



香港國際仲裁中心
Hong Kong International Arbitration Centre

ADMINISTRATIVE PANEL DECISION

行政专家组裁决

Case No.: DCN-0900330

案件编号: DCN-0900330

投诉人:	Salton Europe Limited
被投诉人:	郑卜文
争议域名:	georgeforeman.cn
注册商:	厦门易名网路科技有限公司

一、 案件程序

香港国际仲裁中心于 2009 年 4 月 9 日收到投诉人提交的投诉书, 就 georgeforeman.cn 和 georgeforeman.com.cn 两个域名提起投诉。2009 年 4 月 16 日, 香港国际仲裁中心以电子邮件向投诉人传送确认收到投诉书通知, 确认收到投诉人的投诉书。同日, 香港国际仲裁中心向域名注册机构厦门易名网路科技有限公司及中国互联网络信息中心以电子邮件传送注册信息确认函, 请求确认本案争议域名的相关信息。2009 年 4 月 17 日, 域名注册机构回复香港国际仲裁中心, 确认本案争议域名由其提供注册服务, 并提供有关争议域名的注册信息。由于域名注册机构提供的信息表明上述两个争议域名的注册人不同, 香港国际仲裁中心于 2009 年 4 月 17 日要求投诉人就以上两个争议域名分开投诉, 并提交修改后的投诉书。2009 年 4 月 21 日, 投诉人以电子邮件表示不同意分开投诉, 要求域名注册机构提供进一步的信息, 在有关信息确认之后, 再提交修改的投诉书。香港国际仲裁中心与域名注册机构经过多次联系, 发现投诉人在提交投诉时, 将有关资料一并转移给被投诉人, 在注册机构回复有关注册信息的期间, 被投诉人将争议域名持有人资料进行变更, 因此出现上述两个争议域名不同注册人的情况。2009 年 5 月 25 日, 香港国际仲裁中心就该问题向中国互联网络信息中心咨询有关解决办法, 同日, 中国互联网络信息中心的专家回复, 应该将这两个争议域名分开, 然后展开两个争议解决程序。因此, 本争议解决程序解决有关 georgeforeman.cn 的争议。而另一争议域名交由另一程序解决。

2009 年 6 月 5 日, 香港国际仲裁中心以电子邮件向被投诉人传送程序开始通知, 同时转送业经审查合格的投诉书及所有附件材料, 要求被投诉人按照规定的期限提交答辩。该邮件抄送投诉人和域名注册机构。由于被投诉人未按程序规则和补充规则在规定期限内向香港国际仲裁中心和投诉人提交答辩, 香港国际仲裁中心于 2009 年 7 月 4 日以电子邮件向投诉人和被投诉人传送缺席审理通知, 通知双方当事人, 香港国际仲裁中心将会很快指定专家, 缺席审理本案, 并予以裁决。

由于投诉人选择由一人专家组审理案件, 被投诉人既未提交答辩, 也未表明如何选择专家组, 根据程序规则和补充规则的规定, 本案应由香港国际仲裁中心指定一名专家, 成立独

任专家组，予以审理。香港国际仲裁中心于 2009 年 7 月 4 日以电子邮件向香港国际仲裁中心拟指定的独任专家赵云博士传送列为候选专家通知，请赵云博士确认：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。2009 年 7 月 5 日，赵云博士回复确认，同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2009 年 7 月 6 日，香港国际仲裁中心以电子邮件向双方当事人及上述拟定专家传送专家指定通知，确定指定赵云博士为本案独任专家，成立一人独任专家组，审理本案，并将案件移交专家组。根据程序规则的规定，专家组应于成立之日起 14 日内即 2009 年 7 月 20 日或之前做出裁决。

二、基本事实

（一）关于投诉人

本案投诉人是 Salton Europe Limited，为一家美国公司，其注册地址为 1955 West Field Ct., Lake Forest, IL 60645, United States of America。投诉人委托 Steven Birt 作为本案代理人参与本案争议解决程序。

