



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-0900351**

**案件编号: DCN-0900351**

---

投诉人: Salton Inc.

被投诉人: 王国萍

争议域名: georgeforeman.com.cn

注册商: 厦门易名网络科技有限公司

---

**一、案件程序**

2009年4月9日, 投诉人根据中国互联网络信息中心(CNNIC)2006年3月17日生效实施的《中国互联网络信息中心域名争议解决办法》(下称解决办法)、《中国互联网络信息中心域名争议解决程序规则》(下称程序规则)以及香港国际仲裁中心2006年6月26日生效实施的《香港国际仲裁中心关于〈中国互联网络信息中心域名争议解决办法〉补充规则》(下称补充规则)向香港国际仲裁中心提交了中文投诉书, 并选择由一人专家组审理本案。

2009年4月16日, 香港国际仲裁中心以电子邮件方式向投诉人传送投诉确认通知, 确认收到了投诉人的投诉书及相关案件费用。同日, 香港国际仲裁中心向域名注册服务机构厦门易名网络科技有限公司传送注册信息确认函, 请求确认注册信息。

2009年4月17日, 争议域名注册商回复确认注册信息, 确认本案争议域名由其提供注册服务, 争议域名的注册人为王国萍。

2009年5月11日, 根据香港国际仲裁中心的要求, 投诉人以电子邮件形式向香港国际仲裁中心提交经修改的争议域名投诉书。

2009年6月5日, 香港国际仲裁中心以电子邮件方式向被投诉人传送程序开始通知, 要求被投诉人根据程序规则及补充规则的规定于20天内提交答辩, 并同时转送业经审查合格的投诉书副本。

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

提交答辩，2009年7月4日，香港国际仲裁中心以电子邮件方式发出缺席审理通知，通知双方当事人，香港国际仲裁中心将会尽快指定专家，缺席审理本案。

2009年7月7日，香港国际仲裁中心向双方当事人及高卢麟先生传送专家确定通知，指定高卢麟博士为本案独任专家，成立独任专家组，审理本案。

按照程序规则的规定，专家组应于成立之日（2008年7月7日）起14日内即2009年7月21日或之前做出裁决。

## 二、基本事实

### （一）关于投诉人

投诉人是 Salton Inc.，为一家美国公司，其地址为 1955 West Field Ct., Lake Forest, IL 60045 United States of America。投诉人在本案中的委托代理人是齐伯礼律师行。

### （二）关于被投诉人

被投诉人是王国萍，其于2009年4月9日受让本案争议域名“georgeforeman.com.cn”。

## 三、当事人主张

### （一）投诉人诉称：

根据 Whois 数据库中有关域名注册服务机构于2009年4月7日查阅的记录，郑建国（“前所有人”）为争议域名（及另一个“georgeforeman.cn”的域名）的注册人，在 Whois 数据库中有关该等域名于2009年4月7日查阅的资料，其副本载于附录[一]。但是当投诉人于2009年4月9日于18:13提交有关两个域名的争议投诉后（副本也于同日于18:17发送到前所有人），香港国际仲裁中心通知争议域名的注册人为王国萍，而“georgeforeman.cn”的注册人为郑卜文，因此王国萍在本诉讼中列名为被投诉人。在 Whois 数据库中有关争议域名于2009年5月27日查阅的资料，其副本载于附录[一 A]。投诉人于香港国际仲裁中心提交及发送到前所有人的争议投诉，其封面电邮载于附录[一 B]。于2009年4月24及30日，因为投诉人的要求，域名注册服务机构提供了有关两个域名的注册人的历史资料，显示“georgeforeman.cn”及“georgeforeman.com.cn”的域名于2009年4月9日于18:30由“郑建国”转让到郑卜文 / 王国萍（“该等转让”）。该等转让明显于投诉人于香港国际仲裁中心提交及发送到前所有人本争议投诉之后发生的。域名注册服务机构于2009年4月24及30日的电邮副本载于附录[一 C]。

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年由犹太裔波兰移民 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、Toastermaster、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，其它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。在其网址下载的投诉人资料、历史及产品打印本载于附录[四]。

以下概述投诉人简史：

- 1831 Ingraham® 品牌時計产品于 1831 年开始使用
- 1926 Toastermaster® 推出首部有自动跳起装置的多士炉
- 1947 Salton® 品牌推出
- 1988 Current Corporation (投诉人)成立
- 1991 首次公开售股
- 1995 收购使用 George Foreman 名称的权利
- 1995 首次推出注有「George Foreman」商标的烧烤器具  
「George Foreman」品牌

