Some measures are proposed to reinforce the laws - making, administration - consummating and judicatory almsgiving.

Key words: protective measures; Olympic marks; web identity; legal nature; China

随着互联网(Internet)的迅速发展与广泛运用,电子商务交易在奥运会市场开发中占领一定的份额,例如悉尼奥运会官方网站在奥运会期间有110亿人次访问,澳大利亚政府开设的网站(www.gamesinfo.com.au)每天被访问超过100万人次,成了该国最成功的公众信息网。悉尼奥运会通过在网上传达的交易额是3.2亿美元^[1]。由此可见互联网是奥运会市场开发进行电子商务不可少的媒介,而如果要在网上进行不见面的交易,奥运组委会必须拥有一个自己的网络名称——域名。作为一种全新的网上资源和商站热点,域名抢注的纷争近二三年来频繁发生。其原因主要在于用户和管理者对域名这一新生事物的法律性质缺乏必要的了解,对其注册与使用行为的法律性质分析尚不够深入,同时也缺乏相应的法律规范来调整。本文旨在探讨有关中国奥林匹克域名的法律性质及其立法问题。

1 奥林匹克域名的商业价值

奥林匹克域名的知名度和访问率就是奥林匹克形象在互联网商业环境中的具体体现,域名从作为计算机网络通讯

的识别,提升为商业角度来考虑奥林匹克的商标资源,与奥林匹克标志一样它的商业价值是不言而喻的。传统奥运营销方式是基于一对多的模式,奥运组委会只是借助媒体提供信息、传播信息,而互联网的交互性和超文本连接与多媒体以及操作的简易性,在网上进行宣传更具操作性和可信性,更易建立品牌形象和加强与顾客沟通,加强品牌忠诚度。

2 奥林匹克域名法律性质

2.1 域名概念及法律特征

域名是伴随着互联网的出现而出现的。所谓互联网,即由若干个已经建成的计算机网络连接在一起而形成的更大计算机网络。在互联网上每位用户都有一个数字和英文字母组成的账号,即互联网域名,或者叫身份号,一个完整的域名是由多级域名所构成的。第1级域名又称为顶级域名,它可以分为3类,第1类为国家域名,例如中国用.cn表示,英国用.uk表示;第2类为国际域名,例如.int代表各类国际组织;第3类为通用域名。第2级域名往往是表示主机所属的网络性质,比如表示其属于商业组织或者政府部门或者教育

机构等。第3级以下的域名由用户自己命名,往往与用户自己的性质、名称或者商标以及其它标志用户的符号相联系^[2]。在当今网络时代利用网络技术来宣传奥林匹克精神早就成为国际惯例。而按照惯例,各国奥林匹克委员会在选择域名时通常将国别和“Olympic”作为其域名的重要组成部分。如美国奥林匹克委员会(us Olympics Committee)就注册了“us Olympic”、“us Olympic Commitee”等后纵数十个国际域名。各届奥运会也习惯上将主办城市和主办年份组成其官方网站的域名,如第29届奥运会组委会的官方网站为http://www.beijing-2008.org/。

域名的法律特征在很大程度上取决于它的技术特征,其主要内容包括:(1)标识性。域名产生的基础是为了在互联网上区分各个不同组织与机构,即计算机用户。正如人以自己的名字来相互识别一样,在互联网上不同的组织机构是以各自的域名来标识自身而相互区别的。(2)唯一性。为了保证域名标识作用的发挥,域名必须在全球范围内具有唯一性。由于域名的命名具有一定的规范性,同时它又与IP地址等价,可以具有高度的精确性,在此技术保障基础上域名便具有全球唯一性,每个域名都是独一无二的。这是域名标识的根本保障。(3)排他性。由于互联网是覆盖全球的,使用范围的广泛决定了域名必须具有绝对的排他性。在互联网上使用域名必须先申请注册,申请注册遵循“先申请先注册”的原则,即只有欲申请注册的域名不与已注册的所有域名相同,才能获得有效注册,一旦获得注册,它就必须排斥此后欲申请注册的与此相同的域名。可见,域名的排他性是其唯一性的进一步延展和必要保证。域名的唯一性是全球范围的,因此其排他性也必须是全球的、绝对的。

2.2 域名与商标、奥林匹克标志之间的关系

(1) 域名与商标的冲突

域名之所以成为人们关注的焦点,肇始于它与商标的潜在冲突。尽管二者在标识性、排他性等方面具有一些共同点,但二者的不同仍是主要的,后者决定了二者冲突存在的必然性。二者的不同主要表现在以下几方面^[3]。

