



## ASIAN DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION CENTRE

— A charitable institution limited by guarantee registered in Hong Kong

(香港秘书处)

### 行政专家组裁决

---

案件编号：	HK-1200428
投诉人：	AOL. Inc. (美国在线公司)
被投诉人：	Peng Xiaodong
争议域名：	huffingtonpsot.com

---

#### 一、当事人及争议域名

投诉人： AOL. Inc. (美国在线公司)  
地址： 美国弗吉尼亚州，杜勒斯，AOL 路 22000

被投诉人： Peng Xiaodong  
地址： CN Shanghai shanghai zhangheng road 201204

争议域名： huffingtonpsot.com

注册商： 厦门易名网络科技有限公司  
地址： 厦门珍珠湾软件园华讯楼 C 区 2F-A2

#### 二、案件程序

2012年3月19日，亚洲域名争议解决中心香港秘书处（“中心香港秘书处”）收到投诉人根据互联网名称和数码分配公司（ICANN）施行之《统一域名争议解决政策》

（“**统一政策**”），《统一域名争议解决政策之规则》及《亚洲域名争议解决中心关于统一域名争议解决政策之补充规则》提交的投诉书。

同日，**中心香港秘书处**以电子邮件向本案**争议域名**注册商传送注册资讯确认函，请求提供**争议域名**的注册资讯。

2012年3月20日，注册商回复确认本案**争议域名**有关的资讯。

2012年3月22日，**中心香港秘书处**确认收讫投诉书，并要求**投诉人**将投诉书提交给**争议域名**注册商。

2012年3月30日，**投诉人**将投诉书提交给**争议域名**注册商。

2012年4月2日，**中心香港秘书处**向**被投诉人**发送程序开始通知，并要求**被投诉人**在2012年4月22日或之前提交答辩。

2012年4月25日，由于**被投诉人**未按照规定提交答辩书，**中心香港秘书处**发出缺席审理通知。

2012年4月27日，**中心香港秘书处**向杨迅先生发出列为候选专家通知。同日，杨迅先生回复表示同意接受指定，并保证独立，公正地审理案件。

同日，**中心香港秘书处**向**投诉人**、**被投诉人**及杨迅先生发出指定专家通知，并正式将案件移交给专家裁决。

根据注册商确认及《统一域名争议解决政策之规则》第11(a)条的规定，专家组决定本案程序的语言为中文。

### 三、事实背景

**投诉人**全资拥有一家名为 TheHuffingtonPost.com, Inc.的子公司（“**相关子公司**”）。该**相关子公司**注册和持有 the huffington post®商标（“**相关商标**”），并以此商标作为商号，开展全球线上新闻及资讯服务。

**被投诉人**注册了域名 huffingtonpsot.com（“**争议域名**”）。**投诉人**代表**相关子公司**根据《统一域名争议解决政策》（“**统一政策**”）提出投诉。

### 四、当事人主张

#### （一）**投诉人**主张：

**投诉人主张：**相关子公司早在 2005 年 3 月 10 日就注册了域名 [huffingtonpost.com](http://huffingtonpost.com) 并利用该域名向全球消费者提供**投诉人**旗下以**相关商标**为品牌的全球线上新闻及资讯服务。**投诉人**及其全资子公司对上述域名拥有防止混淆的权利。

### (1) 争议域名与**投诉人**的商标混淆

**投诉人主张：****投诉人**子公司是**投诉人**的全资子公司，**投诉人**控制并管理其所有商标。**投诉人**在其网站 [www.aol.com](http://www.aol.com) 上列出了所有由**投诉人**控制并管理的商标，其中就包含**投诉人**子公司所拥有的**相关商标**。**投诉人**的子品牌网站虽然由子公司独立运营，但其品牌管理却控制在**投诉人**手中。