投诉人最成功的产品之一，是「George Foreman 瘦身脂肪减少烧烤机」(「投诉人烧烤机」)。投诉人已取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(100,000,000)部投诉人烧烤机。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 1995 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。附录[五]提供了显示「George Foreman」商标/商用名称使用情况的单张/小册子。

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零售商，计有 Amazon、Argos、Asda、Comet、Currys、John Lewis、Robert Dyas、Tesco、TJ Hughes 及 Woolworths 等。在美国，「George Foreman」品牌产品在 Target Corporation、Sears、Federated Department Stores、May Company Department Stores、QVC 及 Bed Bath & Beyond 销售。

虽然投诉人的所有产品均在中国制造，但投诉人也在美国、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。附录[六]提供了一份详细载列投诉人销售及市场推广办事处名称、地点及联

络资料的名单。

投诉人在中国不同省份有超过 160 个销售点，包括但不限于北京、青岛、沈阳、成都、杭州、宁波、上海、东莞、福州、广州、深圳、南京、苏州及无锡。投诉人的销售点包括大型百货公司及著名公司，例如湖南快乐购物有限公司、上海西和乐商贸有限公司、沃尔玛（中国）投资有限公司山姆会员、广州康健远程服务有限公司、苏州欧尚超市有限公司、上海永乐家电电器有限公司(永乐新大陆)、北京华融家乐福商业有限公司(创意佳店)、北京沃尔玛百货有限公司山姆会员店、青岛永旺东泰商业有限公司、沃尔玛（中国）山姆会员店福建福州店、北京家乐福商业有限公司（双井店）、上海永乐家电电器有限公司(永乐田林店)、南京美富隆贸易有限公司、深圳乐荣超市有限公司、杭州大厦购物中心、沈阳家乐福商业有限公司、宁波家乐福商业有限公司、东莞家乐福世纪广场店。

基于上文所述理由，投诉人的「George Foreman」品牌产品已在世界多国出售。

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。投诉人由 2002 年至 2007 年的「George Foreman」品牌产品毛利如下：

年度	毛利 (美元)	港元等值
2007	48,700,000	379,860,000
2006	61,700,000	481,260,000
2005	69,500,000	542,100,000
2004	76,200,000	594,360,000
2003	104,400,000	814,320,000
2002	102,000,000	795,600,000

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。附录[七]提供了投诉人及/或投诉人香港及中国分销商分发的广告资料。附录[八]则提供了投诉人在中国推行的一些宣传活动照片。

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」标志，包括但不限于香港、中国、澳洲、巴西、加拿大、CTM、印度、印尼、日本、韩国、墨西哥、纽西兰、新加坡、南非、台湾、美国及阿拉伯联合酋长国。附录[九]以图表方式载列了「George Foreman」在不同国家的一些商标注册及有关商标查册副本。附录[十]则表列投诉人的架构。

从附录[九]及附录[十]可见，投诉人乃「George Foreman」商标注册的拥有人。

此外, George Foreman 先生(投诉人向其取得「George Foreman」名字的使用权)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。在「合约」(Contract) 一段「Foreman 产品」(Foreman Products)项下, 已说明「阁下如对我们的烧烤用品有任何建议或意见, 或如需要进一步资料, 请电邮至 foremangrills@saltonusa.com」(If you have suggestions, comments or need more information on my grills please send them to foremangrills@saltonusa.com)。这里提到以「George Foreman」为品牌的产品, 而该处所述电邮「foremangrills@saltonusa.com」则属投诉人所有。附录[十一]提供了「www.georgeforeman.com」网站的相关资料摘要。附录[十二]载有显示投诉人为域名「saltonusa.com」拥有人的 Whois 搜寻结果打印本。

另外, 投诉人亦已将域名「igrillwithgeorge.com」注册, 该网址联机至 www.georgeforemancooking.com, 旨在推广其「George Foreman」品牌产品。该网站的摘要资料载于附录[十三]。

