



Asian Domain Name Dispute Resolution Centre  
beijing

(北京秘书处)

## 专家组裁决

---

案件编号: CN-1400827

投诉人:网之易信息技术(北京)有限公司

被投诉人: HangZhou Jiushang Technology Co. Ltd. (杭州久尚科技有限公司)

争议域名: <paopao.com>

---

### 1. 当事人及争议域名

本案投诉人为网之易信息技术(北京)有限公司, 公司注册地址为北京市海淀区中关村东路1号院清华科技园8号楼启迪科技大厦D座26层。

本案被投诉人为 HangZhou Jiushang Technology Co. Ltd. (杭州久尚科技有限公司), 其地址为杭州市江干区九盛路9号A13幢204室。

本案争议域名为“paopao.com”, 由被投诉人于2001年6月12日通过厦门易名科技有限公司(eName Technology Co., Ltd)获得注册。

### 2. 案件程序

2014年11月27日, 投诉人网之易信息技术(北京)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。

2014年12月2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和域名注册商厦门易名科技有限公司（eName Technology Co., Ltd）发出注册信息确认函，要求其确认注册信息。注册商厦门易名科技有限公司（eName Technology Co., Ltd）于2014年12月2日回复确认：（1）争议域名由其提供注册服务；（2）被投诉人HangZhou Jiushang Technology Co. Ltd.（杭州久尚科技有限公司）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。

2014年12月17日，中心北京秘书处以电子邮件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2014年12月17日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件/邮政快递向被投诉人传送/发送书面投诉通知，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向ICANN及争议域名的注册商厦门易名科技有限公司（eName Technology Co., Ltd）传送程序开始通知。

2015年1月5日，被投诉人向中心北京秘书处提交延期答辩的申请。同日，中心北京秘书处将该申请转给投诉人，并决定将被投诉人答辩期限延长至2015年1月13日。被投诉人于2015年1月13日提交答辩。中心北京秘书处于2015年1月13日向投诉人转递答辩材料。

2015年1月13日，中心北京秘书处向赵云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。2015年1月14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。

2015年1月14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，指定赵云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 2015 年 1 月 14 日）起 14 日内即 2015 年 1 月 28 日前（含 1 月 28 日）就本案争议作出裁决。

2015 年 1 月 21 日，投诉人向中心北京秘书处提交补充意见。该补充意见虽然是在专家组成立之后提交，但还是在专家组做出最终裁决之前提交，没有对案件的裁决过程造成过度、不合理的延误；为全面了解案件背景已做出更为公正的裁决，专家组决定接纳该补充意见，并给予被投诉人合理的时间提交补充答辩意见。2015 年 1 月 25 日，被投诉人向中心北京秘书处提交补充答辩意见。2015 年 1 月 26 日，中心北京秘书处将上述意见转给投诉人。

### 3. 当事人主张

#### A. 投诉人

投诉人的主张如下：

网易公司是中国领先的互联网公司，在门户资讯、在线游戏、电子邮箱、在线教育等诸多领域保持行业领先地位。1997 年 6 月创立以来，凭借先进的技术和优质的服务，网易深受广大网民欢迎，曾两次被中国互联网络信息中心（CNNIC）评选为中国十佳网站之首。在网易公司的运营中，对“泡泡”商标的使用一直延续，该商标已成为网易公司运营中不可分割的重要组成部分。自 2003 年使用以来，投诉人共注册了 6 个“泡泡”商标，分别为：第 3701566 号“泡泡”商标，注册在广告、商业信息、推销、计算机文档管理、计算机数据库信息分类与检索、文字处理等服务上；第 3701564 号“泡泡”商标，注册在电视播放等服务上；第 3701562 号“泡泡”商标，注册在收费图书馆、在线电子书籍和杂志的出版、电子桌面排版、提供在线电子出版物等服务上；第 5052639 号“泡泡”商标，注册在教育信息、组织竞赛、收费图书馆、翻译、游戏、提供娱乐信息等服务上；第 3701570 号“泡泡”商标，注册在软盘、计算机键盘、电脑软件、计算机程序、计算机游戏软件等服务上；第 3701568 号“泡泡”商标，注册在游戏机、玩具、锻炼身体器械、体育活动器械等商品上。可见，投诉人对“泡泡”商标享有广泛的民事权利。

