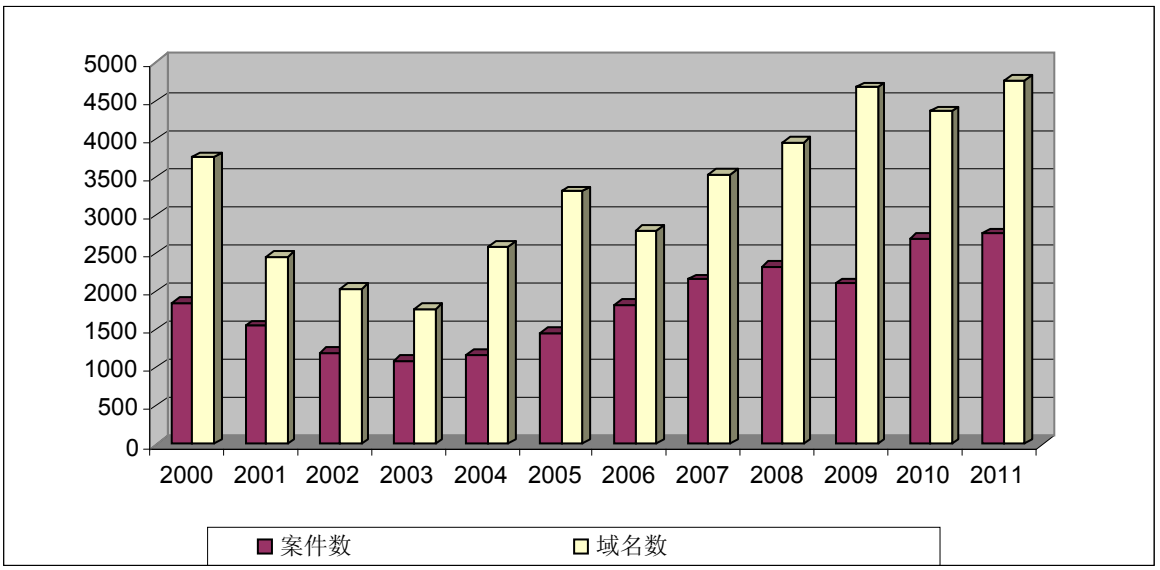
附件一

WIPO 历年域名案件和域名数量

年份	案件数	域名数
2000	1857	3760
2001	1557	2465
2002	1207	2042
2003	1100	1774
2004	1176	2599
2005	1456	3312
2006	1824	2806
2007	2156	3545
2008	2329	3958
2009	2107	4685
2010	2696	4367
2011	2764	4781