（二）关于被投诉人

本案被投诉人是郑卜文。被投诉人于 2007 年 4 月 11 日通过厦门易名网路科技有限公司注册了本案争议域名 georgeforeman.cn。

三、当事人主张

（一）投诉人诉称：

投诉人乃一家美国上市公司，主要于伊利诺斯州设计、制造、分销及供应广泛系列的小型厨房及家用电器、家用电子产品、餐桌用品、時計产品、照明产品及个人护理与健康用品。Salton 品牌于 1947 年由犹太裔移民 Lou Salton 创立。他发明了第一块加热板，并建立了目前由投诉人经营的生意。时至今日，投诉人已成为多种著名优质小型电器数一数二的设计者、经销商及分销商，知名品牌包括 Salton, George Foreman, Toastmaster, Breadman, Juiceman, Westinghouse, Farberware, Melitta, Russell Hobbs, Tower 及 Haden。投诉人的室内烧烤炉、多士炉、榨汁机、面包机、平底铁锅、格子松饼机及自助餐炉具/热板在世界各地均占有重大的市场份额，其他产品类别亦有庞大的市场占有率。投诉人亦设计及分销餐桌用品、時計产品、照明产品及个人护理与健康用品，品牌包括 Ultrasonex, Mountain Breeze, Salton 及 Pifco。投诉人透过一支内部销售队伍、互联网及独立委派营业代表网络在全球各地推广及销售其产品。

投诉人最成功的产品之一，是 George Foreman 瘦身脂肪减少烧烤机。投诉人已获得两届世界重量级拳击冠军 George Foreman 先生名字的使用权。投诉人的烧烤机已成为全球知名的平价减肥快煮家居用品。自 1995 年首次推出市场以来，全球各地已售出超过一亿部烧烤机。最近，George Foreman 先生及香港著名影星成龙先生更成为投诉人烧烤机的产品代言人，大规模的推介及销售活动最近已在中国市场展开。自投诉人于 1955 年取得 George Foreman 名字的使用权后，投诉人及其联营公司、零售商、分销商及特许权持有人

等等一直在世界各地使用该商标/名称。投诉人一直向其客户提供及销售注有 George Foreman 标志的产品。该等客户包括许多具领导地位的英国和美国零售商。

虽然投诉人的所有产品均在中国制造，但投诉人也在中国、英国、香港、中国、西班牙及德国等地经营以 Salton 名称其本身的专责销售及市场推广办事处。投诉人在中国不同省份有超过 160 个销售点，投诉人的销售点包括大型百货公司及著名公司。

投诉人一直在世界各地大力宣传及推广其公司及 George Foreman 品牌产品，其努力已取得成果，带来了庞大收入。经过各方面的销售、宣传及市场推广努力，投诉人的 George Foreman 品牌产品在香港、中国以至世界各地已建立和取得了卓著的声誉。家用电器业及公众人士均认可投诉人产品的独特设计，并将设计与投诉人联想在一起。此外，George Foreman 已成为全球家用电器业的卓越商用名称/商标，以致一提起 George Foreman，只会联想到投诉人，该名称也是投诉人制造的优质产品的同义词。投诉人乃 George Foreman 商标的拥有人。该商标最迟自 1995 年起已在世界各地用以命名（其中包括）投诉人或其联营公司制造的家用电器。投诉人已在全球各地为本身提供的多项货品和服务以不同类别注册 George Foreman 商标，包括但不限于中国、澳洲、巴西等国。

此外，George Foreman 先生已将域名 www.georgeforeman.com 注册。除了是 George Foreman 先生的官方网站，该网站也宣传 George Foreman 先生担任代言人的不同产品，包括投诉人以 George Foreman 为品牌的产品。另外，投诉人亦将域名 igrillwithgeorge.com 注册，该网址连线至 www.georgeforemancooking.com，旨在推广其 George Foreman 品牌产品。该等网站的域名乃投诉人的业务及其联营公司有关 George Foreman 品牌产品的不可分割部分。投诉人的 George Foreman 品牌产品的知名度，可见于 George Foreman 名称/标志在 google.com 的互联网搜寻。鉴于投诉人在世界各地的地位，投诉人的商标 George Foreman 乃以著名商标，并有权享有重大的保护。

1. 争议域名与投诉人享有权利的商标或商用名称相同，或相似程度足以混淆

争议域名完全抄袭投诉人的 George Foreman 标志及有关域名。投诉人投资了巨额金钱发展其在互联网的影响力。争议域名包括投诉人的 George Foreman 标志和域名。尤其将争议域名与域名 georgeforeman.com 作一比较时，唯一不同之处为争议域名包括顶级域名.cn。具国际规模的公司很多时候均会注册次级相同但顶级域名不同的若干域名，因此，倘若被投诉人或任何其他公司使用含有投诉人商标的争议域名，公众人士及互联网用户将会产生混淆，误以为投诉人使用争议域名在中国经营业务及/或争议域名的拥有人与投诉人有关。

