



Asian Domain Name Dispute Resolution Centre

beijing

北京秘书处

专家组裁决

案件编号: **CN-1601002**

投 诉 人: 广州神马移动信息科技有限公司

被投诉人: **yin hong**

争议域名: **smsosuo.com**

注册 商: **HICHINA ZHICHENG TECHNOLOGY LTD.**

1. 案件程序

2016年8月18日, 投诉人广州神马移动信息科技有限公司根据互联网名称与数字地址分配机构 (ICANN) 施行的《统一域名争议解决政策》(以下简称“《政策》”)《统一域名争议解决政策之规则》(以下简称“《规则》”)及亚洲域名争议解决中心 (ADNDRC) 施行的《统一域名争议解决政策之补充规则》(以下简称“《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, 选择由一人专家组进行审理。

2016年8月18日, 中心北京秘书处向投诉人传送通知, 确认收到投诉书。同日, 中心北京秘书处向 ICANN 和域名注册商 HICHINA ZHICHENG TECHNOLOGY LTD. 发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。注册商 HICHINA ZHICHENG TECHNOLOGY LTD. 于 2016年8月19日回复确认: (1) 争议域名由其提供注册服务; (2) 被投诉人 yin hong 为争议域名注册人; (3) 《政策》适用所涉域名投诉; (4) 争议域名注册协议使用的语言为中文。

2016年8月30日, 中心北京秘书处以电子邮件的形式向投诉人传

送投诉书确认及送达通知书，确认投诉书已经审查合格并送达被投诉人，本案程序于2016年8月30日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件的形式向被投诉人传送书面投诉通知，告知被投诉人被投诉的事实，并说明中心北京秘书处已按《规则》和《补充规则》的规定，以电子邮件的形式向被投诉人传送了投诉书及附件。中心北京秘书处并于同日以电子邮件的形式向ICANN及争议域名的注册商HICHINA ZHICHENG TECHNOLOGY LTD.传送程序开始通知。

截至答辩期限届满日2016年9月19日，被投诉人未提交答辩。2016年9月20日，中心北京秘书处向投诉人及被投诉人传送缺席审理通知。

2016年9月21日，中心北京秘书处向王范武先生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。2016年9月21日，候选专家回复中心北京秘书处，同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2016年9月22日，中心北京秘书处向双方当事人及上述专家传送专家指定通知，确认指定王范武先生为本案独任专家，成立一人专家组审理本案。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。

根据《规则》第6(f)条和第15(b)条，专家组应当在成立之日（即2016年9月22日）起14日内即2016年10月6日前（含10月6日）就本案争议作出裁决。

2. 基本事实

投诉人：

本案投诉人为广州神马移动信息科技有限公司，地址位于广东广州市天河区黄埔大道西平云路163号广电平云广场B塔12层自编01单元。投诉人授权北京超凡知识产权代理有限公司的杨静安代理本案。

被投诉人:

本案被投诉人为 yin hong, 地址位于 chong qing shi yu bei. 2015 年 6 月 5 日, 本案争议域名“smsosuo.com”通过注册商 HICHINA ZHICHENG TECHNOLOGY LTD. 获得注册。

3. 当事人主张

投诉人的投诉主张、事实和理由

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, 投诉人在第 9、35、38 和 42 类上申请注册的“神马”“神马搜索”商标。

具体信息如下:

No.	商标	申请日期	号	类别	状态	指定商品
1.		2013 年 11 月 21 日	13585630	42	已注册	提供互联网搜索引擎 等
2.		2014 年 5 月 29 日	14570518	42	已注册	提供互联网搜索引擎 等
3.	神马搜索	2016 年 2 月 3 日	19071715	42	已受理	提供互联网搜索引擎 等
4.		2014 年 5 月 29 日	14570520	9	已初审公告	已录制的计算机程序(程序), 计算机程序(可下载软件)等
5.	神马搜索	2016 年 2 月 3 日	19071379	9	已受理	电子出版物(可下载), 计算机程序(可下载软件)等
6.		2013 年 11 月 21 日	13585317	9	已注册	电子出版物(可下载), 计算机程序(可下载软件)等
7.		2013 年 11 月 21 日	13585402	35	驳回复审成功等待公告	替他人推销, 为零售目的在通讯媒体上展示商品等
8.		2015 年 3 月 27 日	16586563	35	已初审公告	为零售目的在通讯媒体上展示商品, 计算机网络上在线广告, 替他人推销等
9.	神马搜索	2016 年 2 月 3 日	19071569	35	已受理	为零售目的在通讯媒体上展示商品, 为推销优化搜索引擎, 为商品和服务的买卖

