



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-0900234
Case ID	CN-0900260
Disputed Domain Name	www.cz-google.com
Case Administrator	Xinmin Cui
Submitted By	Yong Li
Participated Panelist	

Date of Decision	30-04-2009
------------------	------------

The Parties Information

Claimant	科高公司（英文名：Google Inc.，商业中文名：谷歌公司）
Respondent	rui xiaohua

Procedural History

1、案件程序

亚洲域名争议解决中心北京秘书处（“中心北京秘书处”）于2009年2月28日收到投诉人根据互联网名称与数码分配公司（ICANN）发布实施的《统一域名争议解决政策》（UDRP）、《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）《统一域名争议解决政策补充规则》提交的投诉书。

2009年3月2日，中心北京秘书处向投诉人确认收到投诉书，并向注册商发出电子邮件，要求注册商确认注册信息。

2009年3月3日，注册商回复中心北京秘书处，确认本案争议域名是通过其注册，被投诉人是本案争议域名的注册人/持有人，UDRP适用于本案争议域名，本案争议域名的注册协议语言是英文。

2009年3月9日，中心北京秘书处向被投诉人发出投诉书传递通知，转去投诉人的投诉书。中心北京秘书处提示并询问，本案争议域名的注册协议是英文，鉴于投诉人的投诉书使用的是中文，双方当事人是否同意本案程序使用中文。

2009年3月20日，中心北京秘书处向被投诉人发出程序开始通知，告知被投诉人应当按照《统一域名争议解决政策之规则》及亚洲域名争议解决中心（ADNDRC）《统一域名争议解决政策补充规则》的要求在20日内提交答辩书；中心北京秘书处向投诉人发出投诉书确认及送达通知；中心北京秘书处向ICANN和注册商发出了程序开始通知。

2009年4月13日，中心北京秘书处向投诉人、被投诉人发出通知，告知双方当事人，由于被投诉人没有在规定期限内提交答辩书，域名争议解决中心将指定专家，缺席审理本案。

2009年4月13日，中心北京秘书处向李勇、唐广良、郭寿康发出列为候选专家通知，通知三位专家，拟将李勇列为首席专家候选人，唐广良列为投诉人选定的专家候选人，郭寿康列为代被投诉人指定的专家候选人，询问三人是否可以接受指定审理本案，并在当事人之间保持独立公正。同日三人答复可以接受指定，并能够在当事人之间保持独立公正。

2009年4月14日，中心北京秘书处通知投诉人和被投诉人，中心北京秘书处已经确认李勇为首席专家、唐广良为投诉人选定的专家、郭寿康为代被投诉人指定的专家，三人组成专家组审理本案。专家组做出裁决的时间定为2009年4月29日之前。

Factual Background

For Claimant

2、基本事实
投诉人：

本案投诉人科高公司（英文名：Google Inc.，商业中文名：谷歌公司）是一家注册地为美国的企业法人，其地址是美国加利福尼亚山景城半圆剧场大道1600号。“Google”是投诉人的商号。投诉人的Google商标已在包括澳大利亚、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、泰国等多个国家/地区注册。在被投诉人所在地中国，投诉人于2000年9月28日取得了“Google”的商标注册，依中国《商标法》享有商标权。投诉人的商标“Google”于2007年被中国国家工商行政管理总局认定为驰名商标。根据互联网监测和分析机构尼尔森的统计，2002年Google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。自2000年9月份起，投诉人推出了Google搜索引擎中文版。“新浪网”、“人民网”等中国网络媒体对投诉人及其提供的服务均有广泛的报道。《商业周刊》杂志中文版评选的2005年全球100个最佳品牌排行榜中，Google商标的品牌价值居全球最佳品牌第38位；在该杂志评选的2006年全球100个最佳品牌排行榜中，Google商标的品牌价值排名第24位。

For Respondent

被投诉人：

本案的被投诉人是rui xiaohua，其地址是changzhou xinfengdasha403 changzhou, Jiangsu, cn 213000。电子邮件地址为rxh5258@163.com。被投诉人于2006年3月19日注册了本案争议域名。根据投诉人提交的2006年8月16日经过北京市公证处公证的上网打印材料，被投诉人以“常州google网公司”的身份在网上使用本案争议域名，根据上述材料，被投诉人是一家位于常州的专业从事网络推广和网络营销的公司。

Parties' Contentions

Claimant

3、当事人主张

投诉人：

（1）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，经过近十年的发展，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网络广告…”。人民网在《Google广告发迹史揭秘》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。

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。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。正如排行榜点评所说，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。

(2) 被投诉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。

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cz-google.com。其中，“.com”部分是通用顶级域名，不具有显著性，因此“cz-google”是争议域名的识别部分。其中“cz”是被投诉人注册地址中国江苏省常州市(Chang Zhou)的城市名称首字母构成，仅表明所在区域，也不具有显著性，而“google”是投诉人独创的词汇，无任何字典含义，具有很高的显著性。争议域名会被认为系投诉人中国区分部为常州地区所设立。例如，常州东芝变压器有限公司即使用cz-toshiba.com域名，常州市雅特汽车附件有限公司使用cz-yate.com域名。因此，争议域名的识别部分“cz-google”与投诉人享有极高知名度的Google在先商号和在华在先注册商标(注册号：1451705)构成混淆性近似。

