



Asian Domain Name Dispute Resolution Centre

hongkong

(香港秘书处)

行政专家组裁决

案件编号:	HK-1700958
投诉人:	广州神马移动信息科技有限公司
被投诉人:	linshi moban (Gu Fen Shou Dao Huo)
争议域名:	<shenmady.com>

1. 当事人及争议域名

本案投诉人为广州神马移动信息科技有限公司，注册地址为中国广东。授权代表为北京超凡知识产权代理有限公司的杨静安。

被投诉人为 linshi moban，所在机构 Gu Fen Shou Dao Huo，地址为四川成都。

争议域名为<shenmady.com>，由被投诉人通过 GODADDY.COM, LLC 注册，地址为 14455 N Hayden Rd Suite 219 Scottsdale, Arizona, US。

2. 案件程序

亚洲域名争议解决中心香港秘书处（“中心香港秘书处”）于2017年3月29日收到投诉人根据互联网名称与数码分配联合会（ICANN）实施的《统一域名争议解决政策》、《统一域名争议解决政策之规则》及亚洲域名争议解决中心（ADNDRC）的《统一域名争议解决政策补充规则》提交的中文投诉书。

2017年3月30日，中心香港秘书处确认收到了投诉书，并向注册商发出邮件，要求注册商确认注册信息，并要求注册商说明争议域名注册协议使用的语言。2017年4月1日，注册商回复争议域名注册人为 linshi moban，所在机构 Gu Fen Shou Dao Huo，争议域名注册协议使用的语言为英文。

2017年4月13日，中心香港秘书处要求注册商再次确认争议域名注册人。在注册商做出确认后，2017年4月18日中心香港秘书处通知投诉人对投诉书的形式缺陷进行修订，即按注册商提供的被投诉人信息修改投诉书。2017年4月21日，投诉人修改了投诉书，并提交了中文投诉书，请求使用中文作为行政程序使用的语言，理由是(i) shenmady.com 域名注册商 GODADDY.COM, LLC 的网站上有提供中文的注册协议；(ii) 本案的投诉人和被投诉人均为中国籍，母语均为中文，使用中文对本案更为有利。

2017年4月21日，中心香港秘书处向被投诉人发出投诉通知及程序开始通知，转发投诉书及其附件，说明被投诉人应当按照《统一域名争议解决政策之规则》及《亚洲域名争议解决中心关于互联网络名称及数字地址分配机构《统一域名争议解决政策》和《统一域名解决政策之规则》之补充规则》的要求提交答辩书。但被投诉人在规定答辩时间内未提交答辩。

2017年5月12日，中心香港秘书处向双方当事人传送缺席审理通知，通知当事人中心香港秘书处将尽快指定专家审理本案。2017年5月16日，中心香港秘书处向李桃女士发出列为候选专家通知，请其确认是否接受指定，作为本案专家审理案件，并在当事人间保持独立公正。同日候选专家回复中心香港秘书处，同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2017年5月17日，中心香港秘书处向双方当事人及上述专家传送专家指定通知，指定李桃女士为本案独任专家，成立一人专家组审理本案。同日，中心香港秘书处将案件移交专家组。

根据《统一域名争议解决政策之规则》的规定，专家组应当在成立日期14日内即2017年5月31日或之前就本案争议作出裁决。

根据《统一域名争议解决政策之规则》第11条之规定，除非当事人另有约定或注册协议另有规定，以及专家组权威人士根据行政解决程序的具体情况另行决定，否则行政程序所使用的语言应与注册协议所使用的语言一致。由于投诉人基于合理理由，要求使用中文作为行政程序使用语言；而被投诉人未有回应语言问题。所以专家组决定使用中文作为本行政程序的语言。

3. 事实背景

投诉人是一家位于广州的科技公司。

被投诉人为 linshi moban (Gu Fen Shou Dao Huo)。争议域名由被投诉人于2015年6月29日注册。

4. 当事人主张

A. 投诉人

投诉人的主张如下：

广州神马移动信息科技有限公司（以下简称神马移动），成立于2013年7月8日，法定代表人黎直前，注册资本1000万元，公司类型为其他有限责任公司，是中国领先的移动互联网搜索引擎服务提供商，致力于给广大用户提供安全、便捷、快速、高效的移动端搜索引擎服务。

