

**亚洲域名争议解决中心**  
**北京秘书处**  
**行政专家组裁决**  
**案件编号：CN 0900319**

---

投 诉 人：谷歌公司（Google Inc.）  
被投诉人：ye xuan  
争议域名：aigoogle.com  
注 册 商：北京新网互联科技有限公司

---

### 1、案件程序

2009年12月11日，投诉人根据互联网络名称及数码分配公司（ICANN）施行的《统一域名争议解决政策》（以下简称《政策》）、《统一域名争议解决政策之规则》（以下简称《规则》）及亚洲域名争议解决中心（ADNDRC）施行的《统一域名争议解决政策之补充规则》（以下简称《补充规则》），向亚洲域名争议解决中心北京秘书处（以下简称“中心北京秘书处”）提交了投诉书，要求成立三人专家组进行审理。

2009年12月15日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知，确认已收到投诉书。同日，中心北京秘书处以电子邮件向ICANN、本案争议域名注册机构北京新网互联科技有限公司传送注册信息确认函，请求其提供争议域名的注册信息。

北京新网互联科技有限公司于2009年12月21日以电子邮件回复确认：（1）争议域名由其提供注册服务；（2）被投诉人为争议域名注册人；（3）ICANN《政策》（UDRP）适用所涉域名投诉；（4）争议域名注册协议使用的语言为中文。

2010年1月19日，中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送投诉书传递封面，转去投诉书。

2010年2月1日，中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送程序开始通知，同时转送已经审查合格的投诉书，要求被投诉人按照规定的期限提交答辩。同日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉书确认及

送达通知，确认投诉书已于同日被审查合格并送达被投诉人，本案程序于2010年2月1日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件向 ICANN 及争议域名注册机构北京新网互联科技有限公司传送程序开始通知。

截止至答辩期限届满日 2009 年 2 月 21 日，中心北京秘书处未收到被投诉人的答辩书。

2010 年 2 月 22 日，中心北京秘书处向投诉人和被投诉人发送缺席审理通知。

2010 年 2 月 23 日，中心北京秘书处以电子邮件向廉运泽先生、薛虹女士和郭寿康先生传送列为候选专家通知，并请候选专家确认是否接受指定，作为本案专家审理案件，以及如果接受指定，能否在当事人间保持独立公正。同日，三位候选专家分别表示同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2010 年 2 月 26 日，中心北京秘书处以电子邮件通知双方当事人和上述拟定专家，确定指定廉运泽先生为本案首席专家，指定薛虹女士为投诉人选定的专家，代被投诉人指定郭寿康先生为本案专家，三位专家成立专家组，审理本案。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。

根据《规则》的规定，专家组应于成立之日起 14 日内即 2010 年 3 月 12 日之前（含 12 日）就本案争议作出裁决。

根据《规则》的规定，专家组决定本案程序语言为争议域名注册协议使用的语言，即中文。

## **2、基本事实**

### **投诉人：**

投诉人为谷歌公司（Google Inc.），地址为美国加利福尼亚州山景城半圆剧场大道 1600 号(1600 Amphitheatre, Parkway, Mountain View, CA, the United States of America)。代理人为北京市联德律师事务所（原北京市刘元和君律师事务所）的刘元月和查建海。

### **被投诉人：**

被投诉人为 ye xuan，地址为中国广东省广州市黄埔大道西跑马地花

园凯浩阁 903 ( Room 903 kaihao Paomadi Garden, Huangpu Road, Guangzhou, GD, China ), 联系邮箱为 market@bluelink.com.cn。被投诉人于 2004 年 5 月 8 日通过注册商北京新网互联科技有限公司注册了争议域名 “aigoogle.com”。

