



Asian Domain Name Dispute Resolution Centre  
*- a charitable institution limited by guarantee registered in Hong Kong*

(香港秘书处)

行政专家组裁决

---

案件编号: **HK-1500792**

投 诉 人: 强生公司

被投诉人: **Chen Qingrui**

争议域名: 强生.com

---

## 1. 当事人及争议域名

本案投诉人为 **强生公司**，注册地美国，地址：美国新泽西州新布伦斯威克市强生广场 1 号。被投诉人 **Chen Qingrui**，地址：Guangzhou。

争议域名为由被投诉人通过 **DYNADOT7LLC** 注册，地址为：FO Box 345 San Mateo, CA94401 US。

## 2. 案件程序

2015 年 9 月 25 日，投诉人向亚洲域名争议解决中心香港秘书处提交投诉书，并请求使用中文作为本程序所使用的语言。

2015 年 9 月 25 日，域名争议解决中心要求域名注册机构 **DYNADOT7LLC** 确认注册信息。

2015 年 9 月 25 日，域名争议解决中心向投诉人发送投诉确认通知。

2015年10月2日，域名注册机构回复域名争议解决中心，确认本案争议域名系通过其注册，被投诉人 **Chen Qingrui** 是本案争议域名的注册人，注册协议所使用的语言为英语。

2015年10月9日，亚洲域名争议解决中心香港秘书处向被投诉人传送投诉通知，通知被投诉人，本案投诉人已经就本案争议域名向域名争议解决中心提出投诉，同时转送投诉书副本，要求被投诉人在20日内（即2015年10月28日）提交答辩书。

2015年10月26日，被投诉人向亚洲域名争议解决中心香港秘书处请求延期答辩。

2015年10月26日，投诉人认为被投诉人申请延期答辩的请求不符合《规则》的规定，不应准许延期。

2015年10月29日，被投诉人再次请求延长答辩期限。

2015年10月29日，亚洲域名争议解决中心香港秘书处同意将答辩期限延长至2015年11月2日。

2015年11月2日，被投诉人提交答辩书。

2015年11月3日，亚洲域名争议解决中心香港秘书处发出答辩确认通知。

2015年11月3日，域名争议解决中心向双方当事人及罗衡律师传送专家确定通知，指定罗衡律师为专家审理本案。11月3日，域名争议解决中心将案件移交专家。根据程序规则的规定，专家应于2015年11月17日前就本案争议做出裁决。

2015年11月9日，亚洲域名争议解决中心香港秘书处发出行政专家组指令第一号，鉴于投诉人提交的补充意见，允许被投诉人在2015年11月23日（香港时间）午夜之前提交补充说明及/或证据。专家组将在2015年12月7日或之前就本案争议做出裁决。

2015年11月23日，被投诉人提交补充说明。

专家组根据《统一域名争议解决政策之规则》（以下简称《规则》）第11条的规定，认为本程序所使用的语言应为中文。

### **3. 事实背景**

投诉人，强生公司（JOHNSON & JOHNSON），是当今世界上规模最大、产品最多元的医疗保健品公司，投诉人所生产的个人护理用品、处方药品、诊断和专业产品等一

百多年来以其卓越的品质赢得了全球消费者的钟爱和信赖,在个人卫生和医疗保健领域具有极高的知名度和影响力。(参见证据三: 投诉人中国网站相关内容打印件)

投诉人创建于 1886 年, 目前在全球 60 个国家建立了 250 多家分公司, 是目前世界上最具综合性、业务分布范围最广的健康护理产品的制造商和相关服务提供商, 拥有约 12.8 万余名员工, 产品销售于 175 个国家和地区, 其销售额超过 200 亿美元, 净利润达 28 亿美元, 投诉人已名列全美 50 家最大的企业之一, 在全球医疗保健产品生产企业中销量排名第一。1996 年强生公司在《财富》杂志选出的十大最受赞赏的公司中名列第六, 并获当年的国家技术奖章, 这是美国最高的技术荣誉。1999 年投诉人当选为声誉最好的公司之首。