(1) 争议域名与投诉人享有商标权的商标十分近似，容易引起混淆。

(A) 投诉人对“泡泡”享有商标专用权。

投诉人作为网易公司旗下位于北京的法人机构，在诸多类别商品和服务上注册了“泡泡”商标，对“泡泡”商标享有广泛的权利。网易公司将“泡泡”广泛使用于在线娱乐、游戏、邮件管理、文件传输、语音及在线服务等网络服务领域。在网易公司自行研发并长期运营的网络游戏《梦幻西游》中，“泡泡”和“超级泡泡”被作为游戏中神兽的名字。由于神兽拥有众多神奇的能力，深受广大游戏玩家喜爱，截止目前，《梦幻西游》的注册人数已超过 3.1 亿，最高同时在线人数达 271 万。“泡泡”和“超级泡泡”也随着这款游戏的盛行为众多玩家所知晓。网易公司长年运营泡泡游戏平台，内部包含几十款精选游戏，包括广受欢迎的斗地主、升级、拱猪、象棋、五子棋、军旗、飞行棋、麻将等大众化棋牌游戏，深受玩家喜爱。网易公司还开设了“泡泡商城”，以方便游戏玩家购买游戏道具和服饰。通过上述使用行为，“泡泡”与“网易”之间建立起独一无二的联系。这也通过以下的事实得到进一步证明：在百度搜索页面输入“泡泡 游戏”，出现结果的前五项均为网易泡泡产品。

经过网易公司长年的持续使用和宣传，“泡泡”已经为中国消费者所熟知，享有很高的知名度和影响力，并与网易公司建立了密切的联系。正是网易公司的使用行为，使“泡泡”的显著性不断增加，并在消费者心目中建立起“泡泡”与“网易”一一对应的联系。

(B) 被投诉人的域名“paopao.com”与投诉人享有的“泡泡”商标极其相似，很容易引起混淆。

在争议域名“paopao.com”中，“.com”为国际顶级域名后缀，不具备识别作用，主要部分显然是“paopao”，而“paopao”正是投诉人商标的拼音，两者同样存在一一对应的关系。由于投诉人对“泡泡”商标的使用行为，使“泡泡”已脱离其原本含义，成为网易公司的代言词之一。因此，被投诉人对“paopao.com”域名的使用行为极有可能导致消费者误认为该域名与投诉人或投诉人的产品、投诉人的公司有某种关系，并足以导致公众产生混淆。

(2) 被投诉人对该域名并不享有权利或合法权益。

根据投诉人在中国商标局的官方网站 (<http://sbj.saic.gov.cn/sbcx/>) 上对被投诉人名下的商标进行的查询结果, 被投诉人并未就“泡泡”或“paopao”享有任何注册商标专用权; 从被投诉人的企业名称来看, 也看不出与“泡泡”、“paopao”有任何关联或联系; 没有证据证明被投诉人曾经就“paopao”、“泡泡”主张过民事权利; 投诉人也从未授权被投诉人使用“泡泡”商标, 更未授权被投诉人注册争议域名。因此, 投诉人有足够理由相信, 被投诉人对该域名及其主要核心部分不享有任何合法权益。

(3) 被投诉人对该域名的注册、使用具有恶意。

(A) 被投诉人及其法定代表人注册的大量域名均未使用, 且很多域名在销售中, 可见, 被投诉人及其法定代表人均为域名投机者, 其注册行为显而易见地具有恶意。

被投诉人通过对“paopao.com”进行 whois 反查发现, 被投诉人注册了如下域名: maiku.cn、dongfang.cn、695.n、pin.cn、peixun.xn、606.cn、myad.com.cn, 其中 maiku.cn、dongfang.cn、peixun.cn、myad.com.cn。这几个域名均在出售中, 任何人都可以通过点击页面上的“点击这里”提供报价。Whois 反查信息还显示, 被投诉人的法定代表人汪若飞注册了多达 16 个域名, 全部未使用, 且有 9 个域名正在出售, 分别为: qugou.com、weibei.com、meibei.com、wangmao.com、qujiao.com、maiku.com、penren.com、aichebao.com、pingcan.com。

此外, 投诉人在被投诉公司的法定代表人汪若飞的腾讯微博中发现大量贩卖域名的信息, 此类信息占据了其微博发布信息的绝大部分, 发布的内容具体包括“所以说投资域名, 七分经验, 三分运气”、“WanQu.com 玩趣成功出售”、“yangrong.com 羊绒 洋融 域名成功成交 恭喜买家”、“我的小米 xingzuo.cc 刚出”等信息。该微博博主为“汪若飞”, 在博主图片右侧有如下信息: “杭州易特网络 (Yite.Com) 联合创始人, 域名收藏爱好者”, 而在杭州易特网络的网站显示, 杭州久尚科技有限公司正是杭州易特网络的旗下公司, 足以证明该微博博主汪若飞即为被投诉人的法定代表人汪若飞。因此, 投诉人有足够的理由相信: 被投诉人及其法定代表人为域名投