该等网站的域名「www.georgeforeman.com」及「www.igrillwithgeorge.com」(「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。George Foreman 先生自 1998 年或左右开始已拥有域名「georgeforeman.com」, 域名「igrillwithgeorge.com」则由投诉人于 2006 年或左右开始拥有和使用。上述两个网站是用以推广和销售投诉人及其联营公司在世界各地提供的「George Foreman」品牌产品和服务。此外, 该两个网站为互联网用户提供投诉人的所有最新消息及产品资料。附录[十二]载有显示该等域名的 Whois 搜寻结果打印本。

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。搜寻中首 100 个结果载于附录[十五]。大部分结果均以「George Foreman」名称/标志提述投诉人的「George Foreman」品牌产品, 一些结果则与 George Foreman 先生(投诉人向其取得「George Foreman」名字的使用权)有关。

鉴于投诉人在世界各地的地位, 投诉人的商标「George Foreman」乃一著名商标, 并有权享有重大的保护。[见附录[十六]内 Six Continents Hotels, Inc.诉 CredoNIC.com 一案, 世界知识产权组织案件第 D2005-0755 号及第 D2004-0987 号。

本投诉基于以下理由:

A. 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「georgeforeman.com.cn」完全抄袭投诉人的「George Foreman」标志及「georgeforeman.com」和「igrillwithgeorge.com」域名。因此, 争议域名与投诉人的「George Foreman」标志和域名相同, 或相似程度足以混淆。

投诉人投资了巨额金钱发展其在互联网的影响力。如上所述, 投诉人及/或联营公司已将「George Foreman」商标在香港、中国、澳洲、巴西、加拿大、CTM、印度、印尼、日本、韩国、墨西哥、纽西兰、新加坡、南非、台湾、美国及阿拉

伯联合酋长国注册，而透过域名在互联网上亦有重大的影响力。投诉人透过互联网进行的业务现正稳步发展。

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「.com.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(.com、.cn 及.com.cn 等)不同的若干域名 (此处为「georgeforeman」)，因此，倘若被投诉人或任何其它公司使用含有投诉人商标「George Foreman」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/或争议域名的拥有者与投诉人有关。

**B. 被投诉人对于域名没有权利或合法权益：**

被投诉人对于争议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，亦无获投诉人授权使用「George Foreman」标志或任何其它类似标志作域名或其它用途。[见附录[十七]内 Six Continents Hotels, Inc. 诉 IQ Management Corporation 一案，世界知识产权组织案件第 D2004-0272 号]

据投诉人所知，George Foreman 从未授权被投诉人使用其名字「George Foreman」。

**C. 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。我们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」及「抗凝结烧烤机」等。附录[十八]载有争议域名网页的打印本。每一项目均链接至有第三方烧烤机发售的另一网站。附录[十九]提供了其中一些第三方网站的打印本。

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，前所有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」。有关争议域名于 2007 年 10 月 17 日查阅的 Whois 数据库搜寻资料副本随附于附录[二十]。该电邮清楚显示前所有人正在将不同域名注册，以期透过出售、出租或以其它方式转让该等域名予其它人士图取可观的代价(这种做法一般称为「域名抢注」)。显而易见，前所有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，投诉人倚赖其律师齐伯礼律师行(「齐伯礼律师行」)与前所有人之间的往来书信。

(a) 于 2007 年 10 月 31 日，齐伯礼律师行向前所有人发出申索函，解释投诉人在「George Foreman」名称/标志项下的权利，其中要求前所有人安排转让争议域名予投诉人。

(b) 齐伯礼律师行同日收到前所有人电邮，表示希望日后收到中文函件。

(c) 于 2007 年 11 月 1 日, 前所有人致电齐伯礼律师行。在其与齐伯礼律师行见习律师 Joanne Mok 女士的通话中, 前所有人否认注册有关域名构成侵权。前所有人更声称他已向相关注册处有效注册该等域名。

(d) 其后数日, 前所有人有几次联络齐伯礼律师行, 齐伯礼律师行因此于 2007 年 11 月 5 日向前所有人发出电邮, 再次邀请其遵守有关要求。

(e) 于 2007 年 11 月 7 日, 齐伯礼律师行接到前所有人电话, 莫女士再次与他对话。前所有人再次强调他没有侵犯投诉人的权利。他辩称投诉人的「George Foreman」标志并非在中国注册, 且「George Foreman」仅代表一个人名, 人人均有权使用。他说他会向齐伯礼律师行发出一个载列其论点的电邮。前所有人当时告知莫女士他准备以 1,000 美元将有关域名转让予投诉人。不过, 他表示将以另一电邮地址向齐伯礼律师行发出载列其要约的电邮, 因他不想齐伯礼律师行在法庭上将其电邮作为针对他的证据。