1985 年, 强生公司在中国建立了第一家合资企业—西安杨森制药有限公司。此后, 强生公司又于 1988 年、1992 年、1994 年、1995 年及 1998 年分别在中国建立了多家子公司, 包括强生(中国)有限公司、上海强生有限公司、强生(中国)医疗器材有限公司、上海强生制药有限公司及强生(中国)投资有限公司等。2006 年, 强生又分别在中国成立了强生视力健(上海)商贸有限公司和强生(苏州)医疗器材有限公司。2008 年, 强生公司收购了北京大宝化妆品有限公司。

强生婴儿系列产品于 1992 年正式于中国市场上市, 因产品纯正温和、品质可靠、用心专业等特点, 多年来一直被众多消费者和保健专家们认为是婴儿护理方面的专业品牌。并且, 作为强生公司的主商标和商号, “强生”商标已被生效判决、裁定多次认定为驰名商标, 如北京市一中院作出的“(2013)一中知行初字第 1955 号判决书”、北京高院作出的“(2013)高行终字第 2403 号判决书”、商评委作出的“商评字[2013]第 00189 号关于第 7185330 号‘强先’商标争议裁定”等生效判决裁定已经多次认定投诉人“强生”商标为婴幼儿用洗液, 婴儿护肤油, 婴幼儿浴液, 婴幼儿浴液用皂等商品上的驰名商标, 可谓实至名归。

投诉人对“强生”系列商标享有的注册商标专用权情况:

投诉人已经在全球近百个国家获得了“JOHNSON&JOHNSON”商标和“JOHNSON'S”商标的有效注册。“JOHNSON & JOHNSON”和“JOHNSON' S ”是“强生”商标的英文对应。

投诉人的“强生”商标早在 1991 年就在中国在 3 类“婴幼儿爽身粉”等商品上申请注册，并于 1992 年获得注册，注册号为 601208。“强生”商标的注册涉及 9, 1, 3, 5, 10, 16, 21, 35, 41 和 42 类等众多类别，指定使用的产品和服务包括“工业用化学品、化妆品、卫生巾、医用敷料、医疗设备、婴儿纸尿裤、牙刷、商业咨询、健身中心、健康咨询”等，“强生”商标的广泛注册不仅说明申请人的产品和服务具有多元化的特点，涉及和跨越多个行业，而且从侧面反映出“强生”商标在中国在不同领域广泛使用并享有很高知名度。其中“强生”商标的部分注册情况如下：

商标	强生
注册号	601208
申请日	1991 年 7 月 8 日
注册日	1992 年 7 月 10 日
类别	3
指定商品	婴幼儿用润肤膏;婴幼儿用洗液;婴儿护肤油;婴幼儿爽身粉;婴幼儿洗发香波;婴幼儿浴液;婴幼儿用皂
有效期至	2022 年 7 月 9 日

商标	强生
注册号	1216132
申请日	1997 年 9 月 5 日
注册日	1998 年 10 月 21 日
类别	3
指定商品	化妆品;护发剂;护肤剂;洗发剂;洁肤制剂;婴儿用护肤霜;婴儿护肤油;婴儿香波;婴儿用香皂;婴儿用肥皂;婴儿用牙粉;婴儿用牙膏
有效期至	2018 年 10 月 20 日

商标	强生
注册号	1111584
申请日	1996 年 9 月 23 日
注册日	1997 年 9 月 28 日
类别	3
指定商品	人身用香皂;人身用肥皂;香料;香精油;化妆品;洗发液;牙膏
有效期至	2017 年 9 月 27 日

商标	强生
----	----

注册号	1112078
申请日	1996年9月23日
注册日	1997年9月28日
类别	3
指定商品	人身用香皂;人身用肥皂;香料;香精油;化妆品;洗发液;牙膏
有效期至	2017年9月27日

商标	强生
注册号	1704203
申请日	2000年11月17日
注册日	2002年1月28日
类别	3
指定商品	脚部护理产品(不含药物);除脚臭凝露;防脚臭舒缓凝露
有效期至	2022年1月27日

#### 4. 当事人主张

##### A. 投诉人

投诉人的主张如下:

#### 争议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近似

争议域名“强生.com”的识别性部分为“强生”，这与投诉人的注册商标“强生”完全相同。

域名是互联网用户在网络中的名称和地址。域名具有识别功能，是域名注册人在互联网上代表自己的标志。由于域名有较强的识别性，网络中的访问者一般凭借域名来区分信息服务的提供者，域名日益成为企业在互联网上的重要标志。域名的这一特性使其在商业领域具有重要的知识产权意义，企业往往尽可能使用其商标或商号作为域名，使访问者可以通过域名识别网站创立者的商品和服务。

