

亚洲域名争议解决中心
北京秘书处
行政专家组裁决
案件编号: CN-1000398

投诉人: 新蛋公司 (NEWEGG INC.)
被投诉人: 张美燕
争议域名: newgg.com
注册商: 厦门易名网络科技有限公司

1、案件程序

2010年11月8日,投诉人根据互联网名称与数字地址分配公司(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》)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”)提交投诉书,要求成立一人专家组,审理本案争议。

2010年11月11日,中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉确认通知,确认已收到投诉书。同日,中心北京秘书处以电子邮件向本案争议域名注册商厦门易名网络科技有限公司和ICANN传送注册信息确认函,请求提供争议域名的注册信息。

2010年11月16日,注册商回复确认争议域名系在该公司注册,注册人为本案被投诉人。

2010年12月20日,中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传送投诉传递通知,并转去投诉书。

2010年12月23日,中心北京秘书处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及其附件材料,要求被投诉人按照规定的期限提交答辩。同日,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，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 2010 年 12 月 23 日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件向争议域名的注册商和 ICANN 传送程序开始通知。

被投诉人未在规定的期限内向中心北京秘书处提交答辩书及相关证据材料。2011 年 1 月 15 日，中心北京秘书处向投诉人和被投诉人传送缺席审理通知。

由于投诉人选择一人专家组审理本案，被投诉人未就此发表意见，根据有关规定，本案应指定一名专家，成立一人专家组审理本案。2011 年 1 月 18 日，中心北京秘书处以电子邮件向迟少杰先生传送列为候选专家通知，并请候选专家确认是否接受指定，作为本案专家审理案件，以及如果接受指定，能否在当事人间保持独立公正。2011 年 1 月 20 日，迟少杰先生回复邮件表示同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2011 年 1 月 26 日，中心北京秘书处以电子邮件通知双方当事人，确认指定迟少杰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》的规定，专家组应于成立之日起 14 日内即 2011 年 2 月 9 日之前（含 9 日）就本案争议作出裁决。

2、基本事实

投诉人：

本案投诉人为新蛋公司，住所地为美国加利福尼亚州 91745 工业城盖尔大街 E16839。本案中，投诉人授权的代理人为北京安伦律师事务所的安晓地。

被投诉人：

本案被投诉人为张美燕，住所地为江西南昌 526314。被投诉人于 2008 年 8 月 24 日通过注册商厦门易名网络科技有限公司注册了争议域名“newgg.com”。

3、当事人主张

投诉人主张：

(1) 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

A. 投诉人对“NEWEGG”一词享有商标权和商号权

投诉人对下列商标享有商标专用权及其相关服务：“newegg.com 及图”注册号：3909870，核定服务项目：网上推销硬件产品及电子耗材（替他人）；“NEWEGG”注册号：6364655，核定服务项目：在线推销（替他人）。

投诉人于 2001 年成立；总部位于美国南加州；创办了美国新蛋网 www.newegg.com，并申请注册了域名“newegg.com”。美国新蛋网是目前领先的电脑，消费电子，通讯产品的网上超市，为超过 1200 万注册用户提供了产品与专业服务，销售商品种类高达 43,000 种，是全美规模最大 IT 数码类网上零售商，也是全美客户满意度第一网上零售商。目前已成为美国 10 大网络销售商之一，2008 年销售额达 20 亿美元。投诉人在全球有超过 1800 位员工，平均每天有超过 4 万个订单，99% 的核准订单会在 24 小时内寄出，在美国的三个州（加州，田纳西，新泽西）有 3 个仓库，线上可供选择的商品超过 18,000 个 SKUs，www.newegg.com 的日均访问量约 150 万，经过投诉人的不懈努力，美国新蛋网已经获得了多方赞誉。

