



中国国际经济贸易仲裁委员会  
域名争议解决中心



## 裁 决 书

[案件编号：CND-2022000018]

投 诉 人：ADSWIZZ, INC.

地 址：487A S EL CAMINO REAL SAN MATEO CALIFORNIA  
94402, U.S.A.

代 理 人：张丽姣 北京市联德律师事务所

被投诉人：陈燕飞

电子邮件：ladym@qq.com, veen@163.com

争议域名：adswizz.cn

注册机构：阿里巴巴云计算（北京）有限公司

二〇二二年五月三十一日

北 京

# 裁 决 书

(2022)中国贸仲域裁字第0030号

中国国际经济贸易仲裁委员会域名争议解决中心(下称“域名争议解决中心”)根据中国互联网络信息中心2019年6月18日生效实施的《国家顶级域名争议解决办法》(下称“《解决办法》”)《国家顶级域名争议解决程序规则》(下称“《程序规则》”)和中国国际经济贸易仲裁委员会于2019年8月9日生效实施的《中国国际经济贸易仲裁委员会关于<中国互联网络信息中心国家顶级域名争议解决办法>补充规则》(下称“《补充规则》”)的规定以及投诉人ADSWIZZ, INC.于2022年4月14日针对域名“adswizz.cn”以陈燕飞为被投诉人向域名争议解决中心提交的投诉书,受理了有关“adswizz.cn”域名争议案。案件编号:CND-2022000018。

现本案已审理终结。本案专家组根据《解决办法》《程序规则》和《补充规则》的规定作出本裁决。现将本案案件程序、基本事实、当事人主张、专家组意见和裁决分述如下:

## 一、案件程序

2022年4月14日,域名争议解决中心收到投诉人提交的投诉书。

2022年4月19日,域名争议解决中心以电子邮件的方式向投诉人确认收到投诉人的投诉书。同日,域名争议解决中心要求投诉人修改投诉书,并向域名注册服务机构阿里巴巴云计算(北京)有限公司和中国互联网络信息中心(CNNIC)传送信息确认函,请求提供其WHOIS数据库中有关本案所涉域名的相关信息。

2022年4月20日,域名争议解决中心收到投诉人提交的修改后的投诉书。

2022年4月21日,域名注册服务机构回复域名争议解决中心,

确认本案所涉争议域名由其提供注册服务，争议域名目前状态为有效，现争议域名持有人为本案被投诉人。

2022年4月27日，域名争议解决中心以电子邮件的方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2022年4月27日正式开始。同日，域名争议解决中心以电子邮件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，并说明域名争议解决中心已按《程序规则》和《补充规则》的规定，以电子邮件的方式向被投诉人传送投诉书及附件。域名争议解决中心并于同日以电子邮件的方式向CNNIC及争议域名的注册服务机构传送程序开始通知。

2022年5月17日，被投诉人向域名争议解决中心提交答辩书及其附件。同日，域名争议解决中心以电子邮件方式将答辩书及其附件转递投诉人。

由于投诉人和被投诉人均选择由一人专家组审理本案，根据《程序规则》和《补充规则》的规定，本案应由一人专家组进行审理。域名争议解决中心于2022年5月17日向王范武先生发出列为候选专家通知，征求候选专家的意见。2022年5月18日，王范武先生回复同意接受指定，并保证独立、公正地审理本案。

2022年5月19日，域名争议解决中心以电子邮件方式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，域名争议解决中心将案件移交专家组。