### 3、当事人主张

#### 投诉人诉称:

##### (1) 投诉人的情况

投诉人于 1998 年成立, 经过十余年的发展, 已经成为世界著名互联网搜索引擎。投诉人主要通过其全球网站 [www.google.com](http://www.google.com) 提供搜索引擎和网络广告等服务。投诉人在全球 100 多个国家拥有 Google 域名。目前为止, Google 搜索引擎拥有超过 80 亿个网页的索引, 每月用户高达 4.5 亿人。此外, Google 还提供了 100 多种语言供用户选择, 其中包括面向中国用户的简体中文和繁体中文。Google 网站的搜索范围还包括股票行情、地图、资讯、目录、图片、超过 2200 万个 pdf 文档、图书、电视节目和录像等。不仅如此, 投诉人还与 30 多个国家的 130 家信息内容提供商建立了合作关系, 为其提供网络搜索解决方案, 包括: 美国在线、亚马逊、纽约时报、日本雅虎、AT&T 世界网等。

据全球知名的互联网监测和分析机构尼尔森的统计, 早在 2002 年, Google 就已经位居美国公众访问量最高的三大搜索引擎之一。另据尼尔森统计显示, 2003 年 3 月, Google 已成为全球访问量最大的五大网站之一。在《华尔街时报》2005 年度全球最佳 60 家公司排行榜中, 投诉人在“前景和领导地位”方面名列第一, 综合指标评价仅次于强生、可口可乐, 位居第三位, 在“财务表现”、“产品和服务”、“前景和领导地位”以及“工作环境”等方面均位居前五位。

除搜索引擎外, 投诉人还是世界上最大的网络广告服务商之一。其广告服务不仅给整个广告业带来一场革命, 同时也给传统媒介广告, 如电视广告、报纸广告等带来巨大的挑战。

投诉人在中国拥有极高的知名度。由于网络无国界, 中国的广大网络使用者在投诉人推出 Google 搜索引擎一开始就可以享用该服务。为更好地

为中国用户服务，自 2000 年 9 月份起，投诉人推出了 Google 搜索引擎中文版。中文版搜索引擎的推出，使广大中国公众对投诉人的访问更便利，并有助于使用者查询各种中文网页。中国网易公司当时就和投诉人签订合约使用 Google 作为中文专用搜索引擎。目前，Google 在中国公众中享有极高的知名度和影响力，国内媒体对投诉人均竞相报道，Google 被广泛称赞为“网络领域内最成功的传奇”、“最佳搜索引擎”、“最佳网站”、“最受欢迎的网络搜索引擎”等。

除搜索引擎外，Google 的网络广告服务也在包括中国在内的全球范围内广泛受到关注，其别具一格的网络广告形式赢得了广大网民和广告客户的赞誉。

人民网在《Google 广告发迹史揭密》一文中也认为，“强大的 Google 在广告业界看来不是一个海纳百川的搜索引擎，而是一个威胁到自己生存的广告巨人...这次合作将 Google 推上‘神坛’，它成为全美首屈一指的搜索引擎和网络广告供应商。”

Google 的广告服务由于其独特的广告模式和良好的广告效应，不仅吸引了广大中小企业，而且吸引着越来越多的《财富》500 强企业通过 Google 来提升自己的企业形象。

上述所有事实说明投诉人不仅是包括中国在内的全球互联网行业的著名搜索引擎提供商，还是在业内和市场上具有相当大的影响力的广告服务商。作为投诉人公司商号和主商标，“Google”自然享有非常高的知名度。

## （2）投诉人的商标

早在争议域名注册之前的 2000 年，投诉人就已将“Google”商标在中国注册，注册号为 1451705，指定服务主要包括“通过计算机网络提供商业信息服务；通过计算机网络提供广告信息服务”等。该“Google”商标已经被中国国家工商行政管理总局认定为驰名商标。

由于投诉人对其在互联网领域广泛的使用、优质的产品和服务以及各种媒体的大力报道，“Google”商标已经在包括中国在内的全球很多国家享有极高的知名度。在 2001 年，Google 即位居世界知名品牌咨询公司 brandchannel（品牌频道）的“读者选择奖”第四位，在 2002 年和 2003 年