神马搜索是神马移动的核心产品，目前神马搜索是中国第二大移动搜索引擎，含App搜索、购物搜索、小说搜索、生活服务搜索等功能，由广州动景与中国互联网行业领军企业

阿里巴巴共同发起组建，并由来自微软、谷歌、百度、360 等国内外 IT 公司的资深员工所组成。

目前，神马移动申请的发明专利共 58 项，获得软件著作权 17 项，并荣誉获得“神马移动获 2014 年度中国互联网最佳模式创新奖”奖项。神马移动作为阿里巴巴旗下的移动搜索品牌，依托 UC 浏览器和阿里系的资源优势，神马移动快速成长，2015 年度流量增长超过 150%。根据比达咨询最新发布的《2016 年第一季度中国移动搜索市场研究报告》显示，神马移动市场份额为 15.2%，稳居移动搜索市场第二的位置。目前，神马移动月度活跃用户数也达到了 1 亿，在国内外同行业中居于领先地位。7 月 27 日，艾媒咨询发布了《2016 上半年中国移动搜索市场研究报告》报告显示，截止到今年上半年，我国移动搜索市场用户规模达到 6.2 亿，仍处在上升期。百度以 44.6% 的市场份额保持领先，阿里巴巴旗下神马搜索以 18.5% 的市场份额稳居行业第二。

在战略布局方面，2015 年底阿里集团宣布采用“小前台，大中台”互为协同的创新管理模式。神马移动由于在知识图谱、深度学习等技术领域的不断积累，也逐渐开始扮演“大数据技术中台”的角色，为同属阿里旗下的 UC 浏览器、阿里游戏、阿里文学、PP 助手等业务提供推荐引擎、语音搜索、营销平台等多方面技术支持。

2013 年开始，投诉人即将其字号“神马”作为商标在中国申请注册并使用。截至目前，投诉人“广州神马移动信息科技有限公司”在第 42、35、38 和 9 类上申请注册的“神马”、“神马视频”商标的具体信息如下：

序号	商标	申请日期	商标号	类别	状态	指定商品
1.		2013-11-21	13585630	42	已注册 (2016-6-28)	提供互联网搜索引擎等
2.		2013-11-21	13585317	9	已注册 (2016-1-7)	计算机程序(可下载软件);计算机软件(已录制);计算机游戏软件等
3.		2013-11-21	13585491	38	已注册 (2015-3-7)	电视播放;计算机辅助信息和图像传送等
4.			14570519	41	已注册 (2016-8-14)	提供在线录像(非下载)等
5.	神马视频	2016-3-18	19349924	9	公告中	计算机程序(可下载软件);计算机软件(已录

						制); 计算机游戏软件 等
6.	神马视频	2016-3-18	19350129	38	公告中	电视播放; 计算机辅助信息和图像传送等
7.	神马视频	2016-3-18	19350101	35	已受理	计算机网络上的在线广告; 通过网站提供商业信息; 替他人推销; 为推销优化搜索引擎 等

因字数受限，上方仅列出了投诉人申请的部分商标，实际上投诉人还在相关的服务商品和类别上申请了“神马搜索”、“神马直播”等商标，以最大化的保护投诉人主打的神马品牌。

此外，投诉人在先注册了多件含有“sm”的域名：

类型	域名	注册日	到期日	注册人
.cn	shenmaa.cn	2013/12/27	2019/12/27	广州神马移动信息科技有限公司
.com.cn	shenmaa.com.cn	2013/12/27	2019/12/27	广州神马移动信息科技有限公司
.mobi	shenmaa.mobi	2013/12/27	2019/12/17	广州神马移动信息科技有限公司
.net	shenmaa.net	2013/12/27	2019/12/17	广州神马移动信息科技有限公司
.cn	shenma-inc.cn	2013/06/07	2019/06/07	广州神马移动信息科技有限公司
.com	shenma-inc.com	2013/06/07	2019/06/07	广州神马移动信息科技有限公司
.com.cn	shenma-inc.com.cn	2013/06/07	2019/06/07	广州神马移动信息科技有限公司
.cn	shenmaweb.cn	3/22/2016	3/22/2018	广州神马移动信息科技有限公司
.cn	sm.cn	2014/02/27	2018/02/27	广州神马移动信息科技有限公司
.com	sm123.com	2005/06/18	2020/06/18	广州神马移动信息科技有限公司
.cn	smapi.cn	2014/07/29	2019/07/28	广州神马移动信息科技有限公司