根据《程序规则》的规定，专家组应于成立之日起14日内即2022年6月2日之前（含6月2日）作出裁决。

## 二、基本事实

### （一）关于投诉人

本案投诉人为 ADSWIZZ, INC.，地址为 487A S EL CAMINO

REAL SAN MATEO CALIFORNIA 94402, U.S.A.。投诉人授权北京市联德律师事务所的张丽姣代理本案。

## （二）关于被投诉人

本案被投诉人为陈燕飞，联系邮箱为：lady@qq.com，veen@163.com。

被投诉人现为争议域名“adswizz.cn”的持有人。2021年4月16日，本案争议域名“adswizz.cn”通过域名注册服务机构获得注册。

## 三、当事人主张

### （一）投诉人

1. 被投诉域名与投诉人享有权利的商品商标或服务商标混淆性相似

#### （1）有关投诉人及其“ADSWIZZ”品牌介绍

投诉人成立于2008年，是世界知名的数字音频广告技术开发商。“ADSWIZZ”是投诉人广泛用于其数字音频广告技术产品和服务上的商标，在争议域名注册前已经在包括中国在内的世界范围内取得了很高的知名度和美誉度。成立至今，投诉人已经连续三次获得The DRUM颁发的多个奖项，包括程序化交易的最佳整体技术。

投诉人以其先进的数字音频广告技术为全球出版商、音乐服务平台、播客平台数字代理商和交易平台等合作伙伴提供其优质的服务，经过多年的宣传与发展，投诉人及其“ADSWIZZ”品牌数字音频广告技术产品在包括中国在内的世界范围内获得了很高的知名度与美誉度。中国相关科技媒体对投诉人及其“ADSWIZZ”品牌进行了广泛宣传和报道。

#### （2）有关投诉人的“ADSWIZZ”商标注册情况

投诉人是“ADSWIZZ”商标的权利人，早在2013年就在美国和

比荷卢经济联盟申请注册了“ADSWIZZ”商标。具体信息如下：

2013年10月14日，投诉人在美国注册了“ADSWIZZ”商标（商标号：4661487/IR 1189678），商标有效期为2014年12月30日至2024年12月30日。

2013年4月24日，投诉人在比荷卢经济联盟申请注册了“ADSWIZZ”商标（商标号：939337），商标有效期为2013年4月24日至2023年4月24日。

### （3）有关投诉人的“adswizz.com”域名注册情况

“ADSWIZZ”是投诉人广泛用于其数字音频广告技术产品和服务上的商标。“adswizz.com”是投诉人在先注册并持续用于商业活动的域名。投诉人是域名“adswizz.com”的注册人，该域名的注册时间为2007年11月20日，远远早于争议域名注册日2021年4月16日。投诉人迄今为止仍使用该注册域名进行商业活动，积极宣传和推广其“ADSWIZZ”系列产品和服务。

前述事实说明，早在争议域名注册日（2021年4月16日）前，投诉人在中国对“adswizz.com”域名享有民事权益。

经过投诉人的持续宣传和广泛使用，且得益于投诉人“ADSWIZZ”为其全球客户提供的先进且优质的数字音频广告技术产品和服务，投诉人“ADSWIZZ”品牌产品和服务早在争议域名注册日（2021年4月16日）前已经在包括中国在内的世界范围内已获得了很高的知名度和美誉度。在中国被相关公众所熟知，建立了极高的品牌价值。

争议域名的识别部分“adswizz”与投诉人具有极高知名的在先商号暨商标“ADSWIZZ”完全相同，并与投诉人在先注册并使用的域名“adswizz.com”的识别部分完全相同。

争议域名“adswizz.cn”中，“.cn”为通用域名，不具有显著性和识别性。因而，争议域名的识别部分均为“adswizz”，与投诉人广泛使用在数字音频广告技术产品和服务上并具有一定知名度商标/品牌完全相同且与投诉人在先注册并持续使用的域名识别部分完全一

致。鉴于投诉人及其“ADSWIZZ”数字音频广告技术产品和服务在业内的知名度，被投诉人持有的争议域名极易导致消费者混淆或误认，从而损害投诉人享有的在先权利和权益。

## 2. 被投诉人对被投诉域名并不享有权利或合法权益

被投诉人对争议域名不享有任何权利和合法权益。被投诉人为“陈燕飞”，与“ADSWIZZ”等任何与域名相关的商标、商号或特有名称无任何关联性，且投诉人从未授予被投诉人有关“ADSWIZZ”的任何权利。被投诉人不享有对“ADSWIZZ”的任何权利或合法权益。

