



## 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-0800210
Case ID	CN-0800228
Disputed Domain Name	www.google-china.com
Case Administrator	lvyang
Submitted By	Anthony Wu
Participated Panelist	
Date of Decision	19-12-2008

### The Parties Information

<b>Claimant</b>	科高公司 Google Inc
<b>Respondent</b>	pan zhong

### Procedural History

本案的投诉人是科高公司（英文名：Google Inc.，商业中文名：谷歌公司）。地址是美国加利福尼亚山景城半圆剧场大道1600号(1600 Amphitheatre, Parkway, Mountain View, CA, the United States of America)。投诉人授权代表是刘元月、查建海。地址是北京市朝阳区朝外大街16号中国人寿大厦702室北京刘元和君知识产权代理有限公司。

被投诉人是pan zhong。地址是nanjing Jiangsu 210005。

本案的争议域名是“google-china.com”。争议域名的注册商是BIZCN.COM, INC.。地址是厦门软件园盛世大厦1-4楼（软件技术服务大楼裙楼）。

亚洲域名争议解决中心北京秘书处（“中心北京秘书处”）于2008年9月10日收到投诉人根据互联网名称与数码分配联合会（ICANN）实施的《统一域名争议解决政策》（《政策》）、《统一域名争议解决政策之规则》（《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》（《补充规则》）提交的投诉书，要求指定三位专家组成专家组，审理本案域名争议。

2008年9月12日，中心北京秘书向投诉人发出电子邮件确认接收投诉书，并且请注册商BIZCN.COM, INC.确认注册信息。同日，注册商对相关注册信息进行了确认。

2008年10月7日，中心北京秘书处向被投诉人发出封面转递通知，将投诉书转发给被投诉人。

2008年10月16日，中心北京秘书处向被投诉人发出程序开始通知，送达投诉书及附件材料，并说明被投诉人应当按照《规则》及《补充规则》的要求提交答辩书。同时，中心北京秘书处向投诉人发出投诉书确认及送达通知；并向ICANN和注册商发出程序开始通知。

中心北京秘书处未在规定的时间内收到被投诉人提交的答辩书及其它证据材料。2008年11月6日，中心北京秘书处向双方当事人发出缺席审理通知。

2008年11月10日，中心北京秘书处根据投诉人的选择，以电子邮件向候选专家吴能明先生(Mr. Anthony Wu)、唐广良先生、郭寿康先生发送通知，并请专家确认：是否接受指定，作为本案专家审理案件；如果接受指定，能否在当事人间保持独立公正。候选专家均表示同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2008年12月2日，中心北京秘书处以电子邮件向双方当事人以及上述拟定专家传送专家指定通知，确定指定唐广良先生、郭寿康先生为本案专家，吴能明先生(Mr. Anthony Wu)为本案首席专家，成立三人专家组审理本案。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。按照《规则》第6（f）条和第15（b）规定，专家组需要在2008年12月16日之前（含12月16日）将裁决告知中心北京秘书处。

专家组认为，其组成符合《政策》和《规则》的规定，并根据《规则》第11（a）条的规定，以及投诉人提交投诉书所使用的语言，决定采用中文作为本案程序语言。

### Factual Background

## For Claimant

Google是投诉人谷歌公司（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。“Google”还被中国国家工商行政管理总局认定为驰名商标。

## For Respondent

本案被投诉人为pan zhong，于2005年11月16日注册了本案争议域名“google-china.com”。

## Parties' Contentions

### Claimant

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。

（1）投诉人在全球互联网领域拥有巨大影响力

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。

（2）投诉人在中国也具有相当高的知名度

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广告网络…”。

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。

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。

（3）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

Brandchannel和《商业周刊》中文版的品牌排名：

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。

据《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。

在《商业周刊》杂志2008年第9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20位，品牌价值上升至178亿美元，比2006年上升了44%，再次成为当年品牌价值增幅最大的品牌。正如排榜点评所

说，随着Google进军搜索业务以外的领域（如在线广告），其实力正日益增强。

投诉人Google商标全球注册：

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。

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商标还被中国国家工商行政管理总局认定为驰名商标。

可见，在中国，投诉人对于Google名称依中国《商标法》享有在先的商标权，依《保护工业产权巴黎公约》第八条规定享有在先的商号权。所以，投诉人对Google一词在中国享有合法的在先民事权利。