.cn	sm-search.cn	3/22/2016	3/22/2018	广州神马移动信息科技有限公司
.com	sms0.com	2000/05/18	2018/05/18	广州神马移动信息科技有限公司

(i) 争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆

投诉人于 2013 年 11 月 21 日向国家商标局申请了“神马”商标，并成功获权。其中包括了第 38 类在“电视播放；计算机辅助信息和图像传送等”服务上成功注册的“神马”商标，而争议域名网站提供的电影等视频搜索和在线观看服务等正同投诉人在先申请并获权的“神马”商标核定的服务相同。同时，投诉人在先登记并使用的字号为“神马”。可见，投诉人拥有无可争辩的在先商标权和字号权。而争议域名 shenmady.com 中，“.com”是国际顶级域名后缀，“dy”是“电影”二字的拼音首字母，表示了争议域名网站提供的电影等视频服务，属于争议域名中相对显著性较弱的部分。因此争议域名中显著部分为“shenma”。而 shenma 是投诉人“神马”商标和字号的全拼，再结合域名设计一般结合企业商标或字号的全拼或简拼，或者再加上网站的服务内容的全拼或简拼的惯例来看，争议域名极易导致消费者的混淆。另外，投诉人使用的域名为 sm.cn，争议域名和投诉人域名前者对应“神马”商标的全拼，后者对应“神马”商标的简拼，前者仅加上了表示网站提供电源视频服务的简拼，二者均提供相同的电影等视频信息的搜索和在线观看服务，此种情况下极易导致消费者的混淆误认。

争议域名网站通过 SEO 优化的方式在百度等大型的搜索网站首页显示，更易造成消费者的混淆误认，且实际上也造成了消费者的混淆误认，导致投诉人网站的流量大量被“抢夺”。

综上，争议域名同投诉人在先拥有的“神马”商标和字号相同，容易引起消费者的混淆，消费者很容易把争议域名“shenmady.com”混淆误认为投诉人的域名。

(ii) 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法利益

1. 被投诉人对争议域名不享有相关的商标权。

根据在中国商标局的官方网站 (<http://sbcx.saic.gov.cn/trade/index.jsp>) 上的查询结果，被投诉人并未注册任何“神马”或包含“神马”、“神马视频”、“神马电影”、“sm”、“shenma”的商标。同时，被投诉人和投诉人之间并无任何关联关系，投诉人也从未直接或间接授权被投诉人以任何形式使用“神马”或“神马视频”商标或字号。因此，被投诉人对争议域名不享有任何商标权。

2. 被投诉人对争议域名不享有企业名称权或姓名权。

被投诉人的名称为“linshi moban (Gu Fen Shou Dao Huo)”，显然其不可能就“神马”或“神马视频”、“神马电影”享有相关的企业名称权或姓名权。

综上所述，被投诉域名完全符合《统一域名争议解决政策》第 4a (ii)条所规定之情形。

(iii) 被投诉人的域名已被恶意注册并且正被恶意使用。

根据《统一域名争议解决政策》第 4b (iv)条，如经专家组发现确实存在如下情形，则构成恶意注册和使用域名的证据：“你方使用该域名是企图故意吸引互联网用户访问你方网站或其他在线网址以获得商业利益，方法是使你方网站或网址或者该网站或网址上的产品或服务的来源、赞助商、从属关系或认可与投诉人的标记具有相似性从而使人产生混淆。”投诉人认为被投诉人的行为完全符合《统一域名争议解决政策》第 4b (iv)条所规定之情形，应视为恶意注册和使用域名。被投诉人恶意情况如下：

