

网站名称的冲突与解决 PDF转换可能丢失图片或格式，建议
阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/53/2021_2022__E7_BD_91_E7_AB_99_E5_90_8D_E7_c36_53052.htm [案情简介]

2005年3月，北京市第二中级人民法院受理了国信招标有限责任公司（网站名称为“中国采购与招标网”）诉北京采招标网信息科技有限公司（网站名称为“采购与招标网”）不正当竞争纠纷案。这是全国首例网站名称冲突纠纷案。原告诉称：自2000年起，“中国采购与招标网”成为唯一一家国家指定的发布依法必须招标项目公告的网站，随着业务的不断发展，其已经具有了一定的影响力，常被业内外简称为“采购与招标网”。2004年11月18日，原告发现北京市工商行政管理局对被告的“采购招标网”网站名称予以初审公告，就此向北京市工商行政管理局提出了异议。原告认为，被告申请的“采购招标网”与原告的“中国采购与招标网”存在名称上的相似性，足以造成他人的误解。故请求法院判令：1.请求撤销被告备案登记的网站名称“采购招标网”；2.被告向原告公开赔礼道歉。被告辩称：在互联网上，大量存在以通用名称命名的网站，“采购招标”是通用名称，不侵犯任何人的知识产权。“中国”、“采购”、“招标”、“网”这样的通用名词，不存在知识产权，没有保护的余地。故请求法院驳回原告的诉讼请求。[法院判决]法院认为，北京市工商行政管理局对原告的“中国采购与招标网”网站名称予以备案登记，这是行政机关进行行政管理的行为，该网站名称并不能够因此而当然地成为一种权利。“中国采购与招标网”网站名称缺乏显著特征，不具有识别性。原告虽主张自2000年起，

“中国采购与招标网”成为唯一一家国家指定的发布依法必须招标项目公告的网站，随着业务的不断发展，已在业内具有了一定的影响力，而且常被业内外简称为“采购与招标网”，但原告并未举证证明其网站名称通过向相关公众提供采购、招标信息的经营方式，长期使用后已被相关消费者和同业者认为起到区别出处的作用，即通过实际使用为相关公众知悉，并具有识别性。故原告在本案中未能举证证明其“中国采购与招标网”网站名称已经成为受我国反不正当竞争法保护的权益。遂判决驳回原告国信招标有限责任公司的诉讼请求。

[法理解析] 一、网站名称的含义及法律定位 网站名称是人们对网站最常用的称呼，它同企业的形象有着密切的联系。总体来说，当前我国对于网站名称作出明文规定的法律文件层级很低（如北京市工商行政管理局《经营性网站备案管理办法》），仅仅依据这类规定注册网站名称，并不能当然地产生一项权利“网站名称权”。那么，能否认为网站名称就一定不能成为一项民事权利呢？1992年国际保护工业产权协会东京大会将知识产权分为“创作性成果权利”与“识别性标记权利”两大类，其中后一类包括三项，即商标权、商号权（也称“厂商名称权”）、其他与制止不正当竞争有关的识别性标记权。笔者认为，在“识别性标记权利”中，其他与制止不正当竞争有关的识别性标记权的客体应当包括域名、网站名称等。关于是否存在域名权或网站名称权这个问题，近年来学者们进行了广泛而深入地研究，一般认为：域名具有价值，是一种无形的财富；域名具有知识产权的属性，是一种“标识性”权利，属于知识产权的范畴。国内外的立法、司法实践也支持了这一观点。但目前我国尚无任何

一部法律将域名规定为一种权利。笔者认为，法律不只是保护权利。我国民法通则第五条规定：“公民、法人的合法的民事权益受法律保护，任何组织和个人不得侵犯。”其中的“民事权益”是指“民事权利”和“民事利益”。域名就目前而言，正是一种尚待权利化的民事利益。因此，虽然并不存在“域名权”和“网站名称权”，但可以将它们作为与制止不正当竞争有关的识别性标记权的客体加以保护，至少也可以将它们作为一种民事利益加以保护。当然，笔者认为前者更为合适。

二、保护网站名称的要件

(一) 形式要件 网站名称的注册是否为保护网站名称的要件？目前，网站名称的注册制度是自愿备案登记制度，在这种情况下，网站名称的注册当然就不是保护网站名称的要件了。但如果网站名称未注册导致网站经营活动非法，仍将导致其网站名称不能得到保护。

(二) 实质要件 网站名称欲得到法律保护的实质要件，就应当是具有识别性标记的特征，这完全可以借鉴商标法的理论。

一是消极条件：包括合法性和在先性。

二是积极条件：如同其他识别性标记一样，网站名称获得保护的积极条件是其具有显著性。显著性又称识别性或区别性，具体是指该标志使用在具体网站时，能够让网民觉得它应该或者实际与网站的特定出处有关。我国商标法第九条第一款规定，申请注册的商标，应当有显著特征，便于识别。在美国，有人将商标分为四种，即臆造商标、任意商标、暗示商标和叙述商标。前三种标记在与商品或服务结合使用时，消费者会立即认为它是标志该商品或服务的出处，这些标记即具有固有显著性，也称内在显著性或先天显著性，它们可以直接作为商标受到保护。第四种标记，尤其是直接表示商品或服务的

特征或品质的词汇，消费者一般不会同特定的出处联系在一起，也就是说该标记起不到区别出处的作用，即不具有内在显著性。但如果经过长时间、大范围的使用，消费者事实上已经将该标记同特定的出处联系在一起，该标记即获得了显著性，或者说具备了后天显著性或“第二含义”，因此也可以作为商标受到保护。还有一些标记，由于是指定商品或服务的通用名称或图形，不可能起到商标的区别作用，因此永远都不能作为商标受到保护。根据上述理论，本案原告的网站名称“中国采购与招标网”显然不具有固有显著性，而因原告在本案中未能举出充分的证据证明“中国采购与招标网”网站名称通过向相关公众提供采购、招标信息的经营方式，长期使用后已被相关消费者和同业者认为起到区别出处的作用，即通过实际使用为相关公众知悉，并具有识别性，从而具有“第二含义”。因此，法院作出了驳回原告诉讼请求的判决。

三、结论 从现实生活考虑，网络中存在大量成对并存的“ABC”网（ABC为行业名称或产品通用名称）与“中国ABC网”式的网站名称，例如“汽车网”与“中国汽车网”。笔者认为，一个网站在初始阶段想要吸引更多的网民，如果以行业名称或产品通用名称作为网站名称，当然可以比其他网站名称更有效，但其实该网站已经利用了公有领域的内容，而以“新浪网”等词语作为网站名称的网站则完全是“白手起家”，因此，法律对于这两类网站名称的保护要件当然也应有所区别。对于前者，其网站名称由于不具有先天显著性，欲获得保护，就必须举证证明其具有“第二含义”。通常，这是很有难度的。从制度激励的层面，鼓励更多的网站选择具有创新意义的词语作为网站名称。另外，笔者建

议由国家工商行政管理总局制定行政规章，就全国范围内的网站名称问题进行统一规定，在其中适当增加有关限制注册为网站名称的词语。这样做有利于避免先入行者抢先“瓜分”公有领域的行业名称或产品通用名称作为网站名称，促进公平竞争。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com