鉴于投诉人商号及其“强生”驰名商标的知名度和广泛影响力，网络用户看到域名显著识别部分“强生”时，联想到的必然是投诉人强生公司，从而推定该域名持有者或者网站经营者为投诉人或者与投诉人存在某种关联关系，引起公众对其出处的混淆。因此，被投诉人注册并使用争议域名的行为极易导致混淆。

#### 被投诉人对该域名并不享有权利或合法利益

被投诉人不曾拥有任何与“强生”有关的注册商标专用权或商号权。投诉人亦从未许可被投诉人使用任何带有“强生”的商标或商号，或授权其注册任何带有“强生”的域名或者其他商业性标志。被投诉人没有任何合理理由可以解释其选择“强生”作为争议域名主要部分的原因。

### **被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意**

“强生”并非汉语中固有的词汇，具有很高的显著性，因其在中国及全球已达到驰名程度，因此可合理推定普通公众对该商标及其归属是知晓的。如前所述，被投诉人没有任何合理理由可以解释其选择“强生”商标作为争议域名主要部分的原因，其将与这一驰名商标完全相同的文字注册为域名的行为，本身就说明了被投诉人的主观恶意。

更为重要的是，争议域名所属网站页面上并没有实质性内容，而在页面最下方，赫然有出售域名的链接，点击后即转到域名出售页面，显示“强生.com 正在玉米网(yumi.com)询价转一口价出售。”玉米网是专门的域名转让交易平台，该网站“关于我们”页面自我介绍称“玉米网是国内首家多渠道域名出售、交易平台，致力于为客户提供域名出售、域名交易、域名管理的一站式服务平台”。被投诉人抢注域名，待价而沽的恶意与企图昭然若揭。

统一域名争议解决政策第 4 条 b 项规定，“针对第 4 条 (a)(iii)，如果专家组发现存在以下情况（特别是以下情况但不仅限于），则可将其作为恶意注册和使用域名的证据：

(i) 一些情况表明，你方已注册域名或已获得域名，主要用于向投诉人（商标或服务标记的所有者）或该投诉人的竞争对手销售、租赁或转让该域名注册，以获得比你方所记录的与域名直接相关之现款支付成本的等价回报还要高的收益；或者

(ii) 你方已注册该域名，其目的是防止商标或服务标记的所有者获得与标记相对应的域名，只要你方已参与了此类行为；……”

被投诉人理应知晓“强生”商标及其归属，却注册与“强生”完全相同的域名，至今已近一年时间完全没有将域名投入正当使用，这本身已说明其注册域名的目的是防止商标所有者获得相应域名。其将该域名在网上公然销售的行为，更说明其对争议域名的注册和使用完全出于高价出售、牟取暴利的目的。

## **B. 被投诉人**

被投诉人答辩否认投诉人的全部投诉，投诉人的投诉不能成立。理由如下：

**A. 该争议域名是否与投诉人所享有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性相似;**

<强生>首先是一个极为常见的姓氏，并非投诉人新创或独创，投诉人对<强生>姓氏没有专用权与独占权。

被投诉人的<强生.com>与投诉人的<Www.jnj.com.cn>，两者差异甚大，争议域名不会与<Www.jnj.com.cn>混淆。

投诉人的<强生>中文商标，并非驰名商标，无垄断权力。

域名并不等同于商标，商标也不等同于域名，拥有商标并不代表自动拥有域名，没有任何一条法律规定“域名等同于商标，商标等同于域名”。商标的权益不能无限扩大膨胀到域名领域。投诉人不能将其商标无限延伸至所有领域。争议域名并不用于产品，不会与投诉人的产品产生混淆。

根据域名的“先注册，先受理”的原则，被投诉人对争议域名拥有合法权益。

**B. 被投诉人是否对该争议域名享有权利或合法利益;**

被投诉人对<强生.com><强生族谱研究网>享有权利或合法利益;

- 被投诉人收到此投诉通知之前，有证据证明被投诉人正在使用或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;