(f) 齐伯礼律师行同日收到前所有人载列其与莫女士通话中所述论点的一个电邮, 以及从电邮地址「zhnbiz@gmail.com」发出的另一个电邮, 该电邮要约以 1,000 美元出售争议域名。

附录[二十一]提供了齐伯礼律师行与前所有人之间的往来电邮副本。

有关提出要约以 1,000 美元出售争议域名的电邮, 尽管该电邮没有显示前所有人的名字, 但发出者已清楚表示他正要约出售「georgeforeman.com.cn」及「georgeforeman.cn」域名。很明显, 只有域名拥有人(即前所有人)有权转让争议域名。电邮中的要约价钱 1,000 美元亦与前所有人在 2007 年 11 月 7 日与莫女士的通话中所告知者相符。此外, 该电邮是在齐伯礼律师行向前所有人发出追索函不久后收到。除前所有人外, 应无任何人知悉齐伯礼律师行现正代表投诉人就争议域名采取法律行动。

基于上文所述理由, 前所有人将争议域名注册, 企图透过向其它人士转让域名, 牟取可观代价。

于 2008 年 12 月, 我们再次浏览争议域名。域名导引至一个似乎有多项货品及服务(包括化妆品、鲜花、计算机、汽车出租等)提供的供货商名录网站。该网页的打印本载于附录[二十二]。尽管该网站已没有显示其它烧烤机供货商的网站连结, 但前所有人很明显并无经营该网站的真正意向, 只是上载其它一些内容, 希望避免争议域名被合法拥有人质疑。

在 VENTURUM Gmbh 诉 Domain Collection Inc/Coventry Investments Ltd. 一案中, 世界知识产权组织案件第 D2003-0405 号 (见附录[二十三]), 陪审团认为被投诉人经营出售域名并从中图利的生意有不真诚之处。

投诉人的「George Foreman」名称/标志全球知名, 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。被投诉人透过将与投诉人的「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, 是故意混淆公众人士视听, 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。有关该记者招待会的新闻报导载于附录[二十四]。该记者招待会的节目程序及有关报章报导载于附录[二十五]。根据附录[一]注明的域名搜寻记录, 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。

此外, 当投诉人于 2009 年 4 月 9 日于 18:13 提交第一份有关争议域名及 "georgeforeman.cn" 的投诉后 (副本也于同日于 18:17 发送到前所有人):

(a) 前所有人立即于 2009 年 4 月 9 日于 18:30 将争议域名及 "georgeforeman.cn" 的域名转让给转让到郑卜文/王国萍。该等转让显然是因知道争议域名很有可能因不真诚动机而被裁决转移给投诉人。这清楚显示被投诉人不是真诚地持有争议域名, 及

(b) 一位 "Zheng Jianguo" 于 2009 年 4 月 13 日发送一电邮给投诉人, 要约以 1,000 元出售 "georgeforeman.cn" 的域名。"Zheng Jianguo" 似是前所有人 "建国" 的英文音译, 虽然电邮是不同的。无论如何, 只有域名拥有人有权转让他名下的域名。附录[二十六] 提供了该电邮的副本。

(二) 被投诉人辩称:

被投诉人未在规定期限内进行答辩。

#### 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) 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) 注册或者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及其所附证据材料，本案专家组意见如下：

(一) 关于完全相同或混淆性相似

根据投诉人提交的证据，投诉人早于 2001 年在中国就“GEORGE FOREMAN”分别在第 7、11、21 类上获得第 1697769 号、第 1638004 号及第 1672623 号商标注册，目前均处于有效期内。上述商标的注册时间均早于本案争议域名的注册时间（2007 年 4 月 11 日）。因此，投诉人就上述“GEORGE FOREMAN”标识在中国享有在先的商标权。