机者，其注册域名的目的并非为自身使用，而是为高价销售，攫取高额利润。

(B) 被投诉人并未实际使用该域名，其注册的目的在于阻碍投诉人对该域名的正当使用行为。

被投诉人对争议域名的核心部分“paopao”不享有任何权益，其注册该域名后也未进行解析使用。由于未有相应的在先权利存在，被投诉人注册域名也不可能具有任何的防御性目的。正因如此，投诉人有理由确信，被投诉人注册该域名的目的是阻碍对该域名的正当使用行为，足以见得被投诉人具有注册该域名的恶意。

(C) 鉴于网易公司及其“泡泡”商标的知名度，被投诉人注册与投诉人商标构成混淆性近似的争议域名显然是出于恶意。

经投诉人的使用，“泡泡”这一词汇已经具有显著性，并与投诉人建立起一一对应的联系。与此同时，被投诉人对“泡泡”、“paopao”并不享有任何合法权益。此外，在www.4399.com、www.07073.com、www.gameg.cn等游戏平台发布的有关汪若飞的采访信息中，汪若飞提到：“杭州久尚科技有限公司是一家专业从事无端网游的自主研发和运营的在线娱乐互联网公司”，“团队的很多成员有着多年的游戏从业经验”，这足以证明被投诉人主营业务的一部分正是投诉人对“泡泡”广泛使用的游戏领域。在采访中，汪若飞还提到网易公司，足以见得其对投诉人这一竞争对手的了解。换言之，鉴于投诉人与被投诉人存在经营领域的重叠，以及投诉人在该领域的知名度，投诉人有足够的理由相信，被投诉人注册与投诉人商标构成混淆性近似的争议域名是出于恶意。由于存在经营业务上的竞争关系，投诉人有足够的理由认为被投诉人注册域名主要是用于破坏竞争对手（即投诉人）的业务。

根据《政策》的规定，并基于上述理由，投诉人请求专家组裁决将本案争议域名转移给投诉人。

投诉人提交的补充意见如下：

(1) 被投诉人的“paopao.com”域名与投诉人之间建立起非常强的对应关系

投诉人享有“泡泡”商标，“泡泡”商标与投诉人之间已经建立起非常强的对应关系。“泡泡”的拼音必然为“paopao”，具有唯一对应性，“paopao.com”域名与“泡泡”商标构成混淆性相似。域名因其构成的特殊性，故其近似的判断规则也具有相应的特殊性，被投诉人以商标领域的近似判断规则用于本案，是错误的。在域名与商标的近似问题上，拼音为商标的重要表现形式，相互对应的拼音构成与商标的混淆性近似，既往的仲裁案例有：香港秘书处审理的 HK-1300565 号案件与 HK-1300522 号中，投诉人分别享有“绿野”、“美赞臣”商标（不享有“lvye”、“meizanchen”商标），最终均通过域名争议解决程序获得了 lvye.com 和 meizanchen.com 域名的转移。根据“WIPO 综述（2.0）”第 3.7 条，域名的注册人转移以更改视为一次新的注册。争议域名 paopao.com 虽早在 2001 年就已注册，但域名历史 WHOIS 信息显示，争议域名于 2013 年之后才通过转移注册人转移给了汪若飞，这个新注册的时间晚于投诉人注册“泡泡”商标的时间，构成对投诉人“泡泡”商标的混淆性相似。

（2）被投诉人对“泡泡”、“paopao”不享有任何权利或合法权益。

被投诉人对“paopao”、“泡泡”均不享有任何合法的商标权、企业名称权或其他相关民事权利，被投诉人对域名“paopao.com”及其主要核心部分不享有任何合法权益。

（3）被投诉人对“paopao.com”域名的注册和使用具有恶意。

被投诉人注册域名并非是为合法使用，而是基于囤积高价转售的扰乱域名注册秩序的目的，依据《政策》第 4.b 条规定，属于恶意注册行为。被投诉人及其法定代表人汪若飞专门从事域名贩卖工作，通过低价收购、高价转让，攫取利润，其行为具有明显的恶意。被投诉人对“paopao.com”域名的注册时间晚于投诉人获得“泡泡”商标注册的时间。基于投诉人“泡泡”商标的知名度、投诉人与被投诉人经营业务在游戏领域的重叠，被投诉人注册与投诉人商标构成混淆性近似的争议域名是出于恶意。被投诉人在投诉书

