



ASIAN DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION CENTRE (BEIJING OFFICE)

— ADNDRC is a charitable institution limited by guarantee registered in Hong Kong

Decision Submission

[English](#)
[Print](#)

Decision ID	DE-0900238
Case ID	CN-0900258
Disputed Domain Name	www.google365.com
Case Administrator	lvyang
Submitted By	Hong Xue
Participated Panelist	
Date of Decision	13-06-2009

The Parties Information

Claimant	科高 公司
Respondent	junjie ji (姬俊洁)

Procedural History

2009年2月28日，投诉人根据互联网络名称及数码分配公司施行的《统一域名争议解决政策》、《统一域名争议解决政策细则》及亚洲域名争议解决中心施行的《统一域名争议解决政策补充规则》，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。

2009年3月2日，中心北京秘书处向投诉人发送通知，确认收到投诉书。同日，中心北京秘书处向域名注册商北京新网数码信息技术有限公司发出注册信息确认函，要求其确认注册信息。注册商于3月11日回复，确认争议域名系在该公司注册，注册人为本案被投诉人。

2009年3月13日，中心北京秘书处向被投诉人送达了投诉书传递封面，并转去投诉人的投诉书。

2009年3月19日，中心北京秘书处向投诉人、被投诉人及域名注册商发送程序开始通知，同时告知被投诉人于20个日历日内提交答辩书。

被投诉人未按照规定期限提交答辩书。2009年4月13日，中心北京秘书处发出缺席审理通知。

2009年5月14日，中心北京秘书处发出列为候选专家通知。同日，候选专家回复域名争议解决中心，同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2009年5月27日，域名争议解决中心向双方当事人及上述拟定专家传送专家指定通知，指定薛虹女士、赵云先生和张平女士组成三人专家组审理本案。同日，域名争议解决中心将案件移交专家组。根据《统一域名争议解决政策细则》第6(f)条和第15(b)条，专家组应当在2009年6月10日（含10日）前将裁决告知中心北京秘书处。

专家组认为，专家组的成立符合《统一域名争议解决政策》和《统一域名争议解决政策细则》的规定。根据《统一域名争议解决政策细则》第11(a)条的规定，除非当事人另有约定或者域名注册协议另有规定，案件程序语言为域名注册协议使用的语言，但是审理案件的专家组有权根据案件的具体情况另行决定。本案域名注册协议使用的语言为中文，因此专家组决定本案的程序语言为中文。

Factual Background

For Claimant

投诉人主要通过其全球网站www.google.com提供搜索引擎和网络广告等服务。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。投诉人于2000年取得Google商标中国注册，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。

For Respondent

被投诉人是junjie ji（姬俊洁），于2005年2月5日注册了争议域名google365.com。

Parties' Contentions

Claimant

(1) 被投诉人（域名持有人）的域名与投诉人享有民事权利的名称或标志构成混淆性近似。

投诉人对Google一词享有在先的民事权利，Google在包括中国在内的全球范围内享有极高的知名度。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Adwords广告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、报纸广告等带来巨大的挑战。

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同使用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。新浪网站援引ZDNet的《Google要成为广告业的纳斯达克》一文认为：“小文本广告已经使Google成为了世界上有史以来最大的广告工具之一…今年（2005），Google的广告收入将较去年翻近一番，达到61亿美元，超过任何一家报业集团…Google还计划给广告产业带来革命性的变化…”，“使得Google成为第一大搜索引擎和广告网络…”，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。

投诉人在先拥有的Google商标在包括中国在内的世界范围内广泛注册，是全球驰名商标，也被中国国家工商行政管理总局认定为驰名商标。早在争议域名注册之前的2000年，投诉人就已取得Google商标中国注册，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。

《商业周刊》杂志评选的2005年全球100个最佳品牌排行榜中，Google商标2005年的品牌价值达到84.6亿美元，居于全球最佳品牌第38位；在《商业周刊》杂志评选的2006年全球100个最佳品牌排行榜中，Google商标2006年的品牌价值上升至123亿美元，与2005年相比，其品牌价值上升了46%，一跃成为当年品牌价值增幅第一名；同时，其排名上升至第24位，是搜索引擎领域价值最高的品牌。

Google品牌继续高速增长，《商业周刊》2007年8月公布的最佳品牌排行榜中，Google品牌的价值已经达到了178亿美元，与2006年相比，其品牌价值又上升了44%，再次成为当年品牌价值增幅最大的品牌。

在《商业周刊》杂志2008年第11期公布的2008年度“全球最佳品牌100强排行榜”上，Google商标跃至第10位，品牌价值上升至260亿美元，比2007年上升了43%，第三次成为当年品牌价值增幅最大的品牌。正如排榜点评所说，Google提供的搜索结果准确性极高，因此它的市场份额仍在继续扩大。

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。由于证书数量较多，现仅提供部分国家/地区注册证书复印件为例。

可见，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。综上所述，投诉人在包括中国在内的全球范围内享有极高的知名度，其Google商标在中国公众中享有极高的知名度，是互联网

领域的驰名商标。

Google是投诉人Google Inc.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。被投诉人持有的域名为google365.com。其中，“.com”部分是通用顶级域名，不具有显著性，“365”作为数字使用时通常理解为“一年365天”，不具有独创性，而“google”是投诉人独创的词汇，无任何字典含义，具有很高的独创性、显著性以及知名度。因此，“365”的不存在不足以将域名“google365.com”与投诉人在先商标和商号“google”区分开。所以，争议域名的识别部分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。

