



中国国际经济贸易仲裁委员会
域名争议解决中心

裁 决 书

[案件编号: CND2009000028]

投诉人: 科高公司 (Google Inc., 商业用名: “谷歌公司”)

地 址: 美国加利福尼亚山景城半圆剧场大道 1600 号

(1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA, USA)

代理人: 刘元月、查建海, 北京市刘元和君律师事务所律师

被投诉人: 任明泽

地 址: 无法查证

争议域名: googleexplorer.cn

注册机构: 北京万网志成科技有限公司

二〇〇九年五月二十五日

北 京

裁 决 书

(2009) 中国贸仲域裁字第 0080 号

中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心(下称域名争议解决中心)根据中国互联网络信息中心(CNNIC)2006年3月17日发布实施的《中国互联网络信息中心域名争议解决办法》(下称解决办法)、2007年10月8日公布实施的《中国互联网络信息中心域名争议解决程序规则》(下称程序规则)以及中国国际经济贸易仲裁委员会《关于〈中国互联网络信息中心域名争议解决办法〉补充规则》(下称补充规则)的规定以及投诉人科高公司(Google Inc., 商业用名:“谷歌公司”)于2009年2月26日针对域名“googleexplorer.cn”以任明泽为被投诉人向域名争议解决中心提交的投诉书,受理了有关“googleexplorer.cn”域名争议案。案件编号 CND2009000028。

现本案已审理终结。本案专家组根据解决办法、程序规则和补充规则的规定作出本裁决。现将本案案件程序、基本事实、当事人主张、专家组意见和裁决分述如下:

一、案件程序

域名争议解决中心于2009年2月26日收到投诉人向域名争议解决中心提交的投诉书。

2009年2月27日,域名争议解决中心以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知,确认收到投诉人的投诉书,并向北京万网志成科技有限公司发出注册信息确认函,请求提供争议域名的有关注册信息。

2009年2月27日,域名争议解决中心收到北京万网志成科技有限公司以电子邮件发来的注册信息确认函,确认上述争议域名信息。

2009年3月10日,域名争议解决中心以电子邮件向被投诉人传

送投诉书传递封面，转去投诉人投诉书。

2009年3月18日，域名争议解决中心以电子邮件向投诉人传送投诉书确认及送达通知，确认投诉书已于同月经审查合格并送达被投诉人，本案程序于2009年3月18日正式开始。同日，域名争议解决中心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，域名争议解决中心以电子邮件向CNNIC和北京万网志成科技有限公司传送程序开始通知。

域名争议解决中心在规定的期限内未收到被投诉人提交的答辩书，域名争议解决中心于2009年4月13日以电子邮件向投诉人和被投诉人发出缺席审理通知。

由于投诉人选择三人专家组审理案件，被投诉人未对专家组组成做出选择，根据程序规则和补充规则的规定，域名争议解决中心于2009年4月24日以电子邮件向拟定的专家黄文先生、郭禾先生、张烨女士传送列为候选专家通知，请专家确认是否接受指定。2009年4月11日，黄文先生、郭禾先生、张烨女士以电子邮件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11日，域名争议解决中心以电子邮件向双方当事人及拟定专家传送专家指定通知，确定由黄文先生、郭禾先生、张烨女士担任本案专家（其中黄文先生和张烨女士分别为域名争议解决中心代为指定的首席专家和专家，郭禾先生为投诉人选择的专家），成立专家组审理本案。同日，域名争议中心将案件移交专家组。

根据程序规则的规定，专家组应于成立之日（2009年5月11日）起14日内即2009年5月25日（含5月25日）前作出裁决。

二、基本事实

（一）关于投诉人

投诉人科高公司（Google Inc.，商业用名：“谷歌公司”），公司注册地在美国，其地址为美国加利福尼亚山景城半圆剧场大道 1600 号(1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA, USA)。

投诉人授权代理人为北京市刘元和君律师事务所律师刘元月、查建海。地址为北京市朝阳区门外大街 16 号中国人寿大厦 702 室，电话是 010-85253366，传真号为 010-85251550/52，Email 地址是 yylu@lyplaw.com; info@lyplaw.com; zjh@lyplaw.com。

（二）关于被投诉人

被投诉人任明泽，Email 地址是 landschaft1116@yahoo.com.cn。

三、当事人主张

（一）投诉人诉称：

1、投诉人对“Google”享有在先商号权和注册商标权。“googleexplorer”作为争议域名的识别部分，完整包含了投诉人享有在先权利的“Google”，与“Google”构成近似。“Google”商号/商标在包括中国在内的全球享有极高的知名度，并已被中国国家工商行政管理总局认定为驰名商标。考虑到投诉人“Google”商标极高的知名度和独创性，争议域名与“Google”足以构成混淆性近似。