1)二者适用对象不同。商标是用于区别商品或服务的标识,使用在相同或相似的商品或服务上,并只能用于特定的商品或服务上。如我国商标法规定,注册商标专用权,以核准注册的商标和核定使用的商品为限。域名是用于解决IP地址对应的一种方法,是为了方便人们使用互联网而创设的,它并不直接与商品或服务相联系,且不能离开互联网而独立存在。

2)二者具有的标识性与排他性的基础不同。商标的相互区别性与排他性是以商品或服务的相同或相似为基础的,不同的商品或服务通常不会产生这种要求(驰名商标除外);因此,同一国家或不同国家的不同法律主体就相同商标分别享有相互独立的权利是常见的现象。而域名则具有全球范围内的绝对唯一性,不因法律主体、商品或服务种类、国家或地区的不同而有任何区别,不存在不同国家的法律主体不相同域名分别主张权利的可能性。此种唯一性是其绝对的排他性的基础,并由互联网上域名系统的技术性特征所决定。

3)二者取得的原则不同。商标取得的原则主要有3种:一是注册在先原则;二是使用在先原则;三是前二者的折衷。不同的国家或地区可能采用不同的原则。而域名的注册则采用注册在先原则,先申请、先注册,不注册就不能在互联网上使用,此原则为各国所普遍遵循。同时,商标的注册机构在注册时负有检索责任,而域名的注册机构则不负检索责任。

4)二者的显著性要求不同。商标的构成以具有普通人主观上能够判断的显著性为前提,否则难以起到区分商品或服务来源的功能;而域名构成的显著性要求明显低于商标,任何形式的不完全相同或任何程度的相似,只要计算机能够识别即均可注册为独立的域名。

一些学者认为域名是传统意义上的知识产权在电子空间的自然延伸;而又由于域名的法律特征与商标权等传统知识产权的法律特征有着重要的差异,并且不具有这些知识产权所固有的时效性和地域性。在法律性质上域名是与传统知识产权有关又没有必然联系的一种全新的权利的客体。这种权利可暂时称之为域名权,它是一种区别于创造性成果权的识别性标记权,属于较宽泛意义上的知识产权^[4]。目前,世界各国都没有针对域名去立法,发生域名权与普通商标权纠纷时,其解决方式采用域名调解机构去调解、仲裁,《统一域名争议解决规则》(UDRP)及其《实施细则》等多个规则,都不能作为法律处罚依据,但对驰名商标的保护范围延伸至域名领域。

(2) 奥林匹克标志与商标的关系

《奥林匹克标志保护条例》规定奥林匹克标志是指国际奥委会、国家奥委会和奥运会组委会拥有的奥林匹克知识产权的客体,是奥林匹克权利人智力的劳动成果,具有商业价值的专有知识信息^[5]。奥林匹克名称和五环标志等能够为世人皆知的驰名商标,反映的恰是奥林匹克运动在全世界人们心目中的崇高地位。商家为使用这些知名度和美誉度高的奥林匹克标志慷慨解囊,正是借助其提高自己的知名度和社会的影响,获取更大的利益。奥林匹克标志具有商标专有权、许可使用权、收益权、禁用权等权利;同时也具有无形性、法定性、专有性、地域性等法律特征。奥林匹克标志权利人通过与众多商家订立许可使用,可以获取相当大的利益。《北京市奥林匹克知识产权保护规定》禁止下列侵犯奥林匹克知识产权的行为:未经授权,不得在企业、社会团体、事业单位、民办非企业单位登记注册和网站、域名、地名、建筑物、构筑物、场所等名称中使用相同或者近似的商标、特别标志、专利、作品和其他创作成果。特别是当今电子交易的飞速发展,在网络上奥林匹克标志权的保护是实现奥林匹克标志价值的重要基础,对奥林匹克标志的非法复制、伪造、假冒等行为会削减奥林匹克标志在消费者心目中的形象,降低合法赞助商的积极性,影响这届奥运会的市场开发。

3 域名侵权

“域名抢注”一词最早见诸于国内大约是在1995年底。据有关统计,到1996年,我国已有600多个著名企业和商标

在互联网上的域名被抢注,其中包括长虹、全聚德、荣宝斋、健力宝、红塔山等。1997年《中国互联网络域名注册暂行管理办法》出台之后,发生在我国的大规模域名抢注行为才逐渐得到遏制,但域名抢注行为仍时有发生。在国外,域名抢注行为的出现还要早上几年。奥林匹克世界驰名商标,在人心目中具有良好的信誉,具有较高的商业价值,这也是一笔巨大的无形资产。这种域名侵权后果表现为:在政治上严重损害了中国切实维护奥林匹克知识产权的庄严形象,造成极为恶劣的国际影响;在法律上严重违反了中国的法律法规和国际法规的规定,侵害了奥林匹克相关权利人的知识产权;在事实上严重损害了奥林匹克权利人的无形资产,并造成难以估量的巨大损失;在后续影响上,损害了第29届奥林匹克运动会的组织准备工作。