						双方提供在线市场等
10.		2013年11月21日	13585491	38	已注册	提供与全球计算机网络的电讯联接服务等
11.	神马搜索	2016年2月3日	19071623	38	已受理	提供与全球计算机网络的电讯联接服务, 提供全球计算机网络用户接入服务等

此外, 投诉人在先注册了多件含有“sm”的域名。

(一) 争议域名的显著部分与投诉人字号和商标及提供的服务高度对应, 容易引起混淆。

投诉人成立于2013年7月, 是移动互联网软件技术及应用服务提供商, 由全球用户量最大的移动浏览器 UC 优视与中国互联网行业领军企业阿里巴巴共同发起组建。神马搜索是投诉人专注移动互联网的搜索引擎, 拥有最纯正的移动搜索基因, 为用户创造方便、快捷、开放的移动搜索新体验。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。

投诉人的企业字号为“神马”, 提供的是搜索服务, 商标为“神马”和“神马搜索”, 核定使用的服务内容包括了“提供互联网搜索引擎”, 通过长期宣传和使用, 投诉人的“神马搜索”知名度非常高。而在争议域名“smsosuo.com”中, “.com”为国际顶级域名后缀, 显然主体部分为 smsosuo, 而“sosuo”的读音会让人自然而然联想到“搜索”, 因此, 该域名最显著的部分为“sm”, 与投诉人的企业字号和商标“神马”高度对应, “smsosuo”又与投诉人的主商标“神马搜索”高度对应。再结合域名本身的特征, 大部分域名均是采取企业字号/商标首字母加上服务内容拼音或首字母而成, 用以指向所有人, 因此, 争议域名“smsosuo.com”极易使消费者产生混淆。

另外, 考虑到投诉人在先注册且主要使用的域名“sm.cn”的显著部分也为 sm, 提供的也是搜索服务, 主页也在明显的位置标注“神马搜索”, 争议域名不仅给消费者直接传递了“神马搜索”的含义, 还在主

页明显位置也标注了“神马搜索”，使得消费者非常容易把争议域名“smsosuo.com”与投诉人的域名“sm.cn”产生混淆误认。

毫无疑问，争议域名的显著部分与投诉人字号和商标高度对应，再结合域名本身的特征以及被投诉人的主观恶意，消费者很容易把争议域名“smsosuo.com”混淆误认为投诉人的域名。

（二）被投诉人对争议域名或其主要部分不享有任何合法权益

被投诉人对争议域名不享有相关的商标权。

根据在中国商标局官方网站上的查询结果，被投诉人并未注册任何“神马”或包含“神马”“神马搜索”“sm”“smsosuo”商标。同时，被投诉人和投诉人之间无任何关联关系，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“神马搜索”商标或字号。因此，被投诉人对争议域名不享有任何商标权。