## 3. 被投诉人对被投诉域名的注册和使用具有恶意

被投诉人注册和使用争议域名具有明显的恶意。“ADSWIZZ”为投诉人独创并作为商号/商标使用在数字音频广告上的标识。投诉人作为世界知名的数字音频广告技术开发商，在业内居于领先地位，具备较大的影响力。经过投诉人的广泛宣传和使用及国内媒体的关注和报道，投诉人及其“ADSWIZZ”品牌数字音频广告技术产品和服务在中国深受相关消费者的喜爱，投诉人及其商标/商号“ADSWIZZ”已经在相关消费者中具备极高的知名度和美誉度。因此，被投诉人理应知晓投诉人知名商标“ADSWIZZ”。

鉴于投诉人“ADSWIZZ”商标/商号的独创性及知名度，争议域名主体部分与投诉人“ADSWIZZ”商标/商号完全相同，不可能是巧合，明显是抄袭投诉人在先商标/域名的产物。在此情况下：

若被投诉人本身系数字音频广告技术行业经营者，即投诉人同行业竞争者，其注册争议域名的目的显然是使相关消费者误认为其与投诉人存在某种联系，从而误导公众，争议域名的注册显然具有恶意。

若被投诉人本身并非数字音频广告技术行业经营者，其注册争议域名显然并非出于正当使用目的，而是企图攀附投诉人及其在先知名品牌知名度，以获取不正当利益，争议域名的注册同样具有明显恶意。

经查，被投诉人注册了上百件域名，其中大部分系抄袭、摹仿和

复制他人先知名商标。同时，投诉人发现争议域名并未投入使用，而是正在出售，可见被投诉人不具备真实使用争议域名的意图，而是企图以出售、转让方式牟取不正当利益。

经查，除争议域名外，被投诉人还注册了上百件域名，其中大部分是对他人先知名商标/品牌的复制和抢注，如“Avaamo”（印度人工智能聊天机器人公司商号暨品牌 Avaamo）、“Azuga”（美国车辆分析、车队技术和保险科技解决方案供应商商号暨品牌 Azuga）、“Carbon Clean”（印度能源技术公司商号暨品牌 Carbon Clean）、“Patchworks”（2014 年创立的英国软件公司商号暨品牌 Patchworks）、“Servify”（印度个人设备管理初创企业商标暨商号 ）等。可见，被投诉人具有抄袭、摹仿他人先商标/品牌的强烈恶意。

同时，投诉人发现包括争议域名在内的多件域名均未投入使用，而是正在出售。可见，被投诉人注册域名不具有真实使用目的，而是恶意囤积并通过出售、转让等方式牟取不正当利益。

被投诉人的行为符合《解决办法》第九条规定的情形：“（一）注册或受让域名的目的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”以及“（二）多次将他人享有合法权益的名称或者标志注册为自己的域名，以阻止他人以域名的形式在互联网上使用其享有合法权益的名称或者标志”。被投诉人具有明显不当主观意图。

综上所述，被投诉人争议域名“adswizz.cn”的识别部分“adswizz”与投诉人享有在先商标权的“ADSWIZZ”商标暨商号完全相同，且与投诉人享有在先民事权益的“adswizz.com”域名识别部分完全一致。被投诉人未被授予任何与“ADSWIZZ”有关的使用权利。被投诉人注册争议域名的行为具有不当意图。