**投诉人主张：**相关子公司在 2006 年 5 月 23 日，在美国获得了**相关商标**的注册。**投诉人**花费大量的金钱和资源推广其以该商标为品牌的服务，并将该**相关商标**大量使用在 [huffingtonpost.com](http://huffingtonpost.com) 网站上。此外，由于**投诉人**长期推广使用**相关商标**，全球的消费者已经将**投诉人**的**相关商标**与**投诉人**及其高品质的服务相联系。

关于争议域名与**相关商标**的相似性，**投诉人主张：**争议域名“由作为顶级域名的 .com 和二级域名“huffingtonpsot.”组成，但是起区别作用的显著部分是二级域名“huffingtonpsot.”。**相关商标**由“the”与字母组合“huffington post”构成，其中“the”在英语中仅是一个冠词，缺乏显著性，因此，字母组合“huffington post”为**相关商标**的显著部分。争议域名的显著部分“huffingtonpsot”与**相关商标**的显著部分“huffington post”在字母构成、字母的数量及排列顺序上都几乎完全相同，区别之处仅在于争议域名的显著部分“huffingtonpsot.”将**相关商标**中的“huffingtonpost”的倒数第二个和第三个字母调换了一下顺序，即将“os”变成了“so”。考虑到 huffington post 并非英文中固有名词，而是**投诉人**自创的商标的显著部分，对于不规则字母组成的商标，如果字母构成及排列顺序大体相同，仅仅个别字母排列顺序不同，普通用户一般无法通过回忆单词拼写而准确复现该商标，很容易产生混淆。而且，由于争议域名的显著部分与**投诉人**商标的显著部分的首字母相同，在位址栏内表现外观上极其近似，公众很容易将争议域名与**相关商标**相混淆。

### (2) 被**投诉人**对争议域名不具有正当权利

**投诉人主张：**“the huffington post”一词在英文辞汇中本不存在，是**投诉人**自创的辞汇。而被**投诉人**不拥有任何 the huffington post 或其主要部分的商标注册，**投诉人**也从未许可被**投诉人**使用**相关商标**。因此，除了故意造成和**投诉人**的混淆外，被**投诉人**没有任何合理理由可以解释其使用与**投诉人**的 the huffington post® 商标混淆性相似的字母组合作为域名主要部分的原因。**投诉人**也没有发现被**投诉人**有任何善意使用 the huffington post® 的证据。

此外，**投诉人**在中国商标局网站的查询结果显示，被**投诉人**名下没有任何商标注册。

### (3) **投诉人**对争议域名的注册和使用具有恶意

**投诉人**主要基于以下三点理由主张**投诉人**对**争议域名**的注册和使用具有恶意。

第一，**被投诉人**注册**争议域名**出于商业利益目的，通过制造**被投诉人**网站与**投诉人**商标之间的混淆，故意引诱网路用户访问**被投诉人**网站。

**投诉人**主张：**被投诉人**于2008年1月28日注册与**相关商标**混淆性近似的**争议域名**，远远晚于**相关商标**的最早使用日（2005年4月1日）及注册日（2006年5月23日）。**投诉人**的**相关商标**经过在世界范围内多年的宣传、推广和使用，已经在网路新闻资讯服务领域具有相当高的知名度和美誉度，为相关公众所熟知。**被投诉人**对此非常清楚却还注册与**投诉人**商标仅有细微差别的、混淆性近似的**争议域名**，其目的显然是为了给公众造成误导，混淆**被投诉人**与**投诉人**之间的关系。

**投诉人**还主张：**被投诉人**使用**争议域名**建立了一个网站，该网站的页面内容及页面上的所有链结都指向另一个商业色情网站 [www.livejasmin.com](http://www.livejasmin.com)。据此，**投诉人**有理由相信**被投诉人**通过在**争议域名**解析到的网站上提供第三方商业网站的链结而从每个不小心经由**被投诉人**的网站进入第三方商业色情网站的点击流量中获利。这也是其恶意使用**争议域名**表现。