3.1 域名侵权行为

国际上一些组织利用中国奥林匹克标志、名称提前申请注册为自己的域名,这叫抢注域名。其前提条件是奥林匹克权利人还没有用奥林匹克标志、名称,在互联网信息中心申请注册为自己的域名,现在已经被非法注册的有“china Olympic”(中国奥林匹克)“Beijing Olympic”(北京奥林匹克)和“Beijing 2008”(北京2008)的国际域名就分别达数十个不等。上述注册人来自全球数十个国家和地区,其中以美国、韩国和中国为最多。这些域名不是长期闲置,就是刊载与奥林匹克毫不相干的商业内容。若中国奥林匹克权利人要想追究侵权责任,这些人利用目前域名管理机制的不完善,向中国奥林匹克权利人索要价格不菲的域名转让费。这给奥林匹克权利人造成极大的政治影响和经济损失。而另外一种则是恶意注册者更可恶,他们将中国奥林匹克域名的重要部分复制、模仿、注册新的域名,如“boycott Beijing Olympic.org”(“联合抵制北京奥林匹克”),他们将获得的域名随时开通登载贬低、毁损奥林匹克权利人信誉的言论,甚至登载反动、黄色的内容,这都将在全球范围内给奥林匹克权利人造成重大损失。

3.2 域名侵权构成的要件

根据《统一域名争议解决规则》(以下简称UDRP)的规定,构成域名和奥林匹克标志的冲突须具备以下3个要件:

(1)提起争议的域名与投诉人所持有的奥林匹克标志或服务标记相同或具有误导性的相似;

(2)域名持有者对该域名本身并不享有正当的权利或合法的利益;

(3)域名持有人对域名的注册和使用均为恶意。

就如何判断恶意和误导性,UDRP并没有具体规定,这有待国内法去规定,或者由法官裁决。但一般而言,注册域名没有正当目的和用途,或者没有实际使用,或者主要是通过转让域名来获取利益等,就应当认定为具有恶意。如果域名与奥林匹克标志外在特征极为相似,或者利用该域名所提供的商品或服务容易与奥林匹克标志所涉及的商品和服务相混淆,就应当认定为具有误导性。

3.3 域名侵权的解决方式

中国奥林匹克权利人针对奥林匹克国际域名侵权者,经

国际域名管理组织(ICANN)调解和有关机构(如WIPO)的仲裁,对非法奥林匹克域名进行注销或将域名转让给中国奥林匹克权利人;而针对中国境内注册奥林匹克域名侵权者,主要通过中国互联网信息中心下辖中文域名解决机构(英文缩写为CNNIC)按照统一域名解决办法进行解决。或者由人民法院对已经域名注册,使用等行为构成侵权或者不正当竞争的可以判令被告停止侵权、注销域名、或者依原告的请求判令由奥林匹克权利人使用该域名,给权利人造成实际损害的,可以判令被告赔偿损失。

3.4 域名侵权解决机制

由于国际域名的最终管理权在美国,美国以外的国家所属法院就国际域名的判决均存在能否执行的问题。这也是国际域名恶意抢注如此猖獗的原因。鉴于域名纠纷的全球性、网络性及司法救济的缺陷,联合国世界知识产权组织(WIPO)与国际域名管理组织(ICANN)于1999年12月共同推出了强制性域名争议解决机制,有效地保护了在先知识产权人的合法权利。该仲裁机制具有仲裁的公正性、快捷性,管辖的强制性,执行的高效性等明显优势。在已经裁决的几千份案件中,仲裁庭大多支持了在先知识产权人的合法要求,裁决将被抢注的域名转让给在先知识产权人。值得特别说明的是,经ICANN授权,中国国际经济贸易仲裁委员会和香港国际仲裁中心合作成立的“亚洲域名争议解决中心”(ADNDRC)为全球第4家,是亚洲第一家国际通用顶级域名争议解决机构,并于2002年2月份正式开始受理案件,这无疑为包括中国奥林匹克权利人在内的亚洲乃至全球的饱受域名抢注之苦的在先权利人提供了新的选择。