1. 恶意注册

投诉人认为，在判断被投诉人是否具有恶意时，应当充分考虑到投诉人相关的名称或标志的独创性、显著性和该标志的知名度。标志的独创性和显著性越强，表明与其偶合的几率越小，而标志的知名度越高，就说明该标志蕴含着巨大的商业价值，他人企图抢占该域名以获取不正当利益的意图就更加强烈。

1) 神马商标用在视频搜索和在线观看服务上具有较强显著性

如前所述，神马商标和字号是投诉人首次创意使用在视频搜索和在线观看服务上的。神马商标具有极强的显著性和识别性。争议域名的注册时间远远晚于投诉人“神马”商标和字号的首次使用时间，且争议域名注册时投诉人的“神马”品牌已经具有了极高的知名度。可见，争议域名不可能是被投诉人凭空设想或是巧合的选择，而只能解释为被投诉人的恶意抄袭并进行的抢注。

2) “神马”商标和字号具有极高的知名度。

如前所述，2014年5月，神马移动搜索月活跃用户已突破1亿，在国内移动搜索市场用户渗透率突破20%。而据国内权威流量统计机构CNZZ数据中心数据显示，2015年3月，神马移动搜索份额达13.35%，紧随百度其后位居第二。可见，神马品牌具有极高的知名度，被投诉人将与“神马”对应的拼音“shenma”作为争议域名的显著识别部分，这一行为如果说是巧合未免太过牵强，只能认为被投诉人是在知晓投诉人“神马”商标和投诉人“sm.cn”域名的情况下恶意注册了与其混淆性近似的争议域名，其抢注域名和混淆公众的恶意昭然若揭。

2. 恶意使用

1) “神马”是投诉人在先申请并使用的商标，通过大量的使用已经积累了极高的知名度和美誉度，而被投诉人不仅故意使用极易混淆的“神马”商标和字号的全拼音“shenma”作为争议域名的显著部分，而且在争议域名网站首页还突出使用同投诉人

“神马视频”商标高度近似的“神马影院”、“神马电影”的文字。可见被投诉人的恶意非常明显,其行为符合争议政策规定。

2) 争议域名不仅恶意“抢夺”投诉人的搜索平台网站的流量,并且在争议域名网站首页存在大量不健康内容。因此投诉人有理由怀疑被投诉人妄图利用投诉人“神马”、“神马视频”的知名度而谋取其不正当的利益,而此种行为不仅会给投诉人造成利益损失,更会造成名誉损失,甚至会危害到消费者的利益。被投诉人的行为不仅损害了投诉人的利益,更可能损害社会大众的利益,且不符合社会主义道德的要求,应该被第一时间遏制。

综上所述,被投诉人明显知晓投诉人“神马”和“神马视频”商标及其 sm.cn 域名的广泛影响力,从而处心积虑的进行恶意模仿。争议域名的显著部分同投诉人的“神马”商标和字号相同,与投诉人的域名提供相同的服务,网站使用的“神马影院”文字和投诉人的“神马视频”商标近似,足以造成消费者的混淆。被投诉人对争议域名不享有合法权益,且被投诉人对争议域名的注册和使用均具有恶意。被投诉人的行为已经严重侵犯了投诉人的合法权益。根据解决办法的规定,并基于上述理由,投诉人请求本案专家组裁决:本案争议域名 shenmady.com 应转移给投诉人。

B. 被投诉人

被投诉人未在规定时间内提交答辩。

5. 专家组意见

根据《ICANN 统一域名争议解决政策》第 4(a)条规定,符合下列条件的投诉应当得到支持:

- (i) 争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似,容易引起混淆;且
- (ii) 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法权益;且
- (iii) 被投诉人的域名已被注册并且正被恶意使用。