投诉人进入中国市场后，业务得到很快发展。新蛋中国包括太文信息技术（上海）有限公司（即新蛋上海），新蛋科技（成都）有限公司（即新蛋成都）和中国新蛋网。新蛋成都和新蛋上海汇集了两地优势，在业务上相互独立又互为补充，为新蛋集团提供软件研发、产品管理、市场研究、网站设计、客户服务、帐务处理等全方位的集成服务。中国新蛋网 (www.newegg.com.cn) 是依托美国新蛋网而创立的新一代专业电子商务消费服务网站，总部设在上海并在 8 个主要城市设有运营中心，经营范围覆盖中国主要地区。中国新蛋网利用强大的全球化集约采购优势、丰富的电子商务管理服务经验和最先进的互联网技术为客户提供最新最好的电脑配件、数码产品和时尚用品。中国新蛋网的销售不断得到提升，预计在中国的销售将是新蛋整体增长的主要动力。2008 年，中国新蛋网收入为 3130

万美元，在 2009 年上半年，中国新蛋网运营收入为 5410 万美元。在 2010 年 5 月 25 日召开的 2010 中国新媒体创新大会上，由新传媒产业联盟和大会组委会倾力打造的年度中国新媒体创新榜揭晓，中国新蛋网荣膺 2010 中国最具影响力电子商务 B2C 网站。新蛋中国秉持在电子商务领域提供最专业咨询和服务的目标，在新蛋集团中担任重要角色。

投诉人非常注重对其商号和商标的保护。投诉人在中国大陆、台湾、美国、澳大利亚、加拿大、菲律宾申请和注册了大量的商标为其知识产权提供尽可能完备的保护。同时投诉人还将“newegg”注册成各种后缀的域名用于其商业服务或进行保护，其中“newegg.com”是其最早和最重要的域名，而“newegg.com.cn”则是投诉人在中国推广的最直接的本地化网站。

B. 争议域名与“NEWEGG”构成混淆性近似

争议域名的主体为“newgg”，与投诉人的注册商标和商号的区分仅在于一个字母“e”。其整体视觉效果和“newegg”非常相似。域名的特殊性也会放大这种近似，因为域名一般只在浏览器的地址栏或在搜索引擎的结果中使用，其字体不会很大，普通消费者在输入域名或搜索网页时，如不细心观察，将很可能将“newgg.com”当做“newegg.com”。因此争议域名与投诉人享有合法权益的商标和商号构成了混淆性近似。

(2) 被投诉人对争议域名并不享有权利或合法利益

根据投诉人在互联网和中国商标局数据库的查询结果，被投诉人名下并无任何与争议域名相关的权利。

(3) 被投诉人对争议域名的注册和使用具有恶意

投诉人在中国投入了大量人力物力对其品牌和服务进行推广，现已成为在中国知名的网上购物场所，以快速、可靠及高性价比闻名。在最常用的搜索引擎谷歌和百度中检索“新蛋”二字，能够得到数以千万计的搜索结果。很多媒体也对投诉人保持了极大的关注。投诉人已经在中国获得了相当高的知名度。被投诉人正是因为试图利用投诉人的知名度来获取不当利益才会注册了争议域名。而且“newgg”本身并非固有英文词汇，无任何实际含义，被投诉人却将其注册为域名，其恶意注册、待价而沽的企图可见一斑。被投诉人注册了争议域名后，仅仅是将其解析至一空壳页面（上面甚

至还有乱码),以证明其已“使用”了争议域名。但是实际上点击页面中的链接并不能得到任何实质内容。此种使用方式显示了被投诉人心虚的一面,如果需要正常使用该域名,何需将其解析至这样一个页面?另一方面也证明被投诉人是明显知晓其注册的域名会侵犯他人权益,所以才会试图通过这种方式来规避侵权。由于争议域名与投诉人享有合法权益的商号和商标的混淆性近似,无论被投诉人将来时自用还是将其转让给投诉人的竞争对手,都可能会误导消费者。由于投诉人是做网上购物业务的,第三人也可能使用争议域名从事网络欺诈活动,严重威胁了相关消费者的利益。

综上所述,被投诉人将与投诉人享有合法权益的商标构成混淆性近似的标识注册为域名,而自己却未拥有任何合法权益,是具有恶意的行为。因此,争议域名应当被转移给投诉人。

被投诉人辩称:

被投诉人没有在规定期限内提交答辩书及其证据材料。

4、专家意见

本案专家组对审理域名争议法律性质的理解是,审理域名争议的程序,有别于诉讼、仲裁及一般意义上的行政程序;应为域名注册整体程序的组成部分。当事人注册域名的,只要提交规定的形式文件,即可注册。但当事人注册时必须接受的条件之一是;一旦他人对域名注册提出投诉,由域名注册主管机构授权的域名争议解决机构,组成专家组审理并决定争议域名的归属;并对争议当事人及注册商应产生相应效力。域名争议解决机构组成专家组审理域名争议,主要以域名主管机构制定的实体判定标准(尤其是《政策》项下相关实体规定)为依据,基于双方所提相互对抗的主张及证据,判断、认定由哪一方当事人持有争议域名,更加公平合理,并更加有利于维护网络运行正常秩序,更加有利于保护网络使用者的合法权益。

专家组审理认定域名争议的基础,是双方就争议焦点充分阐述各自意见并提交相应证据,以使专家组从不同角度审视、判断、认定相关争议事实;并居于双方截然对立之中间立场,就双方相互对立之主张或抗辩,充分阐述意见。本案被投诉人没有针对投诉人提出的事实及法律主张,发表

任何不同意见；进而使专家组失去更加清楚认定事实的基础。为此，专家组只能基于审理域名争议的经验及职业判断能力，对投诉人提出的事实及法律主张做出判断。如此条件下，即使专家组认定的法律事实与客观事实有差异，也应由被投诉人对此承担不利后果。因为，针对投诉人主张提出抗辩，不仅是被投诉人享有的程序权利，也是其应当履行的程序义务。

根据被投诉人与注册商之间的注册协议，被投诉人在申请注册域名时，同意受《政策》的约束。因此，《政策》项下相应规定，应作为判定本实体争议的标准。《政策》第4条规定了“强制性域名争议解决程序”，以及“判定实体争议的标准”。根据《政策》第4条第a款规定，投诉获得专家组支持的前提是，投诉人必须同时证明以下三个条件均已满足：

(i) 被投诉人注册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。

投诉人就投诉是否具备《政策》规定的三个条件，发表详细意见，并提交相应证据支持其主张。专家组仔细分析投诉人主张及证据，认为在无被投诉人抗辩及相反证据情况下，没有理由不依据申请人提交的证据，认定其主张的相关事实；并就此阐述如下观点：

关于完全相同或混淆性相似

依据《政策》第4条第a款第(i)项规定，投诉人首先需要证明的是，被投诉人注册的争议域名，与投诉人享有权利的商品商标或服务商标相同，或者具有足以造成他人混淆的近似性。根据对该条规定的理解，投诉人只要证明前述“相同”或“混淆性近似”二者之一，即满足《政策》规定的该项条件。投诉人针对争议域名提出“享有权利的客体”，包括“注册商标”、“商号”。鉴于《政策》第4条第a款第(i)项规定，专家组谈论“相同或混淆性近似”问题时，仅针对投诉人主张的前述客体中的“注册商标”发表意见。投诉人列出在全球范围内注册的多个以“newegg”为显著标识的注册商标，并提交在中国注册相应商标的证据。本案争议域名主要识别部分为“newgg”。二者不完全相同。故，专家组需要判断的是，二者是否近似且足以造成混淆。专

专家组基于下述理由，认为答案应当是肯定的。

(1) 一般情况下，域名首先对网络使用者产生“视觉”感应。以“西洋文字”为主要识别部分的域名，对不懂该类文字的网络使用者更加如此。投诉人在华注册商标中有“newegg.com+图”。如将该商标中的“newgg.com”和争议域名“newegg.com”并列，多数人的第一“视觉感应”恐怕会是“二者相同”。即使是那些第一眼就看出前者少了个“e”的少数人，也会理解那些第一眼误认为“二者相同”的多数人，没有仔细逐字母加以比较。这应当反映二者所具有的高混淆近似度。如以争议域名主要识别部分“newgg”与投诉人注册商标中的显著标识“newegg”相比，出现前述情况的概率，也是极高的。

(2) 从一般人的思维角度分析问题，即使那些第一眼就看出二者之间“e”之差的人，会对争议域名产生什么更具可能性的认识呢？专家组的感受是，恐怕其中多数人会认为，“newegg”权利人注册域名时，可能“遗漏”了“e”字。对于那些熟悉投诉人和“newegg.com”网站的消费者而言，产生如此认识的可能性更高。再退一步讲，即便网络使用者可以分清“newegg.com”和“newgg.com”是不同人持有的域名，产生二者之间是否存在关联性的联想，也是很自然的。