根据《解决办法》《程序规则》以及《补充规则》的相关规定，投诉人请求专家组认定投诉人的投诉满足了《解决办法》第八条所规定

的全部三项条件，并裁定将争议域名“adswizz.cn”转移给投诉人。

投诉人为支持其投诉，提交了以下证据：

证据一：投诉人主体资格证明及中文摘译

证据二：授权委托书

证据三：在 WHOIS 数据库查询到的争议域名的注册资料

证据四：投诉人“ADSWIZZ”品牌官网的相关介绍

证据五：相关科技媒体对投诉人“ADSWIZZ”品牌的报道评论

证据六：微博上关于投诉人“ADSWIZZ”品牌的推广介绍

证据七：世界知识产权组织官网“ADSWIZZ”商标的注册信息及中文摘译

证据八：投诉人在美国和比荷卢经济联盟的申请注册的“ADSWIZZ”商标信息及其中文摘译

证据九：投诉人“adswizz.com”域名的查询记录

证据十：争议域名“adswizz.cn”及被投诉人其他域名正在出售的信息

证据十一：被投诉人抢注的域名信息以及部分被抢注域名的介绍

## （二）被投诉人

### （1）争议域名不属于《解决办法》管辖范围

《解决办法》第五条规定，“任何人认为他人已注册的域名与其合法权益发生冲突的，可以向域名争议解决机构提出投诉”。因此，本案成立的基本前提是投诉人在中国境内拥有“adswizz.cn”域名主要部分“adswizz”的商标权。

截至 2022 年 5 月 16 日，被投诉人再次在中国国家知识产权局商标局中国商标网（<http://sbj.cnipa.gov.cn>）上对“adswizz.cn”域名

主要部分“adswizz”进行查询核实，查询结果显示“adswizz”依然非中国境内注册商标。《中华人民共和国商标法》第十七条规定，“外国人或者外国企业在中国申请商标注册的，应当按其所属国和中华人民共和国签订的协议或者共同参加的国际条约办理，或者按对等原则办理”。商标的注册保护是有地域性的，国外商标需在中国注册之后才可进行使用，否则不受中国法律保护。投诉人在美国及比荷卢经济联盟注册的商标，仅在美国、比利时、荷兰、卢森堡这四国有效，在中国无效。投诉人在中国境内不享有“adswizz”商标所有权。

众所周知，“.cn”域名与“.com”域名没有任何关系，管辖机构亦不同。没有中国境内“adswizz”商标权的投诉人，自认为先注册了“adswizz.com”域名就理所当然拥有“adswizz.cn”域名优先注册权、所有权以及“adswizz”的商标权，没有任何法律依据。《中国互联网域名管理办法》第三章第二十六条规定，“域名注册服务原则上实行‘先申请先注册’，相应域名注册实施细则另有规定的，从其规定。”，被投诉人于2021年4月16日在确认“adswizz”非中国境内注册商标的前提下，方才合法申请注册了“adswizz.cn”域名，被投诉人当然依法享有该域名的民事权益。

根据《中华人民共和国民法通则》，域名作为无形财产或智力成果都理所当然地受到民法的保护。《民法通则》第五条规定：“公民、法人的合法的民事权利受法律保护，任何组织和个人不得侵犯”。也就是说，域名只要是合法取得且未侵犯他人的在先权利即受法律保护。具体的说，域名所有权人对其拥有的域名可依法进行持有、建立并经营相关网站或网页、获取经济利益、放弃、闲置、捐赠、转让、许可、合作等活动。任何非法干预都应承担相应的民事责任，权利人有权获得行政、司法救济。被投诉人合法注册、持有“adswizz.cn”域名，当然应该依法予以保护。

在投诉书中，投诉人称：“早在争议域名注册日（2021年4年16日）前，投诉人产品和服务已经在中国广泛宣传和使用并获得了较高的知名度。经过多年的宣传和使用，投诉人的品牌已经在中国被相关