被投诉人对争议域名不享有姓名权。

被投诉人的名称为 yin hong，显然其不可能就“神马”或“神马搜索”享有相关的姓名权。

综上所述，争议域名完全符合《政策》第 4a(ii)条所规定之情形。

（三）被投诉人对争议域名的注册和使用均具有恶意。

投诉人认为被投诉人的行为完全符合《政策》第 4b(iv)条所规定之情形，应视为恶意注册和使用域名：

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”用于提供搜索服务具有很强的独创性和显著性。

“神马”是投诉人字号和商标，把“神马”用在搜索服务上是投诉人独创的，“神马”和“搜索”并非固定搭配，是投诉人结合提供个性化搜索引擎服务而独创的，“神马搜索”意在向消费者传达投诉人的搜索引擎产品“什么都能搜，什么都搜得到”的良好寓意，神马搜索是专注移动互联网的搜索引擎，已经开发出了 App 搜索、购物搜索、小说搜索三个针对移动搜索刚需的特色功能，此外还在推动语音搜索、图片搜索等功能的创新。而“神马”充分代表了搜索服务的多元化、个性化和不断创新，“神马”不仅本身具有很强的独创性和显著性，通过投诉人长期使用和大量宣传，增强了“神马”的显著性，使得消费者能把“神马”同投诉人提供的服务一一对应起来。而争议域名的注册时间为 2015 年 6 月 5 日，远远晚于“神马”商标在中国的首次申请时间 2013 年 11 月 21 日，这不可能是被投诉人凭空设想或是巧合的选择，只能解释为被投诉人的恶意抄袭并进行抢注。

2. “神马”和“神马搜索”具有很高的知名度。

投诉人有着广泛的知名度和良好商誉，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。在投诉人的“神马”和“神马搜索”具有很高的知名度的情况下，被投诉人将投诉人的企业字号和商标的首字母“sm”结合投诉人的主营服务“sosuo（搜索）”注册成域名，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的“神马”商标和“神马搜索”服务及其域名“sm.cn”的情况下恶意注册了与其混淆性近似的争议域名，并用于提供与投诉人相同的搜索服务，其抢域名的恶意昭然若揭。投诉人请专家组参考 Playboy Enterprises International Limited 诉 Pitts 一案，WIPO 案号：D2006-0675，此案中专家组认定，争议域名注册人在明知自己没有任何合法权利的情况下将他人的著名商标作为域名注册，这一行为本身就可以作为证明其恶意的证据。