(3) 被投诉人是自然人，且从其姓名判断，似乎与“西洋文字”没有历史、文化或商业上的渊源（至少专家组想象不出如此渊源）。如从英文角度分析争议域名主要识别部分，“new”应当具有一定意思。但“gg”究竟何义，又与被投诉人有什么联系，恐怕一般人无法回答。但如将“newgg”与投诉人注册商标中的显著部分“newegg”放在一起，认为前者模仿后者的人会有很多。简单理由是，如将“newfg”与“newegg”相比，二者之间的差异就明显得多；从而使人认为前者模仿后者的概率，大大降低。

(4) 需要强调的是，根据对《政策》第4条第a款第(i)项的理解，就“混淆性近似”而言，专家组只需认定“可能性”即可；而非要求投诉人证明“已经发生混淆”的事实。对于如此“可能性”的判断，当然是专家组基于客观事实（如对争议域名与投诉人商标比较）产生的主观认识。专家组产生主观认识的基本逻辑思维是，投诉人与“newegg”文字有着很强的文化及商业渊源，且经过多年市场经营运作，在相关领域具有较高知名度。如此状态

下，作为自然人的被投诉人注册争议域名，很难被理解为出自于“偶然”。就是说，被投诉人注册争议域名具有明显的主观动机；即企图利用投诉人知名度获取不当利益。既然是“企图利用投诉人知名度”，那么如果争议域名具有“不足以导致混淆”的效果（如 newfg），则被投诉人“企图利用投诉人知名度”的主观动机，就与“动机”一致的“效果”。换言之，只要出于“企图利用投诉人知名度”的“动机”注册争议域名，它就不可能明显区别于投诉人“享有权利的商标”。

基于上述思维，专家组认定，争议域名“newgg.com”或其主要识别部分“newgg”，与投诉人享有权利的商标“newegg.com”或其显著部分“newegg”，具有足以导致网络使用者混淆的近似性；并进而认定，投诉满足《政策》第4条第a款第(i)项规定条件。

关于被投诉人权利或合法权益

按照《政策》第4条第a款第(ii)项规定，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权益。从《政策》相关规定措辞角度看，似乎应由投诉人承担举证责任，证明被投诉人不对争议域名或其主要识别部分“享有权利或合法权益”。投诉人主张自成立伊始就创造并使用“newegg”作为商号和商标，并将其在全球范围内（包括中国）注册商标；而被投诉人不能证明对该文字享有任何权益；所以被投诉人不对与“newegg”近似的“newgg”享有合法权益。一般而言，提出否定主张的当事人，难于就自己主张不存在的事实举证。因此，专家组更加关注被投诉人是否主张并能证明，对争议域名或其主要识别部分享有权利或合法权益。《政策》第4条第c款规定了被投诉人证明自己对争议域名拥有权利或合法权益的若干情形；并赋予被投诉人在域名争议解决程序中主张如此情形的机会。然而，被投诉人经符合程序的送达后，没有针对投诉人提出的事实及法律主张，提出任何抗辩。就是说，被投诉人没有主张对争议域名或其主要识别部分享有“权利或合法权益”。如此状态下，专家组无论如何不可能认定被投诉人对争议域名或其主要识别部分享有“权利或合法权益”的事实。

尽管如此，专家组从对投诉人主张进行分析的角度，再度考虑被投诉

人是否有可能对争议域名享有任何权益。投诉人主张并以相应证据证明，自己对争议域名或其主要识别部分享有在先权利和合法利益。投诉人证据证明其以“newegg”为商号成立公司，并将其广泛注册为商标，并大量用于商业活动，且因此在相关领域具有较高知名度的事实。在无任何针对前述的相反主张及证据，且专家组也无法从逻辑分析上得出相反结论情况下，专家组认定，对争议域名或其主要识别部分“享有权利或合法利益”的，是投诉人而非被投诉人；并进而认定，投诉满足《政策》第4条第a款第(ii)项规定的第二个条件。