则连续位居第一。

经过投诉人不懈地努力，投诉人的搜索引擎服务已经在包括被投诉人所在地的中国在内的全世界范围内享有了广泛盛誉。早在 2001 年 Google 就被德国互联网杂志《Online Today》评选为最佳搜索引擎，2003 年 10 月 28 日搜狐 IT 频道转载了一篇名为《我们还离得开 Google 吗?》的文章，该文章认为 Google 领先的搜索技术以及投诉人一直以来坚持的“公信力”原则使得 Google 是其他竞争对手无法超越的。在网络上谈论 Google 技术和讨论如何提高 Google 关键词排名的专业技术人员和网民更是不计其数。Google 无疑成为了网络上最热门的主题之一，而投诉人的 Google 搜索引擎服务成为了搜索服务的首选。

实际上，自从投诉人搜索引擎服务和关键词广告服务获得广泛关注和赞誉以后，大量与被投诉人网站类似的冒充和虚称自己是投诉人在中国的“代理”、“合作伙伴”和“服务中心”的小网站和服务商就层出不穷，Google 关键词广告在中国频频遭遇黑手。

投诉人的“Google”商标已在众多国家/地区注册，包括澳大利亚、巴西、加拿大、香港、印度、日本、韩国、新西兰、新加坡、瑞士、中国台湾、泰国等。

在被投诉人所在地中国，投诉人对于“Google”名称依中国《商标法》享有在先的商标权，依《巴黎公约》第八条规定享有在先的商号权。所以，投诉人对“Google”一词在中国享有合法的在先民事权利。在其他众多国家，投诉人对“Google”也享有商标权和商号权。

(3) 争议域名与投诉人的商标具有足以导致混淆的近似性。

“Google”是投诉人谷歌公司独创的商号，也是在包括中国在内的全球所广泛使用和注册的商标，享有极高知名度和影响力。争议域名为“aigoogle.com”，其中“.com”部分是通用顶级域名，不具有显著性，“ai”英文无含义，也不具有显著性，置于英文“google”前，不能使“aigoogle”产生区别于“google”的含义。同时，“ai”在汉语中音同“爱”，使用在投诉人独创的词汇“google”前，有“爱 Google”之含义，易使相关公众认为争议域名是投诉人创建的“Google”爱好者网站。因此，争议域名中的“ai”

的存在不仅不能将域名“aigoogle.com”与投诉人在先商标和商号“google”区分开，反而更加强了争议域名与“google”之间的联系。所以，争议域名的识别部分“aigoogle”与投诉人享有极高知名度的“Google”在先商号和在华在先注册的驰名商标构成混淆性近似。

#### （4）被投诉人对争议域名不享有合法权益

被投诉人的名称为“ye xuan”，与争议域名的可识别部分“aigoogle”无任何关联性，被投诉人对“aigoogle”不享有任何合法权益。投诉人亦从未授予被投诉人有关“google”和“aigoogle”的权利。

#### （5）争议域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意。

投诉人的“Google”商号/商标完全出于独创，在包括中国在内的世界范围都享有极高知名度和美誉度，并被中国国家工商行政管理总局认定为驰名商标。被投诉人显然应知晓投诉人具有极高知名度的“Google”商标和商号。在这种情况下，被投诉人注册与投诉人商号/商标构成混淆性近似的争议域名显然是出于恶意。

被投诉人使用争议域名“aigoogle.com”主要用于提供与域名相关的服务，包括网站推广、域名注册、网站建设、虚拟主机等服务，在其域名指向的网站主页上，被投诉人还虚称自己为谷歌公司的合作伙伴，构成虚假宣传。同时，在该网站的“网络推广”专栏下，还专门介绍了与投诉人业务相关的“Google 推广”。被投诉人显然十分熟悉投诉人的业务，并且企图通过争议域名获取商业利益。

根据上述事实，从事域名出售、网路推广等服务的被投诉人“ye xuan”毫无疑问知晓并熟知“Google”商标和商号，而在这样的情况下仍然注册使用与“google”构成近似的“aigoogle.com”域名，显然具有恶意，而其行为的目的在于利用“Google”驰名商标的知名度，令相关公众对争议域名链接的网站产生混淆误认，搭乘投诉人“Google”驰名商标的便车，获取非正常的商业利益。