2、被投诉的域名持有人对争议域名及其主要部分不享有合法权益。

3、被投诉的域名持有人对争议域名的注册和使用具有恶意。

因此，根据解决办法、程序规则等相关规则的规定，投诉人请求专家组裁定将争议域名转移给投诉人。

投诉人主张的事实和理由如下：

1. 争议域名的识别部分与投诉人的“Google”商号/商标足以构成混淆性近似。

“Google”商号/商标在包括中国在内的全球享有极高的知名度,并已被中国国家工商行政管理总局认定为驰名商标。争议域名的识别部分“googleexplorer”完整包含了投诉人享有在先商号权和注册商标权的“Google”,足以构成混淆性近似。

(1) “Google”是投诉人在先注册的商标和商号。经过长时间广泛使用,“Google”在包括中国在内的世界各国享有极高知名度和美誉度。

投诉人的“Google”商标最早于 2000 年在中国获得注册,并早在争议域名注册之前就已经被中国国家工商行政管理总局认定为驰名商标。此外,投诉人的“Google”商标还在其他国家/地区获得了近 600 项商标注册/申请。

投诉人简介

投诉人于 1998 年由美国斯坦福大学博士生 Larry Page 和 Sergey Brin 创办。经过近十年的发展,Google 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提供搜索引擎等服务,此外,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。

除通过电脑接入外,Google 搜索服务还可以通过所有主要的无线平台进行。投诉人的移动通讯合作伙伴包括:美国 AT&T 无线、沃达丰及雅虎等,这些公司的客户都可通过电话和/或其它无线设备获得 Google 搜索服务。此外,投诉人还和全球其它上百个跨国公司在

不同领域建立了合作关系。

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。

投诉人在中国

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。

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。

投诉人商标的知名度

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，在中国也于 2007 年被中国国家工商行政

管理总局认定为“通过计算机网络提供商业信息服务”上的驰名商标。

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。

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。

(2) 争议域名的识别部分“googleexplorer”与投诉人享有在先权利的“Google”商号/商标构成近似，并会引起混淆。

争议域名中的“.cn”为中国管理的英文二级类别域名的名称，仅

表示域名的属性，不具有识别性。因此，争议域名的识别部分为“googleexplorer”。

争议域名的识别部分完整包含了投诉人独创并享有极高知名度的“Google”商号和商标。“explorer”的含义为“勘探者；探测者；探险者；探索家”，在因特网(Internet)领域通常理解为“浏览器”，如 Internet Explorer, MSN Explorer, AOL Explorer 和 Smart Explorer 等产品名称。可见，“explorer”系通用词，不具有显著性。因此，争议域名的识别部分中的显著性部分为“google”，与投诉人的商标/商号完全相同。

被投诉人在争议的域名所对应的网站上提供第三方开发的 Firefox 火狐浏览器下载服务，并且描述火狐浏览器是“世界搜索巨头 GOOGLE 推出的完全免费的网页浏览器”。这会使公众误认为该下载服务由 Google 提供或由 Google 授权提供而产生混淆，其目的在于借用 Google 的美誉度提升该网站的流量，因此，在实际使用中争议域名会在公众中引起混淆。

2. 被投诉的域名持有人对争议域名或者其主要部分不享有合法权益

投诉人对“Google”享有商标权和商号权，并且从未授予被投诉人任明泽有关“google”或“googleexplorer”的任何权利。

3. 被投诉的域名持有人对争议域名的注册和使用具有恶意


(1) 被投诉人对争议域名的注册具有恶意，依据如下：

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，被投诉人的行为属于注册与投诉人商号/商标构成混淆性近似的争议域名，显然是出于恶意。

根据解决办法第九条第一款第 3 项，被投诉人的行为属于“注册或者受让域名是为了破坏投诉人正常的业务活动，或者混淆与投诉人

之间的区别，误导公众”，应当认定被投诉人的行为构成恶意注册或者恶意使用域名。

(2) 被投诉人对争议域名的使用具有恶意，其具体理由如下：

虽然被投诉人网站提供Firefox浏览器下载系免费服务，但该网站通过网页上醒目位置处的超链接可连接到另一个网站“51.la”，而该www.51.la网站是提供广告服务的商业网站。被投诉人显然是利用公众对该网站产生的混淆提升网站流量，并且通过链接提升另一营利网站的流量来达到其商业目的。

根据以上事实和分析，被投诉人注册和使用争议域名目的在于通过混淆与投诉人之间的区别，使公众认为被投诉人与投诉人存在某种关系，从而吸引流量牟取不正当利益。被投诉人的上述行为具有明显的恶意。

综上所述，投诉人对“Google”享有在先的商号权和商标权，而被投诉人对“Google”和争议域名的识别部分不享有任何合法权利；争议域名的识别部分与投诉人的“Google”商号/商标构成混淆性近似；被投诉人的注册和使用行为具有主观恶意。根据解决办法、程序规则等相关规则的规定，投诉人请求专家组裁定将争议域名转移给投诉人。