证据部分中截取了大量汪若飞腾讯微博中关于域名贩卖的信息，目前此信息已经全部删除。

## B. 被投诉人

被投诉人的主张如下：

(1) 争议域名产生时间早于投诉人的商标注册日期，被投诉人对该争议域名享有在先权利

争议域名注册于 2001 年 6 月 12 日，该注册日期明显早于投诉人开发《梦幻西游》的发行日期、泡泡游戏平台发行日期以及注册商标的核准注册日期。根据《中国互联网络域名管理办法》第二十四条规定“域名注册服务遵循‘先申请先注册’原则”，被投诉人享有在先权利。更何况，被投诉人在成功注册争议域名后，从未利用该域名从事任何违法行为，所以应当认定被投诉人对争议域名享有合法权益，应当予以保护。

(2) 争议域名与投诉人享有商标权的商标不相同、不近似，也不会引起混淆。

a. 争议域名与投诉人享有商标权的商标不相同，投诉人对“paopao”并不享有注册商标专用权

投诉人并不是“paopao”商标的所有人，投诉人对“paopao”不享有注册商标转同权，投诉人所提供的证据也无法证明投诉人对“paopao”享有合法权益。因此，本案系争域名“paopao.com”与投诉人所主张的注册商标并不相同，投诉人对此不享有合法权益。

b. 争议域名与投诉人享有商标权的商标并不近似。

从注册商标的相似性审查来看，“paopao”与投诉人所持有的注册商标并不相似：针对投诉人已经注册的“泡泡”、“popo”两种注册商标，被投诉人在中国商标局的官方网站（<http://sbj.saic.gov.cn/sbcx/>）上做了商标的近似查询，查询结果显示“paopao”与“泡泡”或“popo”均不想似，不会发生混淆。

从外观上看，“泡泡”的字形与争议域名的主体部分“paopao”完全不同，单从外观上就能将“paopao”与“泡泡”明显区分，不会发生混淆。从



读音上看，“泡泡”与“paopao”无法一一对应，争议域名的主体部分paopao可以读作跑跑、抛抛、刨刨等读音，而投诉人只是自以为是地认为paopao是“泡泡”的拼音，并且擅自将其一一对应起来。因此有理由认为无论是“泡泡”与“paopao”还是“popo”与“paopao”都不是近似的。

c.争议域名与投诉人享有商标权的商标并不会引起混淆。

从投诉人2005年起至今只注册了“泡泡”商标及“popo”商标却并没有注册“paopao”商标可以看出，投诉人在发起本投诉之前10年的时间里，从没有认为“泡泡”与“paopao”存在一一对应的关系，所以根本没有通过注册商标的方式对“paopao”进行保护。从投诉人在为外指称和宣传来看，投诉人10年来使用的都只是“泡泡”和“popo”，而非“paopao”，中国消费者知悉的“泡泡”对应的字母也只是“泡泡”和“popo”，而非“paopao”，因此“paopao”不会引起公众的混淆。

更何况“paopao.com”域名早在2001年6月12日就已经注册，投诉人不可能不知晓该域名的存在。然而，投诉人在此后至今长达14年的时间里一直没有对“paopao.com”域名提出过任何主张，投诉人的经营也并没有因为该域名的存在而受到任何影响。由此可见：由于争议域名“paopao.com”与投诉人所有的商标、域名、通用网址皆不相同，与投诉人所主张的“泡泡”商标也没有对应关系。另外，商标局在2001年专门制订了《拼音商标与汉字商标近似判定的标准》，可以证明汉字商标与其对应的拼音商标一般不判为近似商标。因此，事实上投诉人的网络推广工作并未因争议域名的存在而受到干扰，更不会引起公众的混淆。

(3)被投诉人对该域名的注册、使用不具有恶意。

《政策》第4(b)条规定了可以作为恶意注册和使用域名的证据。参照该规定可以发现，被投诉人以明显早于投诉人注册商标、发行游戏的日期注册了争议域名，不可能怀有为了破坏投诉人的业务或者为了防止投诉人获得该域名的目的。被投诉人也并未意图通过向投诉人或其竞争对手销售、租赁或转让该域名注册而获得高额利益。自争议域名成功注册以来，被投诉人的所有行为皆不符合《政策》中关于恶意注册或使用的规定，所以不应认为被投诉人恶意注册或恶意使用。