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。

## Respondent

(1) 被投诉人（域名持有人）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google-china.com。其中，“.com”部分是通用顶级域名，不具有显著性，因此“google-china”是争议域名的识别部分。“google”是投诉人独创的词汇，无任何字典含义，而“google-china”通常被理解为“google中国”。争议域名会被认为系投诉人为中国区域设立或者由投诉人中国区分部所设立。因此，争议域名的识别部分“google-china”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。

(2) 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“pan zhong”，与争议域名的可识别部分“google-china”无任何关联性，被投诉人对“google-china”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“google-china”的权利。

(3) 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

A.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，并被中国国家工商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。

B.被投诉人对争议域名的使用具有恶意，其具体理由如下：

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“GOOGLE中国（南京网站推广）”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的中国区域子公司所设立，或者由投诉人为中国区域专门设立，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。

综上，投诉人请求本案专家组裁决将争议域名转移给投诉人。

被投诉人：

被投诉人没有提出任何答辩论。

## Findings

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) 被投诉人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。

## Identical / Confusingly Similar

专家组认为，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。同时，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。专家组接纳投诉人对Google商标或者商号享有权利。

专家组接纳投诉人主张，“google”是投诉人独创的词汇，无任何字典含义，而“google-china”通常被理解为“google中国”。争议域名会被认为系投诉人为中国区域设立或者由投诉人中国区分部所设立。因此，争议域名的识别部分“google-china”与投诉人享有极高知名度的Google在先商号和商标构成混淆性近似。

专家组认为，投诉满足《政策》第4(a)(i)条规定的条件。

## Rights and Legitimate Interests

按照《政策》第4(a)(ii)条规定，专家组需要认定的第二个争议事实是，被投诉人是否对争议域名享有权利或合法利益。

专家组认为，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。投诉人的Google商标亦已在众多国家/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。投诉人注册“google”为商标的时间远远早于被投诉人注册争议域名的时间。例如，在中国，“google”是于2000年注册的。被投诉人是在于2005年11月16日才注册争议域名。专家组亦接纳，投诉人亦从未授权被投诉人以任何形式使用“google”。投诉人经已举证表面证明被投诉人对争议域名并未有权利或合法利益。在这情形下，举证责任转移到被投诉人。因为被投诉人并未有作出任何答辩，没有证据表明被投诉人就争议域名享有合法权益。据此，专家组认为，投诉满足《政策》第4(a)(ii)条规定的条件。

## Bad Faith

根据《政策》第4(a)(iii)条规定，投诉人需要证明的第三个争议事实是，被投诉人注册和使用域名具有恶意。

根据《政策》第4(b)条规定如下：

“针对第4(a)(iii)条，尤其是如下情形但并不限于如下情形，如经专家组发现确实存在，则构成恶意注册和使用域名的证据：

- (i) 该情形表明，你方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；或者，
- (ii) 你方注册行为本身即表明，你方注册该域名的目的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者；或者，
- (iii) 你方注册域名的主要目的是为了破坏竞争对手的正常业务者；或者，
- (iv) 以使用域名的手段，为商业利益目的，你方通过制造你方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你方网站或其它联机地址者。”

投诉人在投诉书中并未有注明是根据第4(b)条哪一项情形作出举证。根据投诉人的主张，专家组相信投诉人是根据第(iv)项提出举证。

专家组接纳投诉人主张，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“GOOGLE中国（南京网站推广）”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的中国区域子公司所设立，或者由投诉人为中国区域专门设立，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。从投诉人提供的争议域名网站打印件显示，争议域名明显被用于商业性活动。网站提及网络营销，联系我们，等等。

投诉人经已举证证明投诉符合第4(b)条第(iv)项的情形，有关争议域名的注册及使用是具有恶意的。专家组认为投诉已经符合《政策》第4(a)(iii)的要求。

## Status

www.google-china.com

Domain Name Transfer

## Decision

综上所述，专家组认定，投诉人已经满足《政策》第4(a)条所规定的三个条件。

在投诉书中第9段，投诉人寻求本案专家组将被投诉的域名“google-china.com”转移给投诉人。在考虑投诉人要求后，专家组依据《政策》第4(i)条，裁决争议域名“google-china.com”转移给投诉人。

Back

Print