关于恶意

根据《政策》第4条第a款规定，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。投诉人主张，被投诉人注册争议域名具有误导消费者混淆的明显恶意；且以将其“解析至一空壳页面”的方式“使用争议域名”。被投诉人没有针对投诉人指控提出任何反驳意见。从《政策》相应规定措辞角度讲，应由投诉人证明被投诉人注册和使用争议域名具有恶意。投诉人提交若干证据，旨在支持其主张。专家组依据下述理由，支持投诉人主张。

(1) 专家组已阐明“混淆性近似之‘效果’”与“注册域名之‘动机’”之间的必然联系。如从“善意”思维角度考虑问题，当事人注册域名首先应当考虑的是，如何使网络使用者通过域名，易于在互联网上找到自己。为此，注册争议域名应体现自己在“现实世界”中为人所知名称的显著元素。被投诉人注册的域名，显然不具备如此元素。因为，作为自然人的被投诉人没有主张并证明，注册争议域名是出于何种商业、公益或其他考虑；

专家组也看不出被投诉人与“newgg”有任何可能的联系，或其注册争议域名具有至少在逻辑上合理的理由。如果注册域名非但不体现自己的显著元素，反而极易与他人享有权利或合法利益的标志混淆，那么如此事实无论如何难以体现被投诉人“注册域名是出于‘善意’而非‘恶意’”。就是说，如此注册行为自身，即证明其“注册恶意”的事实。

(2) 一般而言，注册域名是为使用域名，包括注册人自行或许可他人正常使用或合理转让等行为。从“动机与效果一致性”角度分析，如果被投诉

人注册争议域名不具有“恶意”，那么他应当具有与该“动机”相一致的“善意”使用争议域名的行为。就本案而言，投诉人主张并以证据证明，被投诉人使用争议域名的方式，明显不正常。被投诉人未对此提出相反抗辩，也未提交相反证据。专家组就此产生的逻辑思维是，如果当事人注册域名具有恶意，又以“非正常方式”使用该域名，那么，与前述“使用”相一致的“动机”，难以被认为是“善意”而非“恶意”。

(3)《政策》第4条第(b)款规定：“……，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：……；(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标和服务标记的所有人以相应的域名反映其上述标识者；……；或者，(iv)以使用域名的手段，为了商业利益目的，你方通过制造你方网站/网址或网站/网址上所出售的商品或者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者其他联机地址者。”如仔细分析前述规定的表述，其中既涉及主动的“恶意使用”，又包含被动的“恶意使用（不使用）”。如此规定完全符合“动机’与‘效果’一致性”原则。因为，只要一个行为发生，必然存在驱使该行为发生的“动机”。被投诉人既然注册争议域名，必定受某种“动机”驱使。投诉人主张，被投诉人注册争议域名的一个副作用是，投诉人不能注册相同域名；而被投诉人使用争议域名的方式，则表明其企图误导网络使用者的明显意图。专家组认为，投诉人主张的事实，符合前述规定情形。简单理由是，被投诉人注册了争议域名，投诉人自然不能再注册相同域名。即便被投诉人以“非正常方式”使用争议域名，网络用户也很可能被误导而访问使用争议域名的网站；只有在进入该网站之后，网络用户才会发现“被误导”。

既然投诉人主张并以相应证据证明，被投诉人注册及使用争议域名都具有“恶意”；既然被投诉人没有针对投诉人指控，提出任何辩驳意见；既然专家组基于对投诉人相应证据的分析，认为该等证据足以证明投诉人主张的事实；那么专家组认定，被投诉人注册和使用争议域名具有恶意，并进而认定投诉人满足请求转移争议域名的第三个条件。

综上全部所述，专家组认定，投诉人同时满足《政策》第4条第a款所规定三个条件；从而应当支持投诉人所提“裁决被投诉人将争议域名转移

给投诉人”的请求。

5、裁决

专家组基于以上意见认定：争议域名“newgg.com”或其主要识别部分“newgg”与投诉人注册商标“newegg.com”或其显著部分“newegg”近似，并足以导致网络使用者混淆；被投诉人对争议域名或其主要识别部分不享有权利或合法权益；被投诉人注册和使用争议域名具有恶意。据此裁决：争议域名“newgg.com”应转移给投诉人新蛋公司（NEWEGG INC.）。

独任专家：



二〇一一年二月九日