(4) 现有司法判例也认为拼音域名不会对汉字商标构成混淆。

就现有我国的司法判例来看，对于与本案类似情节的计算机网络域名纠纷案，具有管辖权的北京市第一中级人民法院做出的(2009)中民初字第17240号判决书以及北京市第二中级人民法院做出的(2008)二中民初字第15314号判决书，都驳回了商标持有人主张域名侵权的诉讼请求。可见，在我国的法院司法裁判中，都认为拼音域名对汉字商标不构成侵权，拼音域名不会对汉字商标构成混淆。

综上，被投诉人请求专家组裁定驳回投诉人的投诉。

被投诉人提交的补充答辩意见如下：

(1) “泡泡”与“paopao”没有对应关系，也不会构成对投诉人“泡泡”商标的混淆。

a.权威搜索引擎结果显示：“泡泡”与“paopao”并不具有唯一对应性。

通过互联网用户最常用的搜索引擎 [www.baidu.com](http://www.baidu.com) 搜索“paopao”，没有发现任何与投诉人或其“泡泡”商标有关的信息。投诉人所主张的注册商标“泡泡”与“paopao”没有唯一对应性，投诉人所谓的“泡泡”与“paopao”具有唯一对应性的言论不足为信。

b.投诉人在补充意见里所引用的 HK-1300565 号与本案的情况并不相同，不具有参考价值。

在 HK-1300565 号案件中，绿野公司已经注册了 [lvy.com.cn](http://lvy.com.cn)、[lvy.com.cn](http://lvy.com.cn) 以及 [lvy.com.cn](http://lvy.com.cn) 等多个域名，因此，“[lvy.com](http://lvy.com.cn)”域名难免会与绿野公司所持有 [lvy.com.cn](http://lvy.com.cn)、[lvy.com.cn](http://lvy.com.cn) 以及 [lvy.com.cn](http://lvy.com.cn) 等导致混淆。

然而在本案中，投诉人并没有任何与系争域名主体一致的域名，反而注册“popo”商标并使用“[popo.163.com](http://popo.163.com)”提供服务，使公众已经将“泡泡”与“popo”建立了一一对应关系。互联网用户在看到“泡泡”时自然会联想到投诉人使用的“popo”，反之亦然。

因此，在这一关键问题上，HK-1300565 号案与本案具有本质区别，HK-1300565 号案不具有参考价值。

c. 投诉人在补充意见里所引用的 HK-1300552 号与本案的情况并不相同，不具有参考价值。

在 HK-1300552 号案件中，投诉人并没有就“美赞成”注册对应的拼音域名，因此，被投诉人所持有“meizancheng”全拼的拼音域名难免会导致混淆。

然而在本案中，投诉人已经针对了其所有的“泡泡”商标注册了“popo”商标与并使用“popogame.163.com”提供服务，正如前文所述，使公众已经将“泡泡”与“popo”建立了一一对应关系。

因此，在这一关键问题上，HK-1300552 号案与本案也具有本质区别，HK-1300552 号案不具有参考价值。

d. 投诉人自己的行为也让公众认为泡泡与“popo”是一一对应的，与“paopao”没有对应关系。

从投诉人第一次注册“泡泡”商标直至今，已经经过约 10 年的时间。在此期间内，投诉人从未注册过“paopao”的商标，反而注册了“popo”的商标，甚至在投诉人举证泡泡享有广大知名度时所引证的泡泡游戏平台，该域名的主体部分也是“popo”而非“paopao”。由此可见，投诉人本身也不认为“泡泡”对应的是“paopao”。相关公众在认识、了解、选择、使用投诉人所提供的服务时，自然而然会将“泡泡”与“popo”一一对应，而不会将“paopao”与投诉人建立起对应关系，不会产生混淆。

综上所述，“泡泡”与“paopao”没有对应关系，也不会构成对投诉人“泡泡”商标的混淆。

(2) 被投诉人对“paopao.com”当然享有合法利益，已在之前的答辩意见中阐述，此处不再赘述。

(3) 被投诉人在系争域名的注册以及使用过程中不具有恶意。

a. 被投诉人在购得系争域名后并没有出售，更没有以此来获得高额利润。

投诉人在本案举证过程中，不仅没有专注于系争域名，反而围绕被投诉人的案外行为进行了大量举证，企图混淆，而且在其所提交的证据中，并没有举证出任何被投诉人出售“paopao.com”域名的事实。