根据域名的“先注册，先受理”的原则，被投诉人有权拥有<强生.com>，<强生.com>whois 信息中，域名注册人为被投诉人。

在接到有关争议通知之前，被投诉人已善意地使用该域名或与该域名相对应的名称<强生族谱研究网>。<强生.com>域名正在合法合理使用<强生族谱研究网>，只要没有侵犯投诉人的权益，投诉人无权干涉被投诉人域名网站的内容。只要合法，没有任何法律规定网站内容应该是什么，没有任何法律认为目前的内容不合法，<强生.com><强生族谱研究网>目前的内容是在合法合理且不侵犯他人权益的范围内随机变动的。

由于投诉人投诉，导致域名<强生.com>被冻结，并被转出被投诉人账户，被投诉人完全失去对域名的管理权，无法进行域名 DNS 更新设置管理，无法进行各项 DNS 解析记录，因此造成<强生.com><强生族谱研究网>网站的内容有些不完整，但是目前的网页内容仍足以证明域名<强生.com><强生族谱研究网>被正当使用当中，若因

域名<强生.com>被冻结的因素，而造成<强生.com><强生族谱研究网>网站可能偶而有网页被短暂损坏的情形，请行政专家组明鉴。

现阶段，中文域名<强生.com><强生族谱研究网>能够被访问，已经算是很了不起，已经算是充分运用中文域名目前的功能，<强生.com>的网页很简单，原因很明显，由于目前中文域名的使用、功能及访问仍然不完备，中文域名本身支持的功能不完备，如何能制作内容丰富的网站？IE6 浏览器仍然无法访问中文域名，而 IE6 在中国仍占有一部分比例，因此没有人愿意使用中文域名来建立正式的网站，绝大部分的中文域名仅用来转发或制作简单的网页，因此，并不是被投诉人不愿意将中文域名做成大网站，而是受限于中文域名目前的技术功能仍然未臻成熟，被投诉人目前正在规划制作一个网站<强生.com><强生族谱研究网>，俟中文域名的功能完备之后正式推出，但是域名被冻结之后已经无法继续进行该项计划，影响被投诉人的合法权益。

没有任何一条法律规定不能使用于<强生.com><强生族谱研究网>目前这种网页格式，ICANN 也没有任何规定说不能使用于目前这种网页格式。

- 即使被投诉人没有取得商品商标或服务商标的权利，但是被投诉人 (作为个人，企业或其他组织)因为使用该域名而广为人知；

<强生.com><强生族谱研究网> 网站开通已经一段时间，已经为人所知。

被投诉人注册<强生.com>时，投诉人的中文商标<强生>并不是驰名商标，且投诉人所用的域名是 Wwww.jnj.com.cn。

“被投诉人正合法使用或合理地使用该域名”作为<强生族谱研究网>。在接到有关争议通知之前，被投诉人已善意地使用该域名或与该域名相对应的名称。至于何谓知名很难定义，但确实有很多人知道.<强生.com><强生族谱研究网>。

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

争议域名注册时，被投诉人是出于爱好，且是机会主义注册，因此不存在为商业利益而误导消费者或玷污引起争议之商标或服务标记之意图。

目前，<强生.com>是<强生族谱研究网>，是非营利性性质，“被投诉人正合法使用或合理地使用该域名”。

<强生.com><强生族谱研究网>网站内容都是很正当的，不可能误导消费者或玷污争议商品商标。合情合理合法，不违法，不侵犯他人权益，焉有不可之道理？

现有<强生.com><强生族谱研究网>网站内容并没有任何侵犯投诉人权益的内容，没有销售商品，不会与投诉人的<Www.jnj.com.cn>产生混淆。

被投诉人不生产、不销售、不经营产品，不可能与其竞争。

### **C. 该争议域名是否被恶意注册和使用。**

被投诉人对<强生.com>的注册和使用不具有恶意；

- 注册或获取域名的主要目的不是为了向作为商品商标或服务商标所有人的投诉人或其竞争对手出售、出租或转让域名，以获取直接与被投诉人注册域名相关费用之外的额外收益；

恶意注册和恶意使用的情形必须证明同时存在，注册人注册域名，域名的组成部分恰好是他人的商标，不能由此就推定这样就是恶意注册。被投诉人从未试图出售争议域名。被投诉人从未在争议域名网站上出售商品。