被投诉人的行为符合《政策》4.b.(iv)条规定的：“以使用域名的手段，为商业利益目的，你方通过制造你方网站或网址上所出售的商品或提供的服务与投诉人商标之间在来源者、赞助者、附属者或保证者方面的混淆，

故意引诱网络用户访问你方网站或其它联机地址者。”，被投诉人的行为构成恶意注册和使用域名。

据此，投诉人请求专家组裁决将争议域名“aigoogle.com”转移给投诉人。

#### **被投诉人主张：**

针对投诉人的上述投诉主张，被投诉人未在规定的答辩期限内进行答辩。

#### **4、专家意见**

根据被投诉人与注册商之间的注册协议，被投诉人同意受《统一域名争议解决政策》（《政策》）的约束。《政策》适用于本项争议解决程序。

《政策》第 4 条规定了强制性域名争议解决程序。根据第 4(a)条的规定，投诉人必须证明以下三个条件均已满足：

- (i) 被投诉域名与投诉人享有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性相似；且
- (ii) 被投诉人对该域名并不享有权利或合法利益；且
- (iii) 被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意。

#### **关于完全相同或混淆性相似**

投诉人为证明其对“GOOGLE”享有在先的商标权提交了一系列关于“GOOGLE”商标在全球各个国家的商标注册证明，其中下列国家的注册证明表明注册人为投诉人谷歌公司或其英文名称 Google Inc、商标为“GOOGLE”、且注册时间早于争议域名的注册时间（即 2004 年 5 月 8 日）：

- 美国：注册证号 2806075，注册时间为 2004 年 1 月 20 日；
- 香港：注册证号 16817/1999，注册时间为 1998 年 9 月 16 日；  
注册证号 01741/2003，注册时间为 1998 年 9 月 16 日；
- 阿根廷：注册证号 1838165，注册时间为 2001 年 10 月 22 日；  
注册证号 1790610，注册时间为 2001 年 5 月 29 日；
- 澳大利亚：注册证号 788234，注册时间为 1999 年 3 月 12 日；

比荷卢： 注册证号 694499，注册时间为 2002 年 1 月；  
巴西： 注册证号 821507052，注册时间为 1999 年 3 月 12 日；  
加拿大： 注册证号 TMA539576，注册时间为 2001 年 1 月 12 日；  
智利： 注册证号 630391，注册时间为 2002 年 5 月 17 日；  
注册证号 630388，注册时间为 2002 年 5 月 17 日；  
注册证号 630389，注册时间为 2002 年 5 月 17 日；  
印度： 注册证号 845051，注册时间为 1999 年 3 月 12 日；  
以色列： 注册证号 126478，注册时间为 2000 年 10 月 5 日；  
注册证号 126479，注册时间为 2000 年 10 月 5 日；  
日本： 注册证号 126478，注册时间为 2001 年 6 月 1 日；  
韩国： 注册证号 1291，注册时间为 2000 年 4 月 26 日；  
墨西哥： 注册证号 622721，注册时间为 1998 年 9 月 16 日；  
新西兰： 注册证号 306519，注册时间为 1999 年 8 月 30 日；  
注册证号 306520，注册时间为 1999 年 8 月 30 日；  
挪威： 注册证号 211609，注册时间为 2001 年 11 月 8 日；  
秘鲁： 注册证号 93787，注册时间为 2003 年 10 月 25 日；  
俄罗斯： 注册证号 191819，注册时间为 2000 年 8 月 2 日；  
新加坡： 注册证号 T00/209721，注册时间为 2000 年 12 月 2 日；  
注册证号 T02/12531Z，注册时间为 2002 年 8 月 17 日；  
注册证号 T00/20973G，注册时间为 2000 年 12 月 2 日；  
瑞士： 注册证号 470018，注册时间为 2002 年 8 月 14 日。