而事实上，被投诉人也没有出售“paopao.com”域名的企图，投诉人在没有任何证据证明的情况下，恶意中伤，实在难说有理有据。因此，投诉人有关被投诉人收购“paopao.com”域名是为了高价出售的言论不足为信。

b.被投诉人没有利用系争域名来误导公众。

被投诉人在购得系争域名后，并没有利用该域名建立与投诉人所有网站类似的网站，来试图误导公众，让公众误认为系争域名也是与投诉人相关的网站。

#### 4.专家组意见

根据《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权益；且

(iii) 被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意。

投诉人在案件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

投诉人是一家中国的互联网公司，在门户资讯、网络游戏、电子信箱服务等诸多方面提供网络服务。投诉人提交的证据显示，投诉人就“泡泡”标志于2005年4月21日在中国成功获得商标注册，获得商标保护。因此，专家组认定，投诉人对“泡泡”商标享有使用权，享有受中国法律保护的合法权益。相关商标获得注册的时间早于亦或晚于争议域名的注册时间并不影响专家组就投诉人对“泡泡”标志享有注册商标权这一事实的认定；有关注册时间方面的事实则是判断“恶意”存在与否的重要考量因素之一。因此，投诉人对于“泡泡”标志拥有不可质疑的注册商标权利。

在满足有关权利的基础上，专家组进一步探究争议域名与投诉人的“泡泡”商标的相同或近似性。

争议域名“paopao.com”中除去表示通用顶级域名的“.com”，其主要识别部分为“paopao”。正如投诉人在补充意见中提及，毋庸置疑，中文商标“泡泡”的拼音形式与争议域名的主要识别部分“paopao”完全相同。应该说，从形体上进行比较，这两者是完全不一样的。但是该主要识别部分与注册商标“泡泡”的相似性如何，需要考虑多项因素；除了形体组成之外，还有发音及其组合、排他性等因素的考量。诚如投诉人在补充意见中提及的，拼音为商标的重要表现形式。但是，至于拼音形式与商标是否构成混淆性近似，不仅在于两者之间的对应性，这种对应性最关键的还在于两者之间的“唯一”对应性。

因此，专家组在此需要考量的问题是，争议域名的主要识别部分“paopao”是否肯定对应的就是中文商标“泡泡”，而非任何其他词汇的组合。专家组认为，“paopao”与“泡泡”并不存在唯一的对应关系；“paopao”可以有多种读音方式，也可以理解为“抛抛”、“刨刨”、“跑跑”、“炮炮”等等，相关公众见到“paopao”时，并不会必然地在“paopao”与投诉人及其注册商标“泡泡”之间建立唯一的对应关系。

被投诉人提交的补充证据也引证以上的分析结论。在“百度”的搜索平台上键入“paopao”一词，可以获得大量有关“跑跑卡丁车”的搜索结果。由此可见，“paopao”一词对应的不仅仅是“泡泡”，而且可以是“跑跑”。

被投诉人提交的证据还显示，投诉人在对外宣传“泡泡”商标及其提供的网络游戏等服务方面使用的英文/拼音对应词为“popo”，而并未出现“paopao”。这些证据包括投诉人《梦幻西游》的主页（<http://xyq.163.com>）、泡泡游戏平台的主页（<http://popogame.163.com>）以及网易pop的主页（<http://popo.163.com/index.jsp>）等。投诉人在补充意见中未否认此事实或对该事实进行辩驳。这些证据虽然不能直接说明投诉人就是使用“popo”来对应其中文商标“泡泡”，但是“popo”（而非“paopao”）在与“泡

泡”相关的网页上使用这一事实，一定程度上减弱了“泡泡”与“paopao”两者之间的唯一对应性。

根据以上分析，专家组认为，投诉人的投诉未能满足《政策》第4(a)条中的第一项条件，即被投诉人的域名与投诉人享有民事权益的商标未构成相同或混淆性相似。由于投诉人必须证明《政策》第4(a)条中的三项条件全部成立，其请求才能得到支持。而本案第一项条件不能成立，所以投诉人的投诉未能成立。因此，专家组对其他两个条件成立与否的审查已无必要。基于此，专家组对于投诉人的请求不予支持。

## 5. 裁决

基于上述案件事实和理由，本案专家组裁决：驳回投诉人有关要求将争议域名转移给投诉人的投诉请求。

独任专家：



二零一五年一月二十六日