投诉人所提到的其他案例、<强生.com>之外的其他域名，全部与被投诉人无关。

被投诉人注册<强生.com><强生族谱研究网>的目的，既不是要出售，也不是要侵犯他人的生意，纯粹只是兴趣，被投诉人从未试图出售或出租<强生.com>，被投诉人从未与任何人讨论过出售或出租域名，投诉人也没有提出任何陈述与证据来证明被投诉人注册<强生.com>的目的是为了出售或出租。

被投诉人注册<强生.com>是属于善意的随机注册，而非恶意注册。

当主机故障或其他原因会导致域名临时自动跳转至主机供应商的临时网页。投诉人所提供的一些网页证据有可能是主机供应商的临时网页，而非争议域名的真实网页。

被投诉人从未制作投诉人所提的证据中的任何网页。

- 注册域名不是为了阻止商品商标和服务商标的所有人以相应的域名反映其上述商标，且被投诉人并未形成一种与之相关的行为；

被投诉人注册<强生.com><强生族谱研究网>的目的，不可能不是为了去阻止投诉人公司，被投诉人的<强生.com><强生族谱研究网>与投诉人的<Www.jnj.com.cn>，两者差异甚大，被投诉人注册域名不是为了阻止商品商标和服务商标的所有人以相应的域名反映其上述商标，且被投诉人并未形成一种与之相关的行为。

<强生.com><强生族谱研究网>的网页内容也没有任何与<www.jnj.com.cn>产品相关的字眼。

- 被投诉人和投诉人并不是竞争对手和/或被投诉人注册域名的目的不是为了扰乱投诉人的业务；

被投诉人注册<强生.com>域名，建设<强生族谱研究网>的目的不是为了扰乱投诉人的业务。

被投诉人不在<强生.com><强生族谱研究网>贩卖商品，不可能是竞争对手。

被投诉人和投诉人完全是不相同的业务范围，不可能是竞争对手。

争议域名与投诉人的 Wwww.jnj.com.cn 网站的性质、类型及服务对象不同，争议域名不会破坏投诉人的正常业务。

- 被投诉人注册域名不是为了商业利益，通过制造被投诉人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被投诉人网站或其它联机地址者。

<强生.com><强生族谱研究网>目前是非营利性质的，是服务性质的，被投诉人注册域名不是为了商业利益，也没有出售任何商品，最初注册时只是觉得强生简短易读，可以用来做个人网站，是属于随机注册，而非恶意注册。

被投诉人注册<强生.com><强生族谱研究网>的目的不可能不是为了混淆投诉人的商标，被投诉人正非商业性地合法使用或合理地使用该域名，因此被投诉人注册域名不是为了商业利益，通过制造被投诉人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被投诉人网站或其它联机地址者。

2006年，中国互联网络信息中心（CNNIC）对《域名争议解决办法》进行修订，修订的内容如下：

对“恶意”注册概念有了补充解释，“抱有出售、出租目的注册域名”不再是判断恶意的标准，注册者只有向“民事权益所有人的投诉人或竞争对手出售、出租或者以其他方式转让该域名，以获得不正当利益”才能被定义为“恶意注册”。也就是说，自己的“网络商标”被人抢注，结果抢注人还向自己出售被抢注的域名，即属“恶意注册”。如金山软件被恶意注册的“kingsoft.com.cn”域名，在新办法出台后，域名注册者只有向金山或金山的竞争对手出售，才会被判恶意。

此外，修订案明确了域名持有人的权益，例如，是否拥有商标不能成为简单衡量域名归属的标准，被投诉人虽未获得相应商标或有关服务商标，但所持有的域名已获得一定知名度，便可享有合法域名权益。

专家表示，即将出台的修订案更加强调了“先注先得”的国际通行注册制度，体现了保护域名注册者和持有人权益的大原则。

虽然.com与.cn是不同后缀，但.cn域名亦是全球域名体系的一环，皆属于ICANN管辖，因此其精神是相通的，基本原理原则是放诸四海而皆准。

以上中国《域名争议解决办法》的新修订案，旨在进一步维护域名注册的公平性与稳定性。

事实上，被投诉人对域名<强生.com>的持有和使用确实不具有恶意。

### C. 投诉人补充意见

#### 一、 该争议域名是否与投诉人所享有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性相似

该域名的主要部分与投诉人的注册商标及驰名商标“强生”完全相同。

#### 二、 被投诉人是否对该争议域名享有权利或合法权益；

被投诉人所谓使用争议域名开设<强生族谱研究网>、善意使用争议域名等陈述显属虚假。

#### 1. 投诉人于2015年9月14日在北京市方正公证处公证保全了“强生.com”网站的内容。

公证书有力证明，被投诉人并未对争议域名进行实质使用，相反，在该网站页面下方醒目显示着该域名正在出售的链接，点击链接可转至出售该域名的网站。此部分投诉书中已经详述，不再赘述。