投诉人在行政程序中必须举证证明以上三种情形同时具备。

在多个先前 UDRP 案例中,专家组认定,被投诉人在未能对投诉人作出的投诉提出答辩的情况下,专家组可以推定投诉人的投诉是真实可信的,以及被投诉人知道其运作的网站是有误导性的。*Hewlett-Packard Company v. Full System S. a. S.* (NAF 案件编号 FA94637); *David G. Cook v. This Domain is For Sale* (NAF 案件编号 FA94957)。但根据政策规定,投诉人也不可以因为被投诉人不提交答辩书而自动获得有利于投诉人的裁决。投诉人仍然需要满足政策第 4(a)条所规定的三个要素。见 *The Vanguard Group, Inc. v. Lorna Kang*, (WIPO 案件编号 D2002-1064) 及 *Berlitz Investment Corporation v. Stefan Tinculescu* (WIPO 案件编号 D2003-0465)。

A) 关于争议域名与投诉人享有商品商标或服务商标权利的名称或者标志相同或混淆性相似

专家组根据投诉人提供证据认定，投诉人是“神马”商标在中国就第 9、38、41 等类服务上的合法注册商标所有人。其中第 38 类上的第 13585491 号商标的注册日期早于争议域名的注册日期，其他多类商标注册的申请日期早于争议域名的注册日期。投诉人亦将“神马”或与之类似的拼音或拼音缩写“sm”、“shenma”申请注册了多个域名。域名注册日期很多早于争议域名的注册日期。注册人还提供了“神马”标志的著作权登记证书，证书显示“神马”标志的设计日期为 2013 年。

投诉人声称，争议域名 shenmady.com 中，“.com”是国际顶级域名后缀，“dy”是“电影”二字的拼音首字母，表示了争议域名网站提供的电影等视频服务，属于争议域名中相对显著性较弱的部分。因此争议域名中显著部分为“shenma”。而 shenma 是投诉人“神马”商标和字号的全拼，再结合域名设计一般结合企业商标或字号的全拼或简拼，或者再加上网站的服务内容的全拼或简拼的惯例来看，争议域名极易导致消费者的混淆。

专家组认为，争议域名<shenmady.com>中的主体部分“shenmady”，如果从英文发音习惯来看，可能发音为“Shen Madi”，从中文拼音的发音习惯，前面可能会拼为“Shenma”，但“shen ma”是不是一定就对应“神马”，也不尽然；争议域名后面两个字母只能作为字母读出：“shen-ma-d-y”。除非已经知道争议域名指向网站是提供电影等视频服务，网站中有“神马电影”的中文指示，从而反应出“dy”是“电影”的缩写，否则很难一看到争议域名第一反应就读为“shen ma dian ying”。

神马的拼音一定是“shenma”，但“shenma”不一定只能代表“神马”。由于争议域名在读音上与“神马”的读音区别很大，从而使整个争议域名的主体部分从音、形、义上综合考量与“shenma”不构成混淆行近似。

由于争议域名与投诉人的商标“神马”的拼音“shenma”不构成混淆性近似，与投诉人享有权利的“神马”商标更不构成混淆性近似，投诉未满足《统一域名争议解决政策》第 4 条(a)项规定的第一个条件。

B) 关于被投诉人对争议域名或其主体部分不享有合法权益

投诉人主张，投诉人从未授权或许可被投诉人使用“神马”商标或以之注册域名，被投诉人亦不以任何方式附属于投诉人，或与投诉人之间存在任何许可、授权或其它业务关系。所以认为被投诉人对争议域名不拥有权利或合法权益。

根据 ICANN《统一域名争议解决政策》，如果专家组认定根据被投诉人提供的证据能够认定确实存在以下情况，则可表明被投诉人对该域名的权利或合法利益：

(i) 在接到有关争议的任何通知之前，被投诉人使用或有证据表明准备使用该域名或与该域名对应的名称来用于提供诚信商品或服务；或者

(ii) 即使被投诉人未获得商标或服务标记，但被投诉人（作为个人、企业或其他组织）一直以该域名而广为人知；或者

(iii) 被投诉人合法或合理使用该域名、不以营利为目的，不存在为商业利润而误导消费者或玷污引起争议之商标或服务标记之意图。

被投诉人没有提供任何证据证明其对“Shenmady”拥有任何合法权益。所以，专家组认定，被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法利益。投诉人的投诉满足《统一域名争议解决政策》第4(a)(ii)条所述条件。