2. 被投诉人对于域名没有权利或合法权益

被投诉人与投诉人没有关联，既非投诉人的特许权持有人，亦非获投诉人授权使用 George Foreman 标志或任何其他类似标志作域名或其他用途。据投诉人所知，George Foreman 从未授权被投诉人使用其名字。

3. 争议域名已经注册，现正被不真诚地使用

投诉人于 2007 年 10 月或左右发现争议域名。当时浏览到争议域名时，被导引至一个有烧烤机名单的网页，例如 Dcs Grill, George Foreman 手册等。投诉人与任何该等第三方概无

关联。这表示被投诉人将争议域名注册，意图分散注意力，透过争议域名将互联网浏览者导引至被投诉人、其联营公司或客户。如果客户拟搜寻投诉人的 George Foreman 品牌产品，但误入争议域名网站，客户将会被导引至发售与投诉人所发售产品类似的第三方网站。此外，被投诉人原记录于中国互联网信息中心注册处的行政用电邮为 names_for_sale@yahoo.com.cn。该电邮清楚显示被投诉人正在将不同域名注册，以期透过出售、出租或以其他方式转让该等域名予其他人士图取可观的代价。显而易见，被投诉人明知投诉人及其商标 George Foreman 存在而选择将争议域名注册，并使用争议域名宣传烧烤机产品及/或进行域名抢注。

此外，投诉人依赖其代理人与被投诉人之间的往来书信。2007 年 10 月 31 日，代理人向被投诉人发出申索函，解释投诉人在 George Foreman 名称/标志项下的权利，其中要求被投诉人安排转让争议域名予投诉人。代理人同日收到被投诉人电邮，表示希望日后收到中文函件。2007 年 11 月 1 日，被投诉人致电代理人，否认注册有关域名构成侵权，更声称已向相关注册处有效注册该等域名。其后数日，被投诉人几次联络代理人。代理人于 2007 年 11 月 5 日向被投诉人发电邮，再次邀请其遵守有关要求。2007 年 11 月 7 日，代理人接到被投诉人电话，被投诉人再次强调没有侵犯投诉人的权利，辩称 George Foreman 标志并非在中国注册，且仅代表一个人名，人人均有权使用。代理人同日受到被投诉人载列所述论点的一个电邮，[以及从电邮地址 zhnbiz@gmail.com](mailto:zhnbiz@gmail.com) 发出的另一个电邮，该电邮要约以 1000 美元出售争议域名。该电邮虽没有显示被投诉人的名字，但发出者已清楚表示他正要约出售争议域名。很明显，只有域名拥有人有权转让争议域名。电邮中的要约价钱亦与被投诉人在 2007 年 11 月 7 日的通话中所告知者相符。此外，该电邮是在代理人向被投诉人发出追索函不久后收到的。除被投诉人外，应无任何人知悉代理人现正代表投诉人就争议域名采取法律行动。

2008 年 12 月，再次浏览争议域名，域名导引至一个似乎有多项货品及服务提供的供应商名录网站，尽管该网站已没有显示其他烧烤机供应商的网站连接，但被投诉人很明显并无经营该网站的真正意向，只是上载其他一些内容，希望避免争议域名被合法拥有人质疑。

投诉人的 George Foreman 名称/标志全球之名，包括所有华语国家。被投诉人未听闻 George Foreman 乃一全球品牌，实在难以令人信服。这表示被投诉人以不真诚的用意注册争议域名。被投诉人透过与投诉人的 George Foreman 标志及域名相同，或相似程度足以混淆的争议域名注册，是故意混淆公众视听，欺骗公众人士，削弱投诉人的声誉和商誉。最低限度也是无视投诉人的合法知识产权权利。于 2007 年 4 月 10 日，投诉人在香港举行记者招待会，宣布推出投诉人由成龙先生担任亚洲区代言人的 George Foreman 烧烤机。成龙先生及 George Foreman 先生均出席了记者招待会。争议域名乃由被投诉人于 2007 年 4 月 11 日注册，仅为记者招待会后一日。被投诉人的不真诚动机，可见于他在注册争议域名时甚至没有加上其地址或住址这一事实。不加上地址或住址，令知识产权拥有人难以采取任何强制执行行动。