2. 该公证保全时间是在投诉人提起投诉之前。并不存在因为投诉人提起投诉，导致争议域名冻结，影响网站内容显示的情况。
3. 被投诉人所谓的<强生族谱研究网>并不存在。也没用任何证据显示被投诉人曾经对争议域名进行过善意使用。

### 三、 该争议域名是否被恶意注册和使用

1. 中文“强生”系投诉人为其公司名称及商标“Johnson & Johnson”设计的对应中文，并非汉语中固有的词组，本身具有很高的显著性。
2. 英文 Johnson 虽为姓氏，但其作为姓氏的通常中文翻译为“詹森”或“约翰逊”，并非“强生”，请见金山词霸和百度翻译的截屏如下：
3. 因此，被投诉人所称注册争议域名是因为“强生”是姓氏的理由不能成立，而且他所谓的使用争议域名开设<强生族谱研究网>也纯属虚假。“强生”作为驰名商标，被投诉人理应知晓该商标的存在及归属，且“强生”具有很高的显著性，被投诉人选择与“强生”完全相同的文字作为争议域名的主要部分，且其提供的理由明显不可信，这本身已足以说明其恶意。
4. 投诉人公证保全的网站内容显示，被投诉人并未实质使用争议域名，而是把争议域名挂在网上销售。
5. 被投诉人专门注册、贩卖域名牟利，且惯于抢注与他人享有权利的标识相同或近似的域名。投诉人提交的公证书同时显示，查询以被投诉人名义注册的域名共得到结果 242 条（证据八第 58 页），远远超出正常网络用户需要使用的域名数量，可见被投诉人专门注册和销售域名牟利。其中有大量域名与他人享有权利的标识相同或近似，例如宝马.net、佰草集.com、酷讯.com、刘德华.com、途锐.com 等等。（证据八第 37 页-68 页）
6. 《最高人民法院关于审理涉及计算机网络域名民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第五条规定，被告的行为被证明具有下列情形之一的，人民法院应当认定其具有恶意：
  - （一）为商业目的将他人驰名商标注册为域名的；

……

- (三) 曾要约高价出售、出租或者以其他方式转让该域名获取不正当利益的；
- (四) 注册域名后自己并不使用也未准备使用，而有意阻止权利人注册该域名的；
- (五) 具有其他恶意情形的。

“强生”作为驰名商标，被投诉人以商业目的将其注册为域名，本身已足以认定其恶意，更何况其正在要约高价出售、转让该域名牟取不正当利益，且并未使用或准备使用该域名，有意阻止权利人注册该域名，并且惯于抢注他人享有在先权利的域名。这些事实和证据足以证明被投诉人注册和使用争议域名具有毋庸置疑的恶意。

#### D. 被投诉人补充说明

域名被投诉锁定之后，被投诉人失去对域名管理权，域名的 DNS 变成 Name Server: NS1.DYNADOT.COM, Name Server: NS2.DYNADOT.COM, 因此，目前的网页是属于注册商的默认网页，与被投诉人无关。被投诉人从未试图出售域名。

投诉人一定更希望获得英文 Johnson.com, 但根据 whois 信息及网页信息, Johnson.com 显然不是投诉人的, 同理, 投诉人无理由掠夺中文<强生.com>。

强生 Johnson 是一个非常普遍通俗的姓氏, 投诉人公司名称及商标“Johnson & Johnson”的样式感觉与姓氏 Johnson 有明显不同。

另一家公司: 上海强生控股股份有限公司, 并非属于投诉人, 是一家大型股票上市公司, 2001 年才更名为上海强生控股股份有限公司, 足见投诉人对<强生>两字并无专用权。  
<http://www.62580000.com.cn/>