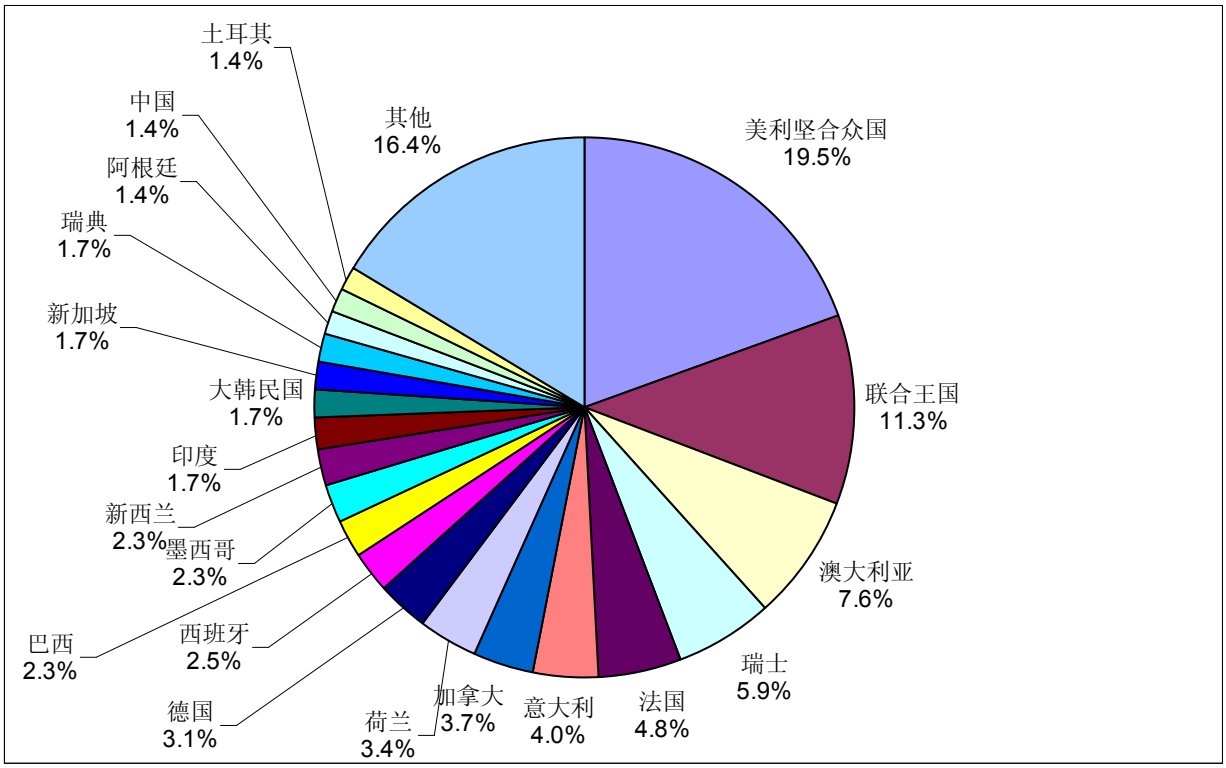
附件二

2011 年 WIPO 域名案件当事人地理分布
前 25 位

投诉人	案件数		被投诉人	案件数
美利坚合众国(US)	929		美利坚合众国(US)	786
法国(FR)	300		中国(CN)	339
联合王国(GB)	244		联合王国(GB)	178
丹麦(DK)	204		澳大利亚(AU)	171
德国(DE)	149		荷兰(NL)	99
瑞士(CH)	142		西班牙(ES)	94
荷兰(NL)	122		法国(FR)	81
意大利(IT)	92		加拿大(CA)	68
瑞典(SE)	81		土耳其(TR)	68
西班牙(ES)	77		印度(IN)	63
土耳其(TR)	43		大韩民国(KR)	51
加拿大(CA)	40		巴哈马(BS)	42
澳大利亚(AU)	39		印度尼西亚(ID)	39
墨西哥(MX)	39		墨西哥(MX)	39
印度(IN)	31		俄罗斯联邦(RU)	38
巴西(BR)	26		瑞士(CH)	36
奥地利(AT)	21		德国(DE)	35
爱尔兰(IE)	20		巴拿马(PA)	34
列支敦士登(LI)	18		泰国(TH)	27
比利时(BE)	13		日本(JP)	23
日本(JP)	13		乌克兰(UA)	22
卢森堡(LU)	13		意大利(IT)	20
大韩民国(KR)	9		罗马尼亚(RO)	17
马来西亚(MY)	8		巴西(BR)	15
新加坡(SG)	8		瑞典(SE)	15