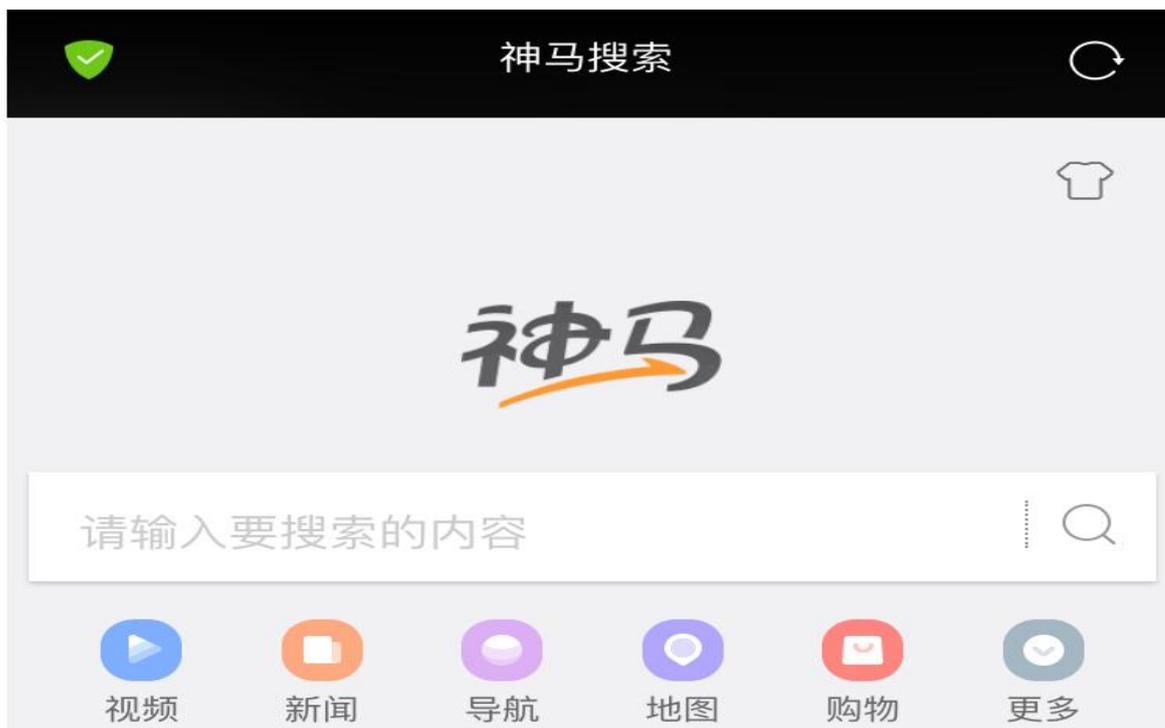
恶意使用

1. “神马”是投诉人的注册商标，通过大量广泛的使用已经排名行业内第二，积累了很高的知名度和美誉度，投诉人的域名为“sm.cn”，

而被投诉人不仅使用极易混淆的“smsosuo.com”域名，而且在域名的网站首页使用了投诉人的“神马”和“神马搜索”商标，被投诉人网站截屏如下：



2. 被投诉人在争议域名网页的首页布局、页面颜色均与投诉人网站近似(布局风格都是上面是商标,中间是搜索栏,下面是导航栏,页面颜色都是在明显位置使用橙色和黑色),投诉人主页截屏如下:



这表明被投诉人不仅知晓投诉人“神马”“神马搜索”商标及其“sm.cn”域名的广泛影响力，更是企图误导公众并吸引互联网用户访问该网站以获得商业利益，恶意非常明显，完全符合《政策》第 4b 条规定的恶意注册和使用域名的情形。

3. 被投诉人利用争议域名网站提供与投诉人相同的搜索服务，显然是想借助投诉人的良好商誉和知名度，使潜在消费者误认争议域

名网站即为投诉人的域名网站，而事实并非如此。被投诉人采取这种“搭便车”的做法本身就足以表明其注册争议域名“是企图故意吸引互联网用户访问其网站或其他在线网址以获得商业利益，方法是使其网站或网址上的产品或服务的来源与投诉人的标记具有相似性从而使他人产生混淆”，被投诉人此种行为违反《政策》相关条款的规定。

综上所述，争议域名的显著部分与投诉人的字号和商标高度对应，与投诉人的主域名的显著部分相同，足以造成混淆，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合法的权益。

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“smsosuo.com”应转移给投诉人。

被投诉人对投诉主张的答辩

在答辩期内被投诉人未提交答辩意见和相关证据材料。

4. 专家意见

根据被投诉人与注册商之间的注册协议，被投诉人同意受《政策》的约束。《政策》适用于本项争议解决程序。

《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)被投诉的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)被投诉人对该域名并不享有权利或合法权益；且

(iii)被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意。

根据第 4(b)条的规定，被投诉人具有如下情形但不限于如下情形的，其行为构成恶意注册或者使用域名：

(i)注册或获取争议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收益；或者，

(ii)注册行为本身表明注册争议域名的目的是为了阻止商品商标或服务商标的所有人以相应的域名反映其商标标志；或者，

(iii)注册域名的主要目的是为了破坏竞争对手的正常业务；或者

(iv)以使用域名的手段，为商业的目的，通过制造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、赞助商、附属者或保证者方面的混淆，故意引诱网络用户访问网站或其他链机地址。

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：

关于完全相同或混淆性相似

现有证据表明：投诉人于2013年7月8日成立，企业名称为“广州神马移动信息科技有限公司”。投诉人是一家专业移动互联网软件技术及应用服务提供商，“神马”是其2015年3月7日在中国获得核准的注册商标。投诉人还利用“神马”的汉语拼音“shengma”的第一个字母的组合形式注册了“sm.cn”域名，建立了网站。投诉人自成立后向公众提供“神马搜索”移动互联网的搜索引擎服务，目前已经占有一定的市场份额。投诉人的“神马搜索”商标申请正在审查核准程序中。

争议域名“smsosuo.com”于2015年6月5日获得注册，从时间上对比，投诉人取得和使用“神马”商业标识的时间、注册“sm.cn”域名、建立了网站的时间、向社会公众提供“神马搜索”移动互联网的搜索引擎服务的时间都早于本案争议域名注册和使用时间。因此投诉人对“神马”商业标识享有在先的商业使用权。

本案争议域名除去代表顶级通用域名的“.com”符号外，域名可识别部分是由“smsosuo”七个字母组合而成，直观的与投诉人的“神马”商业标识相比较虽在形式上有差异，但从被投诉人实际使用的情况分