投诉人注册<强生.com>时, 纯属喜好性质的随机注册, 丝毫没有联想到投诉人, 被投诉人对<强生>两字的印象来自于世界著名运动员, 曾经创造百米世界纪录的<班·强生>, 由此引发被投诉人对<强生>的兴趣, 从而着手建设一个<强生族谱研究网>。

## 5. 专家组意见

### 关于本行政程序所使用语言的说明

投诉人请求使用中文作为本行政程序的语言, 而争议域名注册协议所使用的语言为英语, 根据《规则》第 11 条规定: 程序所使用的语言 (a) 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形另行决定, 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。

根据《规则》第 10 条的规定：（a）专家组应依照《政策》和本《规定》，以其认为适当的方式进行行政程序。专家组根据投诉人提交的证据，鉴于争议域名本身为中文域名、争议域名网站的内容均为中文、被投诉人国籍为中国、预留的手机号码归属地为中国，认为被投诉人有能力理解并运用中文进行交流。因此，专家组认为可以使用中文作为本行政程序语言（WIPO Groupe Industriel Marcel Dassault, Dassault Aviation v. Mr. Minwoo Park NO.[D2003-0989](#)）。

另外，被投诉人没有针对投诉人就本程序所使用语言的请求提出任何异议，专家组有理由认为被投诉人并不反对使用中文作为本程序的语言（WIPO Zappos.com, Inc. v. Zufu aka Huahaotrade NO.[D2008-1191](#)）。

因此，专家组接受投诉人的请求，决定本程序所使用的语言为中文。

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) 被投诉人对争议域名并不享有权利或合法利益；且
- (iii) 被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

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。

#### **A) 关于争议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**

专家组留意到，投诉人早在 1992 年就已经在中国成功注册了“强生”商标，在 1997 年、1998 年和 2002 年投诉人又相继成功注册了多个“强生”商标，并且投诉人的第 601208 号“强生”注册商标，已于 2014 年 6 月被法院认定为驰名商标。目前，投诉人的上述“强生”注册商标仍处于有效期内，因此，专家组确认投诉人对“强生”拥有注册商标专用权。

具体而言，争议域名 <强生.com>由主要部分“强生”，以及域名后缀“.com”组成。域名后缀部分属于争议域名的次要部分，对判断争议域名与投诉人“享有商品商标或服务商标权利的名称或者标志”是否相同或相似，不具有实质意义。主要部分“强生”与投诉人享有合法权益的注册商标、商号完全相同，被投诉人对争议域名的注册和使用可能会导致互联网用户误以为争议域名是由投诉人注册或与投诉人有着密切的联系，从而引起混淆。

被投诉人答辩称“强生”只是一个通用姓氏，不是投诉人独创。专家组认为无论“强生”是否是投诉人独创的词汇，投诉人已经在中国拥有了“强生”商标专用权，争议域名的主要部分与投诉人的商标完全重合，在这种情况下，追究词汇是否原创对于混淆性判断是没有意义的。被投诉人指出投诉人对“强生”和“Johnson”两词并无专用权。UDRP 政策第 4(a)(i)条并没有要求投诉人垄断性拥有“强生”的使用权，投诉人的义务是证明与争议域名拥有相同或相近的权利。

被投诉人还提出有其他公司或个人注册了“强生”商标，以此说明其注册争议域名的正当性，但是本案依据“政策”相关规定进行，在判断相同或混淆性相似的问题时，比较只可能在争议域名和投诉人的商标之间进行，只有商标权人与特定争议域名的注册人产生争议时，才在该争议解决程序中判断两者之间相同或混淆性相似的问题。

据此专家组认为，本案争议域名与投诉人享有商标权利的标志相同或者具有混淆性相似。

#### **B) 关于被投诉人对争议域名或其大部分不享有合法权益**

投诉人主张，被投诉人与投诉人没有任何关联关系，被投诉人与争议域名<强生.com>的核心部分“强生”也没有任何联系，也不享有任何民事权益，投诉人也从未授权被投诉人注册/使用争议域名。

被投诉人答辩称：其对<强生.com>享有权利或合法利益；被投诉人收到此投诉通知之前，有证据证明被投诉人正在使用或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；即使被投诉人没有取得商品商标或服务商标的权利，但是被投诉人（作为个人，企业或其他组织）因为使用该域名而广为人知；被投诉人合法或合理使用该域名、不以营利为目的，不存在为商业利益而误导消费者或玷污引起争议之商标或服务标记之意图。对于被投诉人的上述主张，被投诉人并未提供任何证据予以证明。