第二，**被投诉人**注册**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额外收益。

**投诉人**主张：**被投诉人**还在世界知名的网路域名交易网站 [www.sedo.co.uk](http://www.sedo.co.uk) 上公开出售**争议域名**。虽然**被投诉人**并未标识出售价格，也未直接表明向**投诉人**或**投诉人**的竞争对手出售**争议域名**，但是，因为**争议域名**主要部分与**投诉人**具有很高的知名度的商标极为近似，除了权利人即**投诉人**及其竞争对手外，第三人不可能冒着因为没有合法权益而可能遭受巨大经济损失的风险购买**争议域名**。因此，**被投诉人**注册**争议域名**是为了向作为民事权益所有人的**投诉人**或其竞争对手出售、出租或者以其他方式转让该域名，以获取不正当利益。

第三，**被投诉人**的注册行为本身即表明，**被投诉人**注册该**争议域名**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商标，或是为了故意制造与他人商标之间的混淆。

**投诉人**主张：**被投诉人**是一个抢注域名的老手，除了**争议域名**以外，**被投诉人**还抢注了大量其他域名，其中不乏与他人拥有的商标相同或混淆性近似域名。经**投诉人**查询，在**争议域名**的注册商“易名中国”的网站上进行的查询结果显示，**被投诉人**还抢注了43个域名，而使用**被投诉人**的电子邮箱（pxdop@hotmail.com）注册的域名更是多达890个。就在去年7月，美国国家仲裁论坛就曾裁决将**被投诉人**抢注的与WordPress商标混淆性近似的域名wordpress.org转移给商标权利人WordPress Foundation公司。**被投诉人**注册大量与他人商标相同或混淆性相似的域名的行为是一种典型的域名抢注行为，其

目的在于阻止商标所有人以相应的域名反映其商标，或是故意制造与他人商标之间的混淆。**被投诉人**的域名抢注行为本身就能充分表明其恶意。

## （二）被投诉人主张

**被投诉人**未在规定时间内提出答辩。

## 五、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**同意接受《统一政策》的约束。该政策适用于此行政程序。

《统一政策》第 4(a)条规定，同时符合下列三项条件的投诉应当得到支持：

第一项：**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非常相似，容易引起混淆；且

第二项：**被投诉人**对**争议域名**并不享有权利或合法利益；且

第三项：**被投诉人**对**争议域名**的注册和使用具有恶意。

专家将在下文分别说明**投诉人**的投诉是否满足上述各项条件。

（一）**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非常相似，容易引起混淆

对于本项条件，专家将考察以下三个问题：（1）谁是**投诉人**，（2）**投诉人**是否拥有**相关商标**，和（3）**相关商标**是否和**争议域名**相同或非常相似，容易引起混淆。

### （1）谁是**投诉人**

**投诉人**的主体问题不仅牵涉到其是否拥有**相关商标**，也关系到谁将承担本裁定的后果。专家收悉一份由**相关子公司**出具的授予其母公司（即本案**投诉人**）提起有关**争议域名**的行政程序的授权书。但是，纵观**中心香港秘书处**所收悉的投诉书，没有任何一处表明投诉书是**投诉人**代表**相关子公司**或为其利益作出的。故此，专家认定，本案**投诉人**是其本人（即，AOL Inc.）名义作出的，**相关子公司**的授权书不予考虑。

### （2）**投诉人**是否拥有**相关商标**

投诉人提供的在美国专利商标局（USPTO）网站上的商标查询信息证明了相关商标于 2006 年 5 月 23 日获得注册，并且相关子公司于 2010 年 10 月 25 日受让取得相关商标的商标权利。

投诉人提供了有关投诉人收购相关子公司的年报和第三方新闻报道。鉴于，被投诉人没有作出反驳，这些证据材料是专家获得的有关投诉人和相关子公司关系的所有证据材料，专家推定：投诉人全资拥有和控制相关子公司。