争议域名的识别部分完整的包含了投诉人独创并享有极高知名度的“Google”商号和商标，与投诉人享有合法权利的“Google”商号/商标构成近似，在使用中足以导致相关公众混淆。

(3) 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“rui xiaohua”，与争议域名的可识别部分“cz-google”无任何关联性，被投诉人对“cz-google”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“cz-google”的权利。

(4) 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。

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。作为中国自然人的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。

被投诉人将争议域名用作提供Google推广服务(网络广告服务)，并且还在网站的显著位置标有“常州GOOGLE”字样。被投诉人的上述行为显然会使公众认为争议域名对应的网站为投诉人在江苏省常州市设立的区域子公司，或者与投诉人存在其他关联关系。被投诉人使用争议域名完全是为了搭投诉人GOOGLE驰名商标的便车，获取非法利益。

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。

投诉人请求本案专家组裁决将争议域名转移给投诉人。

Respondent

被投诉人：

被投诉人没有在规定期限内提出答辩意见。

Findings

4、专家组意见

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》的约束。《统一域名争议解决政策》适用于本项争议解决程序。

专家组注意到，本案争议域名的注册协议所使用的语言是英语，根据《统一域名争议解决政策之规则》第11.a条的规定，本行政程序应当使用英语进行。但是鉴于投诉人在本程序中使用了中文，同时鉴于被投诉人是一家中国的公司，被投诉人在中心北京秘书处的提示下也未反对使用中文进行本案程序，因此专家组根据《统一域名争议解决政策之规则》第11.a条中关于“专家组根据行政解决程序的具体情形另有决定”的授权，决定本争议解决程序的语言为中文。

《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的相似；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

(1) 关于相同或混淆性相似

如上文第2节“基本事实”中所述，专家组根据本案材料已经查明，投诉人对于“google”文字已在包括澳大利

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、泰国的多个国家/地区取得商标注册，投诉人在中国亦于2000年9月28日取得了“google”的商标注册，依《中华人民共和国商标法》享有在先的商标权。将本案争议域名与投诉人的注册商标进行比较后可知，本案争议域名与投诉人的商标的不同之处在于争议域名中具有“.com”和“cz-”字符，专家组认为，“.com”是通用顶级域名后缀，对于判断混淆性问题不具有实际意义，因此本案争议域名的识别部分仅为“cz-google”。“google”是投诉人的一个独创词汇，而且由于被投诉人广泛使用已经成为知名度很高的商标标识和商号名称，因此具有很强的识别性。而“cz-”作为一个前缀与“google”结合之后，并不能避免网络用户对其产生混淆认识。从整体进行比较后专家组认为争议域名与投诉人的商标构成了混淆性相似。

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

Rights and Legitimate Interests

(2) 关于被投诉人权利或合法利益

投诉人主张，被投诉人的名称为“rui xiaohua”，与争议域名的可识别部分“cz-google”无任何关联性，被投诉人对“cz-google”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“cz-google”的权利。专家组注意到，被投诉人没有在规定期限内提出任何理由说明被投诉人已经对争议域名享有权利或合法利益，或者存在《统一域名争议解决政策》4.c中阐明的情况，专家组认为被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益。专家组认为本案投诉满足《统一域名争议解决政策》第4.a(ii)条规定的条件。

Bad Faith

(3) 关于恶意

如上文第2节“基本事实”中所述，根据投诉人提出的材料，专家组认定以下事实成立：根据互联网监测和分析机构尼尔森的统计，2002年Google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。自2000年9月份起，投诉人推出了Google搜索引擎中文版。“新浪网”、“人民网”等中国网络媒体对投诉人及其提供的服务均有广泛的报道。《商业周刊》杂志中文版评选的2005年全球100个最佳品牌排行榜中，Google商标的品牌价值居全球最佳品牌第38位；在该杂志评选的2006年全球100个最佳品牌排行榜中，Google商标的品牌价值排名第24位。投诉人的商标“Google”于2007年被中国国家工商行政管理总局认定为驰名商标。被投诉人是一家位于常州的专业从事网络推广和网络营销的公司，并以“常州google网公司”的身份在网上使用本案争议域名。

根据以上事实，专家组认为，由于投诉人在国际、国内市场和互联网上的巨大影响力和其品牌的广泛知名度，同时由于被投诉人是一家专业从事网络推广和网络营销的公司，所以被投诉人对于投诉人的商标和该商标所承载的巨大商誉不可能不知晓，在此情况下被投诉人将足以构成与投诉人商标标识相混淆、而且自己并不享有权利或合法利益的文字注册为本案争议域名，而且还使用该域名提供网络服务，在网站显著位置标识“常州GOOGLE”字样，专家组认为被投诉人的目的是利用投诉人的影响和投诉人商标的知名度，为自己牟取不正当利益。此种情形符合UDRP第4b(iv)条的规定，已经构成恶意。

专家组认为本案投诉满足《统一域名争议解决政策》第4.a(iii)条规定的条件。

Status

www.cz-google.com

Domain Name Transfer

Decision

5、裁决

综上所述，专家组认为，本案投诉符合《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标相混淆”，“被投诉人就争议域名不享有权利或合法利益”，以及“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，将争议域名“cz-google.com”转移给投诉人。

Back

Print