(二) 被投诉人辩称：

针对投诉人的上述投诉主张，被投诉人在程序规则和补充规则规定的答辩期限内没有进行答辩。

四、专家组意见

专家组依据解决办法、程序规则及补充规则对本域名争议进行审理裁决。

根据解决办法第八条的规定，符合下列条件的投诉，应该得到专家组的支持：

(一) 被投诉的域名与投诉人享有民事权益的名称或者标志相

同，或者具有足以导致混淆的近似性；

(二)被投诉的域名持有人对域名或者其主要部分不享有合法权益；

(三)被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意。

投诉人应当证明以上各项条件同时具备。

解决办法第九条规定，被投诉的域名持有人具有下列情形之一的，其行为构成恶意注册或者使用域名：

(一)注册或者受让域名是为了向作为民事权益所有人的投诉人或其竞争对手出售、出租或者以其他方式转让该域名，以获取不正当利益；

(二)多次将他人享有合法权益的名称或者标志注册为自己的域名，以阻止他人以域名的形式在互联网上使用其享有合法权益的名称或者标志；

(三)注册或者受让域名是为了损害投诉人的声誉，破坏投诉人正常的业务活动，或者混淆与投诉人之间的区别，误导公众；

(四)其他恶意的情形。

根据本案当事人提交的投诉书及其所附证据材料，本案专家组意见如下：

(一)关于完全相同或混淆性相似

投诉人称，其主要通过其全球网站www.google.com提供搜索引擎等服务。除通过电脑接入外，Google搜索服务还可以通过所有主要的无线平台进行。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。2003年3月，Google已成为全球访问量最大的五大网站之一。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。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。2006年至2008年，Google商标的品牌价值连续三年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商标已跃至第10位。对此，被投诉人未持异议。由于“GOOGLE”并非固有常用名词，他人在不知晓投诉人商标的情况下巧合创造该词的概率甚微。而被投诉人在本案提起后，对其注册与投诉人商标具有混淆性的争议域名又没有作出最基本的说明和解释，使得专家组有理由认为，被投诉人注册的争议域名是对投诉人商标的刻意仿冒。

投诉人还提供证据表明，“GOOGLE”商标于2000年9月28日由投诉人在中国获得注册，取得商标专用权；该商标于2007年被中国国家工商行政管理总局认定为“通过计算机网络提供商业信息服务”上的驰名商标。投诉人获得“Google”商标专用权的日期早于争议域名的2007年7月3日注册日期，投诉人拥有在先的民事权益，且目前该商标专用权在有效期内。


“googleexplorer”是本案争议域名的识别部分。专家组认为，基于“GOOGLE”在国内的知名度及影响力，争议域名的识别部分可看作“google”与英文单词“explorer”的组合。其中“google”并非固有词汇，而由投诉人独创；“explorer”则为普通意义的常用单词，根据牛津双解词典关于explorer的解释，“explorer”的含义为“勘探者；探测者；探险者；探索家”，在因特网(Internet)领域通常理解为“浏览器”。显然争议域名识别部分中的“google”更具有显著性。专家组认为争议域名中的“google”与投诉人注册商标“GOOGLE”仅有大小写的区别，但仍同属一词，具有足以造成混淆的相似性。

因此，专家组认为争议域名与投诉人的注册商标“GOOGLE”具有足以导致混淆的近似性，投诉满足解决办法第八条规定的第一个条件。

（二）关于被投诉人权利或合法权益

被投诉人并未在规定期限内提交答辩，未能举证证明其对争议域名或其主要部分享有任何合法权益。专家组根据现有的材料和信息，无法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，被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权益，投诉人的投诉符合解决办法第八条规定的第二个条件。

（三）关于恶意

投诉人主张并提供证据证实，被投诉人在争议域名所对应的网站上提供第三方开发的Firefox火狐浏览器下载服务，并且描述火狐浏览器是“世界搜索巨头GOOGLE推出的完全免费的网页浏览器”。这会使公众误认为该下载服务由Google提供或由Google授权提供而产生混淆，其目的在于借用Google的美誉度提升该网站的流量，因此，在实际使用中争议域名会在公众中引起混淆。虽然被投诉人网站提供Firefox浏览器下载系免费服务，但该网站通过网页上醒目位置处的超链接可连接到另一个网站“51.la”，而该www.51.la网站是提供广告服务的商业网站。被投诉人显然是利用公众对该网站产生的混淆提升网站流量，并且通过链接提升另一营利网站的流量来达到其商业目的。对此，被投诉人也未提出异议。上述事实表明，被投诉人存在着故意仿冒投诉人商标注册争议域名，并意图且事实上已通过其混淆与投诉人之间的区别，使公众认为被投诉人与投诉人存在某种关系，从而吸引争议域名所开设网站的流量，牟取不正当利益。

基于以上事由，专家组认为，被投诉人注册争议域名具有恶意，投诉满足解决办法第八条规定的第三个条件。

五、裁 决

基于上述理由，专家组裁决：注册争议域名“googleexplorer.cn”应转移给投诉人科高公司（Google Inc.，商业用名：“谷歌公司”）。

首席专家： 黄文

专家： 郭禾

专家： 张峰

二〇〇九年五月二十五日于北京