那么，投诉人通过拥有和控制相关子公司而间接享有对相关商标的权益，是否构成《统一政策》所要求的“投诉人享有权利的商品商标或服务商标”呢？专家注意到：《统一政策》原始正式文本为英文本，“拥有”一词在该英文版中的对应词是“in which the complainant has rights”，而不是“own”抑或“of which the complainant has ownership”，这就表明了本项条件关注的是投诉人是在相关商标中实际利益，而不是法律上的所有权。况且，在商务实践中，一集团公司内部由一家母公司或特别目的公司管理子公司部分或全部知识产权的情况相当普遍，《统一政策》也应在这样的环境下解读。故此，专家认定，投诉人对相关子公司名下的相关商标的权益，符合《统一政策》的要求。

### （3）相关商标是否和争议域名相同或非常相似，容易引起混淆

相关商标是否和争议域名相似既要从视觉的角度考虑是否容易引起误读，又要从输入的角度考虑是否容易引起打字错误。争议域名的显著部分相对于相关商标的显著部分增加、减少或变化的字母的数量虽然不是判断其相似性的唯一条件，但也有重要关系。尤其是，当相关商标的显著部分是一个存在的单词或符合语言拼读规则，而争议域名的显著部分（仅仅变化了少量字母）不是一个存在的单词或不符合语言拼读规则时，混淆就容易出现，因为人类对字母序列是作为一个整体体验的，容易将认知向自己熟悉的序列（比如存在的或可读的词）靠拢。在本案中，“Huffington Post”分别由一个姓氏和一个英文单词组成。但将“s”和“o”调换后，“Psot”不仅不成为单词，而且不符合一般拼读规则。故而，专家认为，视觉上，相关商标和争议域名非常相似，容易引起混淆。

综上所述，专家认定：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非常相似，容易引起混淆；投诉人的投诉符合《统一政策》第 4(a)条中规定的第一项条件。

## （二）被投诉人对争议域名并不享有权利或合法利益

投诉人对此项条件的阐述主要有以下两方面理由：第一方面，由于争议域名与相关商标极其相似，而且投诉人（或相关子公司）没有授权被投诉人使用相关商标，被投诉人不可能享有争议域名有关的权利；第二方面，根据投诉人以被投诉人名字为关键词在中国国家商标局网站上的查询，被投诉人名下没有任何商标。

对于第一方面，专家认为：商标和域名不同，相同或类似的商标允许在不同类别的商品或服务上注册，不同法域也允许存在相同或类似的商标。**争议域名与相关商标相似性**本身不能排除**被投诉人**对**争议域名**享有权利的可能性。况且《统一政策》所说的“合法权益”是广义的，可能包括姓名权、商号甚至著作权等。

对于第二方面，**投诉人**以**被投诉人**名字为关键词的检索并不是准确的方法。**投诉人**应当注意到：在域名注册信息中**被投诉人**姓名是用汉语拼音表示的，但商标所有人一般是用汉字登记的，因而用汉语拼音作为注册人的关键词，检索中国的注册商标并不一定能得出准确的结果。这种情况下，用**争议域名**的显著部分进行反向搜索通常是一个比较好的方法。

幸运的是，《统一政策》并没有就本项条件的满足，给**投诉人**设定过高的举证要求。专家认为：对于否定条件的举证，在权利种类不限、地域范围无边、商品服务种类繁多的情况下，作出完全证明是不可能的。对于《统一政策》第4(a)条中本项条件的举证，**投诉人**只需证明其经过合理勤勉的调查，没有发现**被投诉人**对**争议域名**享有权利或合法利益即可。余下的，**被投诉人**需要举证其对**争议域名**的权利或合法利益。