专家认为投诉人已经尽可能进行举证证明被投诉人对争议域名不享有合法权益，“强生”商标通过投诉人长期、持续的使用已经获得了显著性，并被认定为驰名商标，投诉人已完成其举证责任。相反，被投诉人并未举证证明自己的主张，因此，专家组认为投诉人提出的主张和理由成立，被投诉人对争议域名或其大部分不享有合法权益。

### **C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意**

投诉人提供的证据足以证明其拥有“强生”注册商标，根据 WHOIS 查询信息显示，被投诉人于 2014 年 10 月 8 日注册了争议域名，远晚于投诉人“强生”商标在中国的注册时间，也晚于“强生”商标被认定为驰名商标的时间。鉴于域名注册的简单易行，并且在申请域名之时没有严格的审核标准，作为域名注册人本身在注册域名之初就负有一定的注意义务，即对自己注册的域名是否会侵犯他人合法权益负责，尤其是可以简单查知的商标权利。只有经过基本检索并无侵犯他人权益的情况下，域名的注册方为正当、无争议的。如果怠于履行该注意义务，不能成为不知晓他人权益的合理抗辩，不能排除域名注册行为本身的恶意。（参见之宝制造公司（*zippo Manufacturing Company*）*v. huangyang Case No. CN-1400815*：专家组认定，“zippo”文字是投诉人独创并与其具有更密切联系的词汇。无任何证据显示，该文字与被投诉人有任何关联性。如果一个人将他人独创且与之有密切关联，而与自己无任何联性的文字，用作主要识别部分注册域名，那么他的主观动机不具有“恶意”的概率应当很低（除非有充足证据证明“偶然性”；而如此“偶然性”与“独创性”应成反比）……专家组仅从被投诉人注册争议域名的行为角度分析，很难得出其“主观动机”是“善意”而非“恶意”）。

专家组认为，投诉人是国际上和中国国内非常知名的公司，“强生”既是法院依法认定的驰名商标，也是为中国广大消费者所熟知的知名度很高的商标，对这样的商标被投诉人不可能不知晓。被投诉人在明知投诉人的高知名度商标和其巨大商誉的情况下，仍利用该商标文字注册域名，其动机很值得质疑。（参见迪士尼企业公司 *v. Shenzhen think hi start technology co., ltd case No. HK-1100396*）WIPO 众多的案例也确认，注册带有他人知名商标、标志的域名的行为本身即可被推定为恶意，无论其能否证明对争议域名的知名度是否知晓。

专家组还留意到争议域名所指向的网站，从投诉人提交的公证书来看，看不出网站内容与被投诉人所宣称的“强生族谱研究”有任何关联，而在网站下方有“委托购买此域名”的链接。可见，被投诉人“注册或获取域名的主要目的是为了向作为商品商标或服务商标所有人的投诉人或其竞争对手出售、出租或转让域名，以获取直接与域名注册相关费用之外的额外收益者”。专家组综合考虑本案案情，认为投诉人的商标具有很高知名度和商誉，被投诉人在对“强生”标识不享有任何权益的情况下注册了本案争议域名，同时专家组还考虑被投诉人注册争议域名之后意图出售域名的情节，专家组认为被投诉人使用争议域名具有恶意。

被投诉人答辩称由于投诉人提起投诉,导致域名被锁定,被投诉人失去对域名管理权,目前的网页是属于注册商的默认网页,与被投诉人无关,被投诉人从未试图出售域名。专家组注意到投诉人公证日期是 2015 年 9 月 14 日,而投诉的日期是 2015 年 9 月 25 日,因此,不存在因为投诉导致域名被锁定的情况。

根据以上事实,专家组认定被投诉人对争议域名的注册和使用都具有恶意。

## 6. 裁决

综上所述,专家认为,本案投诉符合《ICANN 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混淆性地近似”,“被投诉人就争议域名不享有权利或合法利益”,“被投诉人出于恶意注册并使用争议域名”。专家组决定:支持投诉人的投诉请求,本案争议域名<强生.com >转移给投诉人。

---

专家组: 罗衡 (William Law)

日期: 2015 年 12 月 5 日