4 奥林匹克域名的保护依据及对策

4.1 依据

在传统的商标制度中,有一项特殊的制度,就是驰名商标保护制度,对驰名商标的保护比一般商标保护更有力一些。对驰名商标,要求该商标不能被用在任何可能导致“误认为”的商品或服务上,鉴于此种情况,对驰名商标的保护似乎就可以延伸至域名领域。对侵犯奥林匹克域名的人和机构引用国际上《保护工业产权巴黎公约》对驰名商标的保护条例,判令侵权者立即停止使用并撤销该域名,从而可见驰名商标的优越性^[6]。我国近几年发生众多知名公司的商标被别人申请抢注为域名,为使这一类型的案件有法可依,案件多发地的北京市高级人民法院率先出台了国内第一个法院操作规范《关于审理因域名注册、使用而引起的知识民事纠纷案件的若干指导意见》。而国际奥委会在《奥林匹克宪章》中,也特别强调采取一切措施,使奥林匹克标志在各国和国际上获得法律保护。1981年内罗毕外交大会上缔结了《保护奥林匹克会徽条约》,进一步从国际法的角度确立了奥林匹克标志权。我国对奥林匹克的保护除了适用民法和其它知识产权立法的总规定外,《中华人民共和国体育法》、《特殊标志保护条例》,专门列有体育标志保护的内容^[7]。2002年2月4日还颁布了《奥林匹克标志保护条例》,专门界定了我国使用有关奥林匹克标志的有关程序,可见我国为保护奥林

匹克尊严与形象不受到伤害的决心和力度。

4.2 对策

结合国外的经验和我国的实际,对于完善和发展我国的奥林匹克域名法律保护,应从以下5个方面着手。

(1)加强相关立法。在将现行的行政法规《奥林匹克标志保护条例》修订完善或升格为法律的时候,对域名的侵权现象给予专条明确规范。鉴于域名侵权的特殊性,可以借美国《反域名抢注者消费保护法》的立法技术,将对域名的法律规范的效力追溯到侵权域名(包括各类国内及国际域名)注册时。从域名登记之时严格把关,应该赋予域名登记机关适当的审查权,主要审查经营者的合法身份和经营资格,能有效地杜绝那些恶意抢注域名并敲诈勒索的行为发生。同时,一旦发生域名争议,拥有合法身份和经营资格的主体也具有承担侵权责任的一定能力。

(2)完善行政与司法救济。对中国境内的域名恶意抢注者及协助者依法采取坚决的法律措施。对域名争议解决程序进行中乃至做出裁定以后,域名争议当事人均可就同一域名争议向本国司法机关提起民事诉讼。实际上,最终解决域名抢注争端还是要靠救济手段的完善,我国现在根本就没有任何有力的救济方案。依据UDRP的成功带给我们的启示,我们应该借鉴其成功经验。中国也应该借鉴这种完全独立的行政救济手段,并采用其与司法救济相并行的做法,这样做才能适应网络的迅猛发展,才可以更及时、有效地保护权利人的合法权利。

(3)加强有关奥林匹克的防御域名和商标注册工作。针对越为越猖獗的国际域名恶意抢注的现象,国际奥林匹克委员会及有关国家在加强规范和法律的建设实施上,强化了对涉及奥林匹克的防御性域名注册,并通过域名争议解决机制夺回被恶意抢注的域名。

(4)建立域名异议程序。在涉及奥林匹克域名的注册人申请注册后,应该将该域名申请公布,并适当保留一段时间给以他人异议。如果期限届满,无异议,则给予注册登记。该程序的设立给域名争议的发生充当“过滤器”的作用,能有效地减少域名争端。

(5)扩大宣传,提高公众保护奥林匹克域名的意识。第29届奥运会组委会法律事务部可以通过报纸、电台等信息媒体广为宣传,使广大群众树立起保护奥林匹克域名的意识;也可以通过奥运会官方网站,宣传奥运文化,倡导奥运精神,对非法域名的网址进行对外公布,使公众明辨是非,不进入其网站浏览;或群众向法律事务部举报侵权者的网址,制止侵权行为的发展。

参考文献:

- [1] 卢泰宏. 行销体育[M]. 成都:四川人民出版社,2003:42.
- [2] 柏丽. 域名和商标的冲突及我国域名制度的完善[J]. 当代法学,2003(2):20-22.
- [3] 张楚. 电子商务法案例分析[M]. 北京:中国人民大学出版社,2002:165.
- [4] 陈乃蔚. 在线法律实务200问[M]. 上海:上海交通大学出版社,2002:221.
- [5] 张玉超. 中国奥林匹克知识产权法律保护的研究[J]. 体育与科学,2002,23(3):16-18.
- [6] 刘春田. 知识产权法[M]. 北京:中国人民大学出版社,2002:324.
- [7] 马法超. 论体育标志权的实现与救济[J]. 天津体育学院学报,2002,17(3):1-4.

[编辑:李寿荣]