鉴于被投诉人对投诉人的上述证据未提出任何异议，专家组对前述证据所记载的内容予以采信。基于前述证据，专家组认为，根据《政策》，投诉人在本程序中对“GOOGLE”享有在先商标权。

“aigoogle”是争议域名中具有识别作用的部分，是争议域名的主体部分。该部分与投诉人享有在先商标权的“GOOGLE”相比，多了两个字母“ai”。由于“ai”在争议域名的主体部分中所占比例较小，不能使该争议域名主体部分实质性地区别于投诉人的商标。且“ai”的发音与汉语中比较常用的“爱”字读音相同，熟悉汉语的人会对“aigoogle”有“爱 Google”含义之联想，并进而认为该域名与投诉人的商标或者投诉人有联系。

综上，专家组认为争议域名与投诉人享有在先权利的商标构成混淆性近似，投诉人的投诉满足《政策》第 4 (a) 条规定的第一个条件。

### 关于被投诉人权利或合法权益

投诉人主张，被投诉人的名称为“ye xuan”，与争议域名的可识别部分“aigoogle”无任何关联性，被投诉人对“aigoogle”不享有任何合法权益。投诉人亦从未授予被投诉人有关“google”的权利。专家组认为，投诉人的主张初步表明被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权利。因此，被投诉人应举证证明其对于争议域名或者其主要部分享有合法权利。但是，被投诉人没有就此提供任何证据。专家组也无法根据案件现有的证据材料，得出被投诉人对争议域名或其主要部分享有合法权益的结论。

因此，专家组认为被投诉人对于争议域名或者其主要部分不享有合法权利或利益，投诉人的投诉满足《政策》第 4 (a) 条规定的第二个条件。

### 关于恶意

投诉人提供的证据显示，根据全球知名的互联网监测和分析机构尼尔森的统计，早在 2002 年，Google 就已经位居美国公众访问量最高的三大搜索引擎之一，在 2003 年 3 月，Google 已成为全球访问量最大的五大网站之一。中国媒体对投诉人及其“Google”产品也广泛报道。鉴于被投诉人对投诉人的上述证据未提出任何异议，专家组对前述证据所记载的内容予以采信，并据此认定，在争议域名注册之前，投诉人的“GOOGLE”商标在包括被投诉人所在地中国大陆在内的全球范围具有较高知名度。专家组认为被投诉人在注册争议域名之前理应知晓投诉人的在先商标，故其注册与投诉人商标混淆性近似的争议域名的行为具有恶意。

根据投诉人提交的关于争议域名指向的网站内容的公证书，被投诉人使用争议域名“aigoogle.com”主要用于提供与域名相关的服务，包括网站推广、域名注册、网站建设、虚拟主机等服务。同时，在该域名指向网站的“网络推广”专栏下，还专门介绍了与投诉人业务相关的“Google 推广”，以及介绍投诉人竞争对手业务的“百度推广”。专家组认为，被投诉人使用争议域名具有商业利益目的。同时，由于争议域名与投诉人的在先商标混淆性近似，网络用户会误认为争议域名所指向的网站为投诉人的网站而进

行登录。因此，被投诉人的行为构成《政策》第 4 (b) (iv) 条描述的恶意情形，即“为商业利益目的，通过制造争议域名指向的网站或网址上所出售的商品或提供的服务与投诉人商标之间在来源者、赞助者、附属者或保证者方面的混淆，故意引诱网络用户访问该网站或其它联机地址”。

综上，专家组认为被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意，投诉人的投诉满足《政策》第 4 (a) 条规定的第三个条件。

## 5、裁决

综上，专家组认定，投诉人的投诉满足《政策》第 4 (a) 条所规定的全部三个条件。专家组依据《政策》第 4 (a) 条和《规则》第 15 条的规定，以及投诉人的投诉请求，裁决争议域名“aigoogle.com”转移给投诉人谷歌公司 (Google Inc.)。

首席专家: 

专 家: 薛虹

专 家: 

二〇一〇年三月十日