**投诉人**是否尽其合理勤勉的调查，应当和**争议域名**本身的性质结合考察。专家认为：对于比较通用的词汇或者较短的字母组合所构成的域名，合理勤勉的调查要求应该比较高，因为**被投诉人**偶尔注册、使用或对此享有权益的可能性比较大；对于生僻、不存在甚至无法拼读的词汇，合理勤勉的调查要求应当比较低，因为**被投诉人**偶尔注册、使用或对此享有权益的可能性比较小。

对于本案而言，**争议域名**的显著部分包含一个生僻的姓氏和一个不符合拼读规则的字母组合，**被投诉人**偶尔注册、使用或对此享有权益的可能性比很小。所以，纵然**投诉人**的商标检索不甚精确，专家仍然认定其符合“经过合理勤勉的调查，没有发现**被投诉人**对**争议域名**享有权利或合法利益”的举证要求。在**被投诉人**没有举出反证的情况下，专家认定**被投诉人**对**争议域名**并不享有权利或合法利益。

综上所述，专家认定：**被投诉人**对**争议域名**并不享有权利或合法利益；**投诉人**的投诉符合《统一政策》第4(a)条中规定的第二项条件。

### （三）**被投诉人**对**争议域名**的注册和使用具有恶意

**投诉人**从以下四方面主张**被投诉人**对**争议域名**的注册和使用具有恶意：第一方面，**相关商标**是一个知名商标，而**被投诉人**在选择域名时没有回避；第二方面，**争议域名**上的内容和链接均指向一个商业色情网站；第三方面，**争议域名**在网上公开销售；第四方面，**被投诉人**拥有众多与第三方享有权利的商标相类似的域名。专家分别对上述主张作出分析。

第一方面，虽然《统一政策》没有明确说明，但结合众多先例，专家同意这样一个主张：如果**被投诉人**知道或应当知道一个具有知名性的商标，没有正当理由，仍然使用该商标显著部分相同或相似的域名，那么可以推定**被投诉人**具有《统一政策》意义上的恶意。**被投诉人**是否知道（即，实际认知）或应当知道（即，推定认知）该商标应该是**投诉人**举证的重点。在考察商标知名度时应当从**被投诉人**的地域和人群考虑，而不应受**投诉人**或有关专家自身地域、背景和文化水平的干扰。

在本案中，**投诉人**举证了**相关商标**在有关英文媒体上的重要地位和英语世界中的知名度。但是，这并不能表明**被投诉人**对**相关商标**的认知。**被投诉人**居住地址是中国，**投诉人**的举证不能表明**相关商标**在中国地区和华语世界也享有同等的知名度。**投诉人**也没有能够举证说明：**相关商标**是否应用在中国地区的业务（如将**相关商标**运用于中文媒体和信息服务业务，或与**相关商标**有关的收入），也没有说明**相关商标**是否通过辐射作用为广大中国人所认知（比如第三方中文媒体对**相关商标**的宣传）。本案和**中心香港秘书处** HK-0700117 号案件不同，该案件涉及的商标 Dulux 是一个在中国深入千家万户的民用品牌，而本案涉及的是一个并未在中国广泛使用的具有一定文化层次的品牌。该案件的结论并不能适用于本案件。故而，专家认为**投诉人**就**被投诉人**恶意注册和使用**争议域名**的第一方面的主张不能成立。

第二方面，根据《统一政策》第 4 条 b 款规定的原则，将相关网站链接到一个第三方网站，从而造成用户误解该第三方网站上提供的商品和服务的来源、赞助关系、从属关系与**投诉人**有关，在这种情况下，**被投诉人**被推定为具有恶意。这也是美国国家仲裁庭（National Arbitration Forum）FA1108001402742 裁定的依据。

但在本案中，**投诉人**是将**相关商标**应用在一个比较高尚的新闻业务中，而**争议域名**涉及网站所链接的是一个商业色情网站。专家并不认为**投诉人**的用户会误解该色情网站和**投诉人**的新闻业务有关联，该色情网站显然也不是**投诉人**的竞争对手。因此，专家认为**投诉人**就**被投诉人**恶意注册和使用**争议域名**的第二方面的主张不能成立。