附件三

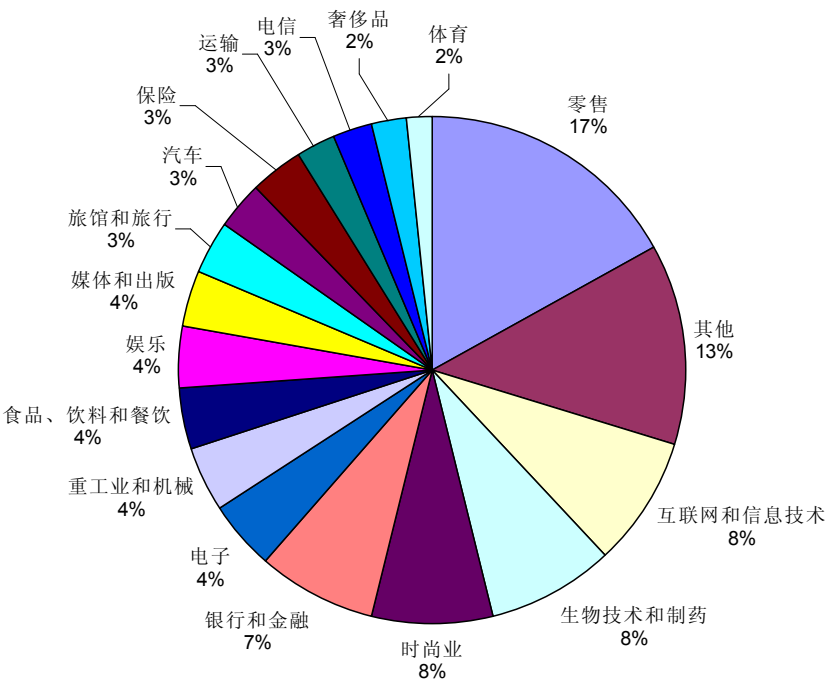
专家组地理分布
（gTLD 和 ccTLD 案件）



附件四

WIPO 域名投诉人的活动领域（2011 年）

行　　业	案件百分比
零　售	17.03%
其　他	12.71%
互联网和信息技术	8.39%
生物技术和制药	8.02%
时尚业	7.77%
银行和金融	7.40%
电　子	4.44%
重工业和机械	4.19%
食品、饮料和餐饮	4.01%
娱　乐	3.82%
媒体和出版	3.70%
旅馆和旅行	3.27%
汽　车	3.15%
保　险	3.08%
交通运输	2.65%
电　信	2.53%
奢侈品	2.04%
体　育	1.79%



附件五

WIPO 域名案例（2011 年）

行　　业	案　　例
汽　车	美国汽车协会、奥迪、宾利、BMW、雪佛兰、通用、本田、兰博基尼、路虎、米其林、倍耐力、保时捷、沃尔沃、大众
银行和金融	Akbank Turk、安联、美国运通、巴克莱、花旗银行、法国国民互助信贷银行、大来卡、盈丰银行、联合圣保罗、土耳其实业银行、麦格理、万事达卡、盛宝银行、Tesco Finance
生物技术和制药	拜耳、礼来、豪夫迈·罗氏、葛兰素集团、默克、诺华、辉瑞、赛诺菲-安万特、Walgreen Company
教　育	帝国理工学院、牛津大学、开罗美国大学、北卡罗来纳大学教堂山分校、温莎大学、奥克兰大学、墨尔本大学、宾夕法尼亚大学、斯图加特大学、耶鲁大学
电　子	亚胜、佳能、戴森、伊莱克斯、通用电气、IBM、英特尔、力奇、欧司朗、飞利浦、三星、夏普、西门子
娱　乐	Avid Life、Atlas Productions、Bwin、迪丽亚·艾芙伦、百代唱片、iTunes、巴黎歌剧院、普拉西多·多明戈歌剧基金会、二十世纪福克斯、维亚康姆、Virgin Entertainment
时尚业	阿迪达斯、勃肯、卡尔文克莱恩、匡威、卡骆驰、马丁靴、精英模特儿有限公司、雅诗兰黛、飞跃、Fitflop、约翰·加利亚诺、卡伦·米伦、欧莱雅、Luxotica、米索尼、Moncler、保罗·弗兰克、施华洛世奇、Vibram
食品、饮料和餐饮	欧世食品、Autogrill、百加得、嘉士伯、加州乳品加工协会、可口可乐、Krispy Kreme、Ladurée International、雀巢、纽迪希亚、百事可乐、红牛、瑞特运动、利乐拉伐
重工业和机械	阿尔斯通、安赛乐米塔尔、阿海珐、必和必拓、卡特彼勒、埃克森美孚、格兰富、巴西石油、道达尔、Tractor Supply Company
旅馆和旅行	雅高、B & B Hotels、四季酒店、洲际酒店、La Quinta、诺富特酒店、六洲酒店、华美达酒店、喜来登、索菲特酒店、喜达屋、Viceroy
保　险	安联、好事达、蓝十字与蓝盾协会、Covea Humana、GEICO、Totus、Unum
互联网和信息技术	苹果、思杰、戴尔、eBay、Facebook、谷歌、微软、Net-a-Porter、Paypal、SAP、Skype、Twitter、维基媒体、雅虎、Zenos
奢侈品	Burberry、Davidoff、Dolce & Gabbana、Etro、Fendi、Gassan Diamonds、Gucci、Hèrmes、J. Choo Limited、Omega、Pierre Balmain、Prada、Richemont、Tiffany