根据解决办法的规定，并基于上述理由，投诉人请求本案专家组裁决：本案争议域名应转移给投诉人。

（二）被投诉人辩称：

针对投诉人的上述投诉主张，被投诉人在规定的期限内没有提交答辩意见。

四、专家组意见

专家组依据解决办法、程序规则及补充规则的规定对本域名争议案进行审理裁决。

根据解决办法第八条的规定，符合以下条件的投诉，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。

解决办法第七条规定，投诉人和被投诉人应当对各自的主张承担举证责任。

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）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；
- （三）注册或受让域名是为了损害投诉人的声誉，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、答辩书及有关证据材料，本案专家组意见如下：

（一）关于完全相同或混淆性相似

投诉人提交的证据表明，投诉人是一家生产、经销小型电器的美国公司，自 1995 年获得 George Foreman 名字的使用权，并用于其烧烤机的推广和销售。“George Foreman”标志在世界上许多国家和地区获得注册，该商标早于 2000 年就在中国获得注册，这些时间都远远早于争议域名的注册日期。该商标目前处于注册有效期内。由此，专家组认定，投诉人就“George Foreman”商标拥有受中国法律保护的注册商标专用权。

本案争议域名 georgeforeman.cn 的主要部分“georgeforeman”与投诉人的注册商标“George Foreman”完全相同，该争议域名的使用极为容易使公众误认为使用争议域名的网站是投诉人开办的网站，或与投诉人存在某种联系，足以导致产生混淆。

因此，专家组认定投诉人的投诉已满足解决办法第八条所规定的第一个条件。

（二）关于被投诉人权利或合法利益

投诉人主张被投诉人对争议域名或其主要部分不享有任何合法权益，也从未授权其使用该注册商标或域名。被投诉人对投诉人的主张未予反驳，也没有举证证明其对争议域名或其中的主要部分享有合法权益，亦无证据显示被投诉人对争议域名或其主要部分享有任何合法权益。依据现有证据，专家组无法得出被投诉人对争议域名拥有合法权益的结论。据

此，专家组认定被投诉人对争议域名“georgeforeman.cn”或其主要部分“georgeforeman”不享有合法权益。

本案投诉已符合解决办法第八条所规定的第二个条件。

（三）关于恶意

投诉人提供的证据表明，投诉人就其“George Foreman”商标早于 2000 年就在中国享有注册商标专有权。“George Foreman”一词虽然是人名，但是该人名是国际上一位知名人士的名字，而且经过授权，由投诉人进行商业化使用，经过多年的推广，该词汇已经与投诉人及其产品紧密联系在一起，已经超出其原有的含义。经过投诉人多年的宣传和市场运作，该商标已成为凝聚投诉人商誉的商业标识，为广大公众，尤其是小型电器行业的人士所熟知。投诉人就该品牌的产品获得庞大收入，在中国许多省市均有销售点，而且有知名人士担任其代言人，这一切都无形增加了其影响力和知名范围。被投诉人注册争议域名的时间紧紧晚于投诉人召开有关委任成龙先生为其代言人的记者招待会一天，这不能说是一种巧合。投诉人提交的证据还表明，争议域名的网站最初就是连接至有关烧烤机发售的网站，这一内容与被投诉人该商标的用途完全一致。基于投诉人商标的知名度以及该争议域名的网站内容等事实，专家组确信被投诉人应当知道投诉人及其注册商标的存在。被投诉人明知自己对“George Foreman”商标标识不享有任何合法权益，仍然将这一品牌注册为自己的域名，客观上必然阻止了作为商标权人的投诉人将自己的商标用于域名注册，妨碍了投诉人在互联网上使用自己的域名进行商业活动。其注册行为本身即具有恶意。投诉人的证据进一步显示，被投诉人曾经以 1000 美元的价格向其出售该争议域名，这已经构成解决办法中规定的典型的恶意情形之一，即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。

鉴于此，专家组认定，被投诉人注册争议域名具有解决办法第九条所规定的恶意。

五、 裁决

基于上述案件事实和理由，本案专家组裁决：

投诉人以被投诉人注册争议域名 georgeforeman.cn 而提起的投诉成立，争议域名 georgeforeman.cn 应转移给投诉人。

独任专家组专家：赵云
二零零九年七月七日