公众所熟知，建立了极高的品牌价值”。经被投诉人调查核实，截至2022年5月16日，“adswizz.cn”域名主要部分“adswizz”依然非中国境内注册商标，投诉人在中国境内既没有任何运营实体，也没有开展任何业务，更没有进行任何宣传。投诉人在中国境内不存在所谓“知名度”与“美誉度”，“极高的品牌价值”更是子虚乌有。截至2022年5月16日，在全球最大的中文搜索引擎——百度上检索“adswizz”仅有一条相关新闻且为投诉人在国外被收购的内容，在全球最大的中文社交网络——微博上检索“adswizz”仅有四条结果，微博上发布相关内容的博主均为没有任何行业影响力的非主流自媒体，且内容形式为随机转载的外网信息，转载内容为投诉人在国外被收购或业绩信息。无论百度上检索到的唯一一篇国内非主流媒体随机转载的外网新闻，还是微博上的四条检索结果，以及投诉人无法提供其他能够充分、有力证明其“产品和服务已经在中国广泛宣传和使用，在中国获得了很高知名度、美誉度，建立了极高的品牌价值”的确凿证据，都证明了投诉人所声称的“产品和服务已经在中国广泛宣传和使用，在中国获得了很高知名度、美誉度，建立了极高的品牌价值”实属捏造。

综上所述，根据《中华人民共和国商标法》《中国互联网络域名管理办法》《中华人民共和国民事诉讼法》《解决办法》，被投诉人注册、持有争议域名“adswizz.cn”不属于《解决办法》管辖范围，域名争议解决中心应依法驳回投诉人的请求。

(2) 投诉人的投诉不满足《解决办法》第八条所规定的三个条件

截至2022年5月16日，投诉人在中国境内不享有“adswizz”商标的任何合法民事权益，因此，“adswizz.cn”域名在中国境内不存在“与投诉人享有民事权益的名称或者标志相同，或者具有足以导致混淆的近似性”，不满足《解决办法》第八条所规定的条件（一）。

域名注册服务原则上实行“先申请先注册原则”，被投诉人于2021年4月16日合法申请注册了“adswizz.cn”域名，当然依法对该域名享有在先合法权益，不满足《解决办法》第八条所规定的条件（二）。

“adswizz”有广告天才的含义(ads有广告含义+wizz有天才含义),被投诉人因其固有含义的价值于2021年4月16日合法申请注册了“adswizz.cn”域名,因此,被投诉人注册该域名不存在针对投诉人在中华人民共和国境内权益的主观恶意,所注册域名主要部分“adswizz”与投诉人在国外的注册商标雷同实属巧合。被投诉人亦从未主动向任何特定个人(或机构)推销该域名,因此,被投诉的域名持有人对“adswizz.cn”域名的注册或者使用不具有恶意,不满足《解决办法》第八条所规定的条件(三)

综上所述,投诉人的投诉不满足《解决办法》第八条所规定的任何一个条件。

(3)被投诉人不具有《解决办法》第九条所列举的注册或使用域名具有恶意的情形

被投诉人注册的域名为中国境内合法注册,被投诉人从未主动向任何特定个人(或机构)推销域名,因此,被投诉人对域名的注册或使用不具有任何恶意。被投诉人不具有《解决办法》第九条所列举的注册或使用域名具有恶意的情形。

被投诉人为支持其答辩,提交了一份证据:关于“adswizz”在中国国家知识产权局商标局中国商标网的查询截图。

#### 四、专家组意见

专家组依据《解决办法》《程序规则》及《补充规则》对本域名争议进行审理裁决。

根据《解决办法》第八条的规定,符合下列条件的投诉,应该得到专家组的支持:

(一)被投诉的域名与投诉人享有民事权益的名称或者标志相同,或者具有足以导致混淆的近似性;