C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

投诉人认为，在判断被投诉人是否具有恶意时，应当充分考虑到投诉人相关的名称或标志的独创性、显著性和该标志的知名度。标志的独创性和显著性越强，表明与其偶合的几率越小，而标志的知名度越高，就说明该标志蕴含着巨大的商业价值，他人企图抢占该域名以获取不正当利益的意图就更加强烈。专家组同意投诉人以上的意见。

投诉人称，神马商标和字号是投诉人首次创意使用在视频搜索和在线观看服务上的。但专家组通过搜索发现，“神马”一词本身不是一个独创词汇，中国人用智能拼音打“什么啊”的时候习惯打“shenma”，本应打“shenm'a”，却忘了分割符号。系统认为“ma”是一个字的拼音，于是便出现了“神马”这一词。因为打字飞快，常在打“什么啊”时打错，打出一个“神马”来，“神马”一词就像曾在网络红极一时的“虾米”（“虾米”源于闽南语的谐音，如“讲什么”，闽南语读音“拱虾米”）一样，走的同样是谐音路线，而这个词语也迅速代替了“虾米”，成了时下最热门的流行语。在2000年，因“小月月”事件，“神马都是浮云”成为当年的最火的网络语言。2010年12月8日《南方都市报》报道，“神马都是浮云最给力……投票中，神马都是浮云拥有超高的人气，‘使用率’高达66.7%。源于搞笑漫画日和的‘给力’一词则以63.2%的‘使用率’屈居第二”。（请参见百度搜索：“神马都是浮云”

[http://baike.baidu.com/item/%E7%A5%9E%E9%A9%AC%E9%83%BD%E6%98%AF%E6%B5%AE%E4%BA%91/31139](http://baike.baidu.com/item/%E7%A5%9E%E9%A9%AC%E9%83%BD%E6%98%AF%E6%B5%AE%E4%B A%91/31139)）。

专家组注意到投诉人成立于2013年，使用“神马”作为商标和商号都在“神马都是浮云”成为流行网络语之后。毋庸置疑，投诉人拥有其设计的“神马”标志的注册商标权和著作权，但“神马”来自于网络用语，并非投诉人首创，所以独创性到底有多高值得商榷。从投诉人成立到争议域名注册，只有两年时间。争议域名注册前，投诉人仅获得了“神马”标志在第38类服务上的商标注册，其他商标注册申请尚未注册。当然，投诉人自商标核准注册日起，就享有就所注册的服务排他性的商标使用权。投诉人可以根据其商标注册权针对被投诉人使用“神马电影”的标识或名称采取行动。但专家组认为，被投诉人在注册争议域名时，仅仅是想到“神马”这个当红网络语，很有可能对投诉人拥有“神马”商标并不知情；即使知情，其使用拼音“shenma”作为其争议域名的一部分也不一定是出于为了搭乘投诉人“知名”品牌的便车，而只是搭乘当红网络语的便车。投诉人在两年内积累的商誉不足以阻止其他人使用拼音“shenma”作为域名的一部分以提供网上电影视频服务。拼音“shenma”来源于“什么啊”的习惯性拼音。如果因为注册了“神马”商标，就垄断含有拼音“shenma”的任何域名的注册，这样对于网络的其他使用者是不公平的。更何况专家组已认定争议域名的主体部分从音、形、义上综合考量与

“shenma”不构成近似。所以专家组不认可投诉人关于“争议域名不可能是被投诉人凭空设想或是巧合的选择，而只能解释为被投诉人的恶意抄袭并进行的抢注”的断语。

专家组认为，投诉人没有提供足够证据证明被投诉人恶意注册和使用域名。专家组认定投诉人的投诉未满足了 ICANN《统一域名争议解决政策》第 4(a)(iii)条有关恶意的规定。

至此，投诉人的投诉未有满足《ICANN 统一域名争议解决政策》第 4(a)条规定的所有三个条件，投诉不应当得到支持。

6. 裁决

根据 ICANN《统一域名争议解决政策》和《统一域名争议解决政策之规则》，专家组裁定本案投诉人所提交之投诉不成立，并予以驳回。



专家组：李桃

日期： 2017 年 5 月 31 日