媒体和出版	CBS、CNN、Direct TV、Euronews、ITV、约翰威立、法国电台、Supermedia、美国出版商协会、Vogue、黄页公司
零　售	阿尔迪、Argos、好市多、爱步、HDM Furniture、宜家、乐高、勒克莱尔、美泰、奥克利、Shaw Industries、Smart Voucher、沃尔玛、Woolworths、Vibram
体　育	爱世克斯、阿迪达斯、Beachbody、克里夫兰布朗队、Doug Gilmour、国际足联、法国公开赛、澳大利亚轻驾车赛马协会、Links、Mammut、迈克·泰森、美国职业橄榄球联盟、莱德杯
电　信	黑莓、英国电信、德国电信、Orange、澳洲电信、土耳其移动通信、Verizon
交通运输	AIDA Cruises、亚航、法航荷航集团、易捷航空、Europcar、Flybe Group、International Trucks、汉莎航空、麦克货车、寰宇一家、斯堪尼亚、法国国铁
其　他	爱克发、高伟绅律师事务所、金霸王电池、Experion、凯洛格布朗路特、Mövenpick、宝洁、Public Storage、露华浓、精工爱普生、瓦莱罗、Vogel Paint

附件六

WIPO IP SERVICES
WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION

ICANN 新通用顶级域计划的法定权利异议

在 WIPO 提出法定权利异议须知

WIPO 仲裁与调解中心已被 ICANN 指定为 ICANN 新通用顶级域计划中基于商标的“授权前”法定权利异议唯一争议解决服务提供机构。这一机制是可用的各种新通用顶级域商标权利保护机制的一部分。

以下是有关法定权利异议的一些常问问题解答；这些解答汇总了权威的《ICANN 申请人手册》中的信息。ICANN 也另外提供有一份“异议和争议的解决情况说明书”。

- 什么是法定权利异议？
- ICANN 是否提供其他形式的异议方案？
- 专家组运用哪些标准来决定一项法定权利异议的结果？
- 何时可以提出法定权利异议？
- 权利人如何提出法定权利异议？
- 申请人是否必须对法定权利异议作出答辩？
- 法定权利异议的主要阶段有哪些？
- 诉状交换有多少轮？
- 是否开庭？
- 当事方能否对争议选择调解/和解？
- 提起法定权利异议和进行答辩需要多少费用？
- 语言上有没有要求？
- 有无字数/页数限制？
- 可以指定的专家有哪些？
- 专家组是怎样指定的？
- 有哪些救济可用？
- 对于申请的一个通用顶级域，如果有多个异议会如何？
- 专家组的裁决是否公布？
- 当事方是否保留在法院起诉的选项？
- WIPO 中心在法定权利异议中的作用是什么？
- WIPO 参与法定权利异议的背景
- 新通用顶级域获得批准后，有哪些商标保护机制可用？
- 关于 WIPO 参与域名系统的更多信息
- 有问题要提？

法定权利异议工具包

- 《ICANN 申请人指导手册》模块 3“争议解决程序”
- ICANN“新 gTLD 争议解决程序”
- WIPO 新通用顶级域争议解决规则
- WIPO 新通用顶级域争议解决收费表
- 法定权利异议常问问题
- 法定权利异议指南
- [即将发布：诉状范本]