(二)被投诉的域名持有人对域名或者其主要部分不享有合法权

益；

(三) 被投诉的域名持有人对域名的注册或者使用具有恶意。

投诉人应当证明以上各项条件同时具备。

《解决办法》第九条规定，被投诉的域名持有人具有下列情形之一的，其行为构成恶意注册或者使用域名：

(一) 注册或受让域名的目的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；

(二) 将他人享有合法权益的名称或者标志注册为自己的域名，以阻止他人以域名的形式在互联网上使用其享有合法权益的名称或者标志；

(三) 注册或者受让域名是为了损害投诉人声誉，破坏投诉人正常的业务活动，或者混淆与投诉人之间的区别，误导公众；

(四) 其他恶意的情形。

根据本案当事人提交的投诉书、答辩书及其各自所附证据材料，本案专家组意见如下：

#### (一) 关于完全相同或混淆性相似

被投诉人在答辩中称“争议域名不属于《解决办法》管辖范围”。其理由是：“根据《解决办法》第五条：‘任何人认为他人已注册的域名与其合法权益发生冲突的，可以向域名争议解决机构提出投诉’。因此，本案成立的基本前提是投诉人在中国境内拥有‘adswizz.cn’域名主要部分‘adswizz’的商标权。”

专家组认为，被投诉人对《解决办法》第五条的理解是有偏差的。《解决办法》调整的是因在“.cn”项下注册域名而引发的投诉争议。《解决办法》第五条的规定是一条程序性的规定，不涉及投诉人实体权利问题。投诉人是否享有合法权益是专家组在实体审理中依据《解决办法》相关规定审查认定的问题。现有证据表明本案争议域名是

“adswizz.cn”，属于《解决办法》管辖的范围，因此，被投诉人答辩称“本争议不属于《解决办法》管辖范围”是不能成立的。专家组将对争议的实体问题进行审理。

投诉人在投诉书中称是“ADSWIZZ”商标的权利人，2013年10月14日在美国申请注册了“ADSWIZZ”商标（商标号：4661487 / IR 1189678）；2013年4月24日，在比（利时）荷（兰）卢（森堡）经济联盟申请注册了“ADSWIZZ”商标（商标号：939337）。投诉人也是域名“adswizz.com”的注册人，该域名的注册时间为2007年11月20日。对此，投诉人提交了相关的注册证明文件。

被投诉人没有对投诉人提交的证据的真实有效性提出异议，但在答辩中对投诉人是否享有在先权利提出了质疑。被投诉人认为注册商标的保护是有地域性的，国外商标需在中国注册，否则不受中国法律保护。投诉人在美国及比荷卢经济联盟注册的商标，仅在美国、比利时、荷兰、卢森堡这四国有效，在中国无效。投诉人截至2022年5月16日并未在中国注册“adswizz”商标，当然在中国境内对“adswizz”商标不享有在先权利。

被投诉人还答辩称：截至2022年5月16日，投诉人在中国境内既没有任何运营实体，也没有开展任何业务，更没有进行任何宣传。在全球最大的中文搜索引擎——百度上检索“adswizz”仅有一条标题新闻且为被收购的内容。在全球最大的中文社交网络——微博上检索“adswizz”仅有四条结果，微博上发布相关内容的博主均为非主流自媒体，且内容形式为随机转载的外网信息，转载内容为投诉人被收购或业绩信息。因此，投诉人在中国境内不存在所谓“知名度”与“美誉度”“极高的品牌价值”。

被投诉人对投诉人是否在中国享有在先权利提出质疑。专家组审查了投诉人提交的证明其权利的证据：

1. 投诉人“www.adswizz.com”英文网站网页（证据四）；
2. ITJUZI.COM网登载的投诉人（企业）基本信息——AdsWizz

是一家数字音频广告技术开发商，专注于数字音频广告，该平台推出了标志性的“自主式”广告购买服务。将创建出最大的数字音频广告生态系统，从而更好地服务全球的出版商和广告商，同时提高 Pandora 的盈利能力。北美洲-美国，成立于：2008-1，公司规模：100-300 人，运营中。（证据五）；

3. 微博搜索页面——在音乐财经官方微博中有：“近日，流媒体音乐服务提供商 Pandora 宣布将以 1.45 亿美元收购 AdsWizz，AdsWizz 是一家位于硅谷的创业公司，提供数字音频广告技术解决方案。因为需要例定成交条件和监管的批准，这笔交易有望于 2018 年第二季度完成”的内容（证据六）；