(2) 被投诉人（域名持有人）对争议域名不享有任何权利和合法权益。被投诉人的名称为“junjie ji”，与争议域名的可识别部分“google365”无任何关联性，被投诉人对“google365”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“google365”的权利。

(3) 被投诉人（域名持有人）注册和使用争议域名具有明显的恶意。被投诉人对争议域名的注册具有恶意。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，并被中国国家行政管理总局认定为驰名商标。被投诉人应当知道投诉人的“Google”商号/商标。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。

被投诉人对争议域名的使用具有恶意。被投诉人网站google365.com主要提供一款名为“商务快车”软件的下载服务。该软件通过搜索全球3000个商贸网站的供求信息、企业目录、产品列表向软件使用者提供商业信息，是一款商业软件。由于该软件的基本功能与投诉人网站提供的服务均为基于网络的信息搜索服务，可以认定被投诉人的行为是属于《域名争议解决政策》4.b.(iv)“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。”。同时该网站还有一个专栏“网络推广”，目的在于向其他网站所有者有偿提供基于网络搜索排名的网站推广服务，这与投诉人的业务直接密切相关。因此，可以认定该网站是以盈利为目的而恶意使用该域名。

另外，被投诉人在其网站上使用“google365商务快车”字样，会使相关公众误认为该软件可能是由Google开发或者授权该网站开发的。实际上，Google从未授权该网站开发该软件。被投诉人该行为会在相关公众中产生混淆，由此也应认定被投诉人恶意使用该域名。

从上述分析可以看出，被投诉人注册和使用争议域名具有恶意，并会损害相关公众和投诉人的利益。

投诉人请求将争议域名“google365.com”转移给投诉人。

Respondent

被投诉人没有提交答辩书及相关证据材料。

Findings

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》的约束。《统一域名争议解决政策》适用于本项行政程序。

《统一域名争议解决政策》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) 争议域名与投诉人拥有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性地相似；且
- (ii) 被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益；且
- (iii) 被投诉人对争议域名的注册和使用均为恶意。

Identical / Confusingly Similar

投诉人为“GOOGLE”商标的注册人，在中国享有注册商标权。被投诉人注册的争议域名为“google365.com”。除了代表通用顶级域名的字符“.com”，争议域名的识别部分由“google365”组成。其中，“google”部分与投诉人的注册商标完全相同，不同的部分为数字“365”。将数字添加于他人的注册商标之前或者之后，是使争议域名混淆于他人的注册商标的常见形式。在先的裁决见Oki Data Americas, Inc. v. Berkshire Trust, WIPO Case No. D2002-0415（“争议域名1800okidata.com是数字1800与投诉人商标的组合，具有导致与投诉人的商标混淆的近似性”）、The Price Company v. Price Club, also known as Tsung-Pei Chang, WIPO D2000-0664。因此，专家组认为，被投诉人的争议域名与投诉人的注册商标混淆性近似，投诉满足《统一域名争议解决政策》第4(a)(i)条规定的条件。

Rights and Legitimate Interests

投诉人主张被投诉人对争议域名不享有任何合法权益。专家组认为，投诉人已经就其所知所能提供了初步的证据，完成了《统一域名争议解决政策》第4(a)(ii)条所要求的举证责任，举证责任应当转移到被投诉人一方。被投诉人没有提交答辩书和证据材料，未能完成其所承担的举证责任，应当承担举证不能的不利后果。专家组无法基于现有证据得出被投诉人就争议域名享有权利或者合法权益的结论。

总之，专家组认为，投诉满足《统一域名争议解决政策》第4(a)(ii)条规定的条件。

Bad Faith

根据投诉人提供的证据，争议域名在注册之后，通过网站HTwww.google365.comTH投入使用。该网站名为“google365商务快车”，主要内容是“北京瑞辰博际科技发展有限公司”宣传、推销软件“商务快车”，并提供网络搜索和广告服务。被投诉人对此未加反驳，也未能提供相反证据。投诉人的举证有效。

被投诉人作为争议域名的注册人和持有人，对争议域名的使用拥有完全的控制权，必须对由争议域名的使用所引发的纠纷负责。被投诉人并未证明存在争议域名曾经被他人擅自使用或者劫持的情形，因此争议域名在网站上的使用应当被视为被投诉人的行为。

在被投诉人于2005年注册争议域名之时，投诉人的商标GOOGLE已经在中国注册五年之久，并已经在中国网络搜索和广告领域广为人知，作为与投诉人完全同业的竞争者，不可能不知晓投诉人的注册商标及其知名度。被投诉人故意注册与投诉人的注册商标混淆性近似的争议域名之后，将之用于推销软件商品和提供网络搜索、广告服务的网站，极有可能使网络用户误以为争议域名及其提供的商品或者服务与投诉人及其注册商标有所关联，从而欺骗消费者，扰乱市场秩序。

因此，专家组认定，被投诉人的争议域名“gzepson.com”的注册和使用具有《统一域名争议解决政策》第4(b)(iv)条所述的恶意，投诉满足《统一域名争议解决政策》第4(a)(iii)条规定的条件。

Status

www.google365.com

Domain Name Transfer

Decision

综上所述，专家组认为，投诉符合《统一域名争议解决政策》第4(a)条规定的三个条件，即“争议域名与投诉人拥有权利的商品商标或服务商标混淆性地近似”，“被投诉人就争议域名不享有权利或合法权益”，以及“被投诉人出于恶意注册并使用争议域名”。

根据《统一域名争议解决政策》第4(i)条和《统一域名争议解决政策细则》第15条的规定，专家组决定将争议域名“google365.com”的注册转移给投诉人科高公司（Google Inc.）。

[Back](#)[Print](#)