附件七

关于 WIPO 专家组就 UDRP 若干问题所发表意见的概览
第二版
（“WIPO 概览 2.0”）

© 世界知识产权组织

1. 第一 UDRP 要素

1.1 与域名相同或混淆性相似的注册商标的拥有权是否自动满足 UDRP 第 4(a)(i)节的要求？

1.2 相同或混淆性相似的评判标准是什么？一个网站的内容是否会对评判结果造成影响？

1.3 包含商标和负面字眼的域名是否与投诉人的商标混淆性相似？（“sucks 案件”）

1.4 投诉人持有的 UDRP 相关商标权针对的是经过注册的商标，还是在域名注册后具有未注册权的商标？

1.5 投诉人能否持有对地名和识别符的 UDRP 相关权？

1.6 投诉人能否持有对人名的 UDRP 相关权？

1.7 投诉人需要出示哪些证据才能成功地对其普通法权利或未注册商标权进行主张？

1.8 商标被许可人或商标持有人的关联公司能否出于提交 UDRP 案件的目的具有商标权？

1.9 包含商标及通用性、描述性或地理名称的域名是否与投诉人的商标混淆性相似？

1.10 包含有常见或明显的拼写错误的商标的域名(即近似域名抢注)是否与投诉人的商标混淆性相似？

1.11 在对相同或混淆性相似进行评判时，是否对商标的已放弃或设计要素予以考虑？

2. 第二 UDRP 要素

2.1 是否需要投诉人证明被投诉人对争议域名不具有权力或合法利益？

2.2 被投诉人是否对由字典词汇构成的域名自动享有权力或合法利益？

2.3 注册商标商品或服务的分销商或经销商是否对包含该商标的域名享有权力或合法利益？

2.4 一个批评网站能否对争议域名产生权力或合法利益？

2.5 一个明星粉丝网站能否对争议域名产生权力或合法利益？

2.6 停放和着陆页面或点击付费(PPC)链接能否对争议域名产生权力或合法利益？

2.7 在被投诉人持有的商标与争议域名相符的情况下是否自动产生权力或合法利益？

3. 第三 UDRP 要素

3.1 如果在商标注册前或未注册商标权获得前注册域名是否构成恶意？

3.2 如果域名没有得到积极使用，域名持有人也没有主动出售域名或联系商标持有人(被动持有)，该情形是否构成恶意使用？

3.3 哪些行为构成妨碍商标持有人在相应域名中对商标进行体现的行为模式？

3.4 推定知情、故意无视或认定被投诉人“知情或本应知情”能否成为认定为恶意的依据？

3.5 争议域名网页中的免责声明有何作用？

3.6 和解讨论中作出的声明能否成为证明恶意的相关依据？

3.7 在裁定域名是否受到恶意注册时域名注册续展能否视作注册行为？

3.8 在网站出现的第三方或“自动生成”内容能否成为裁定恶意注册和/或使用的依据？

3.9 使用隐私或代理注册服务能否成为认定为恶意的依据？

3.10 通过使用"robots.txt"或类似机制在在线档案中禁止访问网站内容能否成为认定为恶意的依据？

3.11 对商标进行丑化能否成为认定为恶意的依据？

4. 程序方面的问题

4.1 如果之前有过与目前案件类似的事实问题或法律问题，那么之前的 UDRP 裁决对目前案件的影响力有多大？

4.2 WIPO 中心是否会向专家组主动提交补充性投诉申请？专家组在什么情况下可以受理这类申请？

4.3 程序的官方语言是什么？在这方面有哪些相关考虑因素？

4.4 在什么情况下能够受理再次提交的案件？

4.5 专家组在裁定过程中能否进行独立研究？

4.6 被投诉人未向投诉人作出回应(被投诉人缺席)时，投诉人是否自动获判其所请求的救济办法？

4.7 UDRP 的举证标准是什么？

4.8 在什么情况下可以向提起的投诉案件添加更多域名？

4.9 谁是涉及隐私或代理注册服务的案件的被投诉人？

4.10 投诉提起的延误是否会使投诉人无法根据 UDRP 提起投诉？

4.11 根据 UDRP，注册机构是否承担与注册人相同的法律责任？

4.12 能否出于和解目的中止 UDRP 程序？

4.13 被投诉人同意转让能否成为专家组根据 UDRP 对案件作出裁定的依据？

4.14 UDRP 程序和法庭程序的关系是什么？

4.15 国家法律对专家组对权利及合法利益和/或恶意的判定起到多大的作用？

4.16 多名投诉人能否对一名被投诉人提起单一合并投诉？单一合并投诉能否针对多名被投诉人提起？

4.17 在什么情况下可以作出反向域名侵夺或程序滥用的裁定？