析，被投诉人在网页上是将“smsosuo”与中文“神马搜索”文字组合在一起并列使用，而且还特别从字体和色彩上突出了“SM”两个字母。这说明“smsosuo”与中文“神马搜索”互为不同形式的同义表达，其中“sm”对应“神马”，是“神马”汉语拼音的第一个字母的组合形式；而“sosuo”对应的是“搜索”，正是投诉人“神马”商业表示所使用的搜索引擎服务领域。因此，专家组确认：被投诉人在使用争议域名“smsosuo.com”时已经实质性地造成与投诉人的商业标识具有混淆性相似，投诉人的投诉满足《政策》第 4(a)条(i)项的条件。

关于被投诉人权利或合法权益

投诉人称：被投诉人对争议域名不享有相关的商标权。被投诉人和投诉人之间无任何关联关系，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“神马搜索”商标或字号。被投诉人的名称为 yin hong，显然其不可能就“神马”或“神马搜索”享有相关的姓名权。

根据域名注册人与注册商之间的注册协议和《政策》的相关规定，被投诉人有义务在被投诉后进行答辩并证明注册、使用争议域名的合法权益。由于被投诉人在答辩期限内未提交答辩意见，也未提交对争议域名享有权利或合法权益的证据，专家组无法做出被投诉人对争议域名享有权利或权益的判断。鉴于被投诉人举证不能，专家组确认：被投诉人对本案争议域名不享有任何权利或合法权益。投诉人的投诉满足《政策》第 4(a)条(ii)项的条件。

关于恶意

专家组根据投诉人提交的证据已经确认争议域名与投诉人享有在先权利的商业标识混淆性相似；被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益。

投诉人认为，“神马”商业标识具有很强的独创性、显著性和知名度。通过投诉人长期使用和大量宣传，使得消费者能把“神马”同投诉人提供的服务一一对应起来。而争议域名的注册时间晚于“神马”商标注册时间，被投诉人是在知晓投诉人的“神马”商标和“神马搜索”服务

及其“sm.cn”域名的情况下恶意将投诉人的企业字号和商标的首字母“sm”结合投诉人的主营服务“sosuo（搜索）”注册成域名，并用于提供与投诉人相同的搜索服务。这不可能是被投诉人凭空设想或是巧合的选择，只能解释为被投诉人的恶意抄袭并进行抢注。

被投诉人在争议域名网页的首页布局、页面颜色均与投诉人网站近似，被投诉人利用争议域名链接的网站提供与投诉人相同的搜索服务，显然是想借助投诉人的良好商誉和知名度，使潜在消费者误认争议域名网站即为投诉人的域名网站。被投诉人采取这种“搭便车”的做法具有恶意，严重侵犯了投诉人合法的权益。被投诉人的行为违反《政策》相关条款的规定。

因被投诉人未对投诉人的上述主张和相关证据表示意见，也未提交反驳证据，专家组认定上述证据证明的事实成立。结合投诉人的投诉和相关证据，专家组进一步对被投诉人注册和使用争议域名的行为是否具有恶意做出如下分析认定：

现有证据显示，被投诉人利用争议域名建立了搜索服务网站，在网站主页上将“smsosuo”与中文“神马搜索”文字组合在一起并列使用，还特别从字体和色彩上突出了“SM”两个字母不仅说明被投诉人完全了解投诉人经营内容、产品类型和商业标识，而且还说明被投诉人有意将“smsosuo”与中文“神马搜索”联系在一起，使相关公众误认为“smsosuo.com”为投诉人的网站。

专家组认为：被投诉人将争议域名与投诉人的商业标识和搜索服务“捆绑”在一起进行引人误解的使用这一事实说明：被投诉人有混淆与投诉人之间的区别，误导相关公众的主观故意，客观上扰乱了正常的市场经济秩序，其目的是利用投诉人的商业标识获取不正当经济利益或破坏竞争对手的正常业务。因此，可以认定被投诉人注册和使用本案争议域名的行为符合《政策》第 4(b) (iv) 条界定的恶意，应该认定投诉人的投诉满足《政策》第 4(a)条 (iii) 项的条件。

5. 裁决

综上所述，专家组认为，本案投诉符合《政策》第 4(a)条规定的三个条件，专家组裁决：将争议域名“smsosuo.com”转移给投诉人广州神马移动信息科技有限公司。

独任专家：



2016 年 10 月 6 日于北京