4. 刊登与证据六基本相同信息内容的 36 氪、搜狐中国音乐财经网、猎云网网页（证据五）。

搜狐中国音乐财经网对投诉人做了进一步介绍：“面向音乐平台、播客和广播公司，AdsWizz 提供端对端的音频广告技术，为客户提供一系列的解决方案，包括动态广告植入、按需购买平台和广告推广监测工具等产品。根据其官网介绍，AdsWizz 的业务遍布全球 39 个国家和地区，客户更是覆盖了如今绝大多数流媒体和在线广播公司，例如：Cox 媒体集团、iHeartRadio、TuneIn、Entercom、Omnicom 媒体集团、Spotify、Deezer、PodcastOne 以及 NPR 等。此外，AdsWizz 还推出了诸多创新产品。比如 ShakeMe，可以让用户在收听广告时通过摇晃他们的手机来触发其他行为。除此之外，AdsWizz 还可以根据用户的某种行为投放更精准的广告，或者基于个人数据来推送广告”。

经专家组审查，投诉人提交的证据中没有在本案争议域名注册前，已经在中国设立企业或申请企业名称注册的证据。也没有在本案争议域名注册前，“ADSWIZZ”商标已经在中国取得核准注册或正在申请注册的证据。

《解决办法》第八条规定：“符合下列条件的投诉，应该得到专家组的支持：（一）被投诉的域名与投诉人享有民事权益的名称或者

标志相同，或者具有足以导致混淆的近似性”。这一条规定实质上是要求专家组在案件审理时，首先要审查确认两个事实：第一，要确认投诉人是否具有受法律保护的在先民事权益；第二，在此基础上确定争议域名是否与投诉人享有在先权利或民事权益的名称或者标志相同或混淆性相似。

专家组依据《解决办法》第八条的规定，结合双方当事人提交的证据和陈述的意见，首先要确认投诉人是否享有受法律保护的在先民事权利或权益。专家组对投诉人提交的证据四、五、六做如下分析：

投诉人的网站（证据四）是个英文网站，很显然其主要市场和主要服务对象是使用英文的国家和地区。这一点从搜狐中国音乐财经网对投诉人的介绍内容上可以看出。从投诉人的网站内容上看，不能反映出投诉人在中国市场的经营状态和其商业标识在中国市场上已经取得较高知名度的事实。

从证据五和证据六的内容上看，都属于第三方媒体对企业投融资、并购具体事件的新闻性信息报道，而不是投诉人在媒体上对其产品或商业标识进行的商业广告宣传。不足以支持投诉人的商业标识享有较高知名度的主张。

综上，专家组无法基于投诉人提交的证据四、五、六作出其商业标识已经在中国取得较高知名度的认定。

不可否认投诉人是“ADSWIZZ”商业标识的权利人，但商标和企业名称（商号）的法律保护具有地域性，这是世界各国通行的一个法律原则。在域名争议中，投诉人的商业标识在中国获得保护的前提是：或其商业标识在中国获得注册时间早于争议域名注册时间，或其商业标识在争议域名注册前已经在中国市场上取得较高的知名度。这也是国际普遍通行的解决域名争议的基本规则。《解决办法》第八条第（一）项规定体现了这一基本规则。因投诉人没有提交在中国注册商业标识的证据，现有证据又不足以表明投诉人的商业标识在中国已经取得较高的知名度，因此，无法确认投诉人的商业标识在中国享有受法律保护的在先权利，专家组确认：投诉人的投诉不能满足《解决

办法》第八条第（一）项的条件。鉴于投诉人的投诉得到支持的前提是满足了《解决办法》第八条规定的全部三个条件，因此，再论述是否相同或混淆性相似；被投诉人是否享有权利或合法利益；被投诉人是否具有恶意等问题已无意义，专家组不再赘述。

## 五、裁 决

综上所述，专家组认为，投诉人的投诉不符合《解决办法》第八条规定的三个条件，专家组裁决：驳回投诉人的转移域名请求。

独任专家：



二〇二〇年五月三十一日于北京