第三方面，根据《统一政策》第 4 条 b 款规定的原则和民法中有关显失公平的原则，如果**被投诉人**通过销售**争议域名**，以期获得明显超过其获得和维护域名的成本和域名所系的商誉价值的收益，那么**被投诉人**可以推定为具有恶意。但是，这一规则不能解读为任何销售域名的行为都应推定为恶意。否则，如果一经公开销售（邀请要约）就认定**被投诉人**具有恶意，无异于禁止域名的有偿转让，这显然与《统一政策》不符，也与一般国家法律不符，专家不能苟同。

在本案中，**投诉人**举证说明了**被投诉人**在 [www.sedo.co.uk](http://www.sedo.co.uk) 网站上公开销售域名，但却未能说明其试图销售的价格，也就是说**投诉人**没有证明**被投诉人**企图获得明显超过其获得和维护域名的成本和域名所系的商誉价值的收益。故此，专家认为**投诉人**就**被投诉人**恶意注册和使用**争议域名**的第三方面的主张不能成立。



第四方面,《统一政策》并没有将拥有与第三方享有权利的商标相类似的域名的数量作为判断**被投诉人**是否具有恶意的标准。但专家认为《统一政策》第4条b款的规定是列举性的,而不是穷尽性的。如果有其他可以认为**被投诉人**具有恶意的情形,也可以认定为符合《统一政策》第4条a款的第三项条件。

根据投诉书的描述,鉴于**被投诉人**没有反驳,专家确认以下三项事实:第一,**被投诉人**注册了相当多数量的与第三方享有权利的商标相类似的域名;第二,就**争议域名**,**被投诉人**没有投入实质性的努力建设和维护相应网站(即,页面内容和所有链接指向一个第三方网站);第三,**被投诉人**企图公开出售**争议域名**。由此推测,**被投诉人**大量注册域名(包括**争议域名**)的目的不在于实际使用这些域名,而是囤积这些域名,期望相关权利人能够高价购回。专家认为:《统一政策》的目的之一就是要有效分配域名这一极其有限的资源,因而这种囤积销售的投机行为就构成《统一政策》意义上的恶意。故此,虽然与**投诉人**的分析不尽相同,但是专家认为**投诉人**就**被投诉人**恶意注册和使用**争议域名**的第四方面的主张成立。

此外,**投诉人**在关于《统一政策》第4条a款的第二项条件(即,**被投诉人**对**争议域名**不享有权利或合法权益)的论述中有这么一个事实判断“the Huffington Post……是**投诉人**自创的词汇。”**投诉人**并没有在就《统一政策》第4条a款的第三项条件(即,**被投诉人**是否具有恶意)的论证中涉及和使用这一事实判断。即使这一事实判断不完全准确(Huffington是一个生僻的姓氏而不是自创),至少Huffington Post这一组合只是一个包括一个生僻的单词在内的不常见的词组。若非知晓**投诉人**和**相关子公司**的业务和**相关商标**,专家很难想象一个居住地在中国的人会偶然地采用与之相类似的字母组合作为域名。因此,由于**被投诉人**没有提出反面主张,专家推定**被投诉人**明知**投诉人**拥有**相关商标**,而故意注册与之极其相似的**争议域名**,构成《统一政策》意义上的恶意。

综上所述,专家认定:**被投诉人**注册和使用**争议域名**具有恶意;**投诉人**的投诉符合《统一政策》第4(a)条中规定的第三项条件。

## 6. 裁决

专家认为,**投诉人**的投诉已满足了《统一政策》第4(a)条所规定全部三个条件。根据《统一政策》第4(a)条和《统一域名争议解决政策规则》第15条规定,专家裁定**被投诉人**将**争议域名**转移给**投诉人**。

---

专家: 杨迅

日期: 2012年5月3日