关于本案争议域名与投诉人享有专用权的商标是否构成混淆性相似，专家组发现，“georgeforeman”为争议域名的识别部分，与投诉人享有在先权利的注册商标“GEORGE FOREMAN”的区别仅在于：1、投诉人商标为大写，而该争议域名为小写；2、投诉人商标的“GEORGE”与“FOREMAN”字符之间有空格，而争议域名没有空格。针对上述两点区别，专家组认为：首先，字母大小写只是文字形式上的变化，对文字的实质含义并不会产生任何影响，因此，投诉人商标与争议域名识别部分的大小写之间的差别并不足以区分二者；其次，根据域名注册相关规则，注册的域名字符中间并不允许有空格出现，因而被投诉人取消“GEORGE FOREMAN”之间的空格并不足以将争议域名与投诉人商标相区别。特别是在投诉人的上述注册商标具有较高知名度的情况下，被投诉人注册与投诉人商标近似甚至相同的域名极易导致混淆。

综上所述，专家组认为，争议域名与投诉人享有专用权的商标构成混淆性相似。投诉符合解决办法第八条规定的第一个条件。

(二) 关于被投诉人权利或合法权益

投诉人主张被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法权益，被投诉人既非投诉人的特许权持有人，也无获投诉人授权使用“GEORGE FOREMAN”标志或任何其他类似标志作域名或其他用途。

被投诉人没有在规定期限内进行答辩。

专家组认为，投诉人指出其从未许可或授权被投诉人使用“GEORGE FOREMAN”或其他类似标识作域名或其他用途。在这种情况下，被投诉人对争议域名是否享有合法权益具有举证责任。但被投诉人未在规定的期限内提交答辩意见，未能举证证明其对争议域名或其主要部分享有任何合法权益。专家组根据现有的证据，无法得出被投诉人对争议域名享有权利或者合法权益的结论。

因此，专家组按照解决办法、程序规则及补充规则规定的缺席审理规则处理，推定被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法权益。因此，投诉人的投诉符合解决办法第八条规定的第二个条件。

(三) 关于恶意

首先，投诉人提供的证据表明，投诉人就其“GEORGE FOREMAN”商标在中国及全世界范围内获得注册并广泛使用。经过投诉人的宣传推广和良好经营，“GEORGE FOREMAN”商标在家用电器业影响力较大，在中国相关公众中具有较高的知名度。“George Foreman”虽为人名，但鉴于世界重量级拳击冠军George Foreman先生在世界体坛的影响力以及投诉人与George Foreman先生的长期合作，投诉人的“GEORGE FOREMAN”商标已成为凝聚投诉人商誉的商业标识。考虑到投诉人及其“GEORGE FOREMAN”商标在中国的较高知名度，被投诉人理应知晓投诉人及其知名商标。被投诉人在其没有任何合法权益的前提下，仍然受让与投诉人“GEORGE FOREMAN”商标混淆性近似的争议域名的行为难谓善意。

其次，在前所有人注册争议域名期间，投诉人的代理人曾向前所有人发出律师函，告知投诉人就“GEORGE FOREMAN”享有商标权，要求前所有人向投诉人转让争议域名。根据投诉人提供的往来电邮，争议域名的前所有人有向作为民事权益所有人的投诉人出售该域名以获取不正当利益之嫌。此外，投诉人提供的证据还表明，争议域名的前所有人还将依托争议域名建立的网站链接至其他与投诉人产品类似的网站。由此可见，前所有人对投诉人拥有的商标权充分了解，而恰恰是在投诉人提交争议投诉的当天，前所有人将争议域名转让给本案被投诉人。

专家组注意到，域名注册机构在与香港国际仲裁中心往来邮件中明确答复：该争议域名并未发生转移，都是同一管理帐户中。且根据投诉人提交的证据，投诉人在被投诉人受让争议域名后，投诉人仍收到以前所有人名义发送的电邮，要约以1,000美元出售该争议域名。对此，被投诉人未予以反驳或质疑。综合考虑上述因素，专家组有理由认为，被投诉人不可能不知晓前所有人的上述恶意行为。被投诉人并非出于“善意”受让了争议域名，受让行为实质是前所有人恶意行为的延续。

此外，被投诉人对投诉人的上述指控未提出任何形式的抗辩以证明其受让争议域名并非恶意。被投诉人放弃抗辩这个事实本身说明了被投诉人缺乏证明自己注册和使用争议域名出于善意的理由和证据。

综上所述，被投诉人受让争议域名符合第九条规定的恶意注册或使用域名的情形。

基于以上理由，专家组认为，投诉符合解决办法第八条规定的三个条件。

## 五、裁 决

基于上述案件事实和理由，本案专家组裁决：投诉人就被投诉人注册的争议域名提起的投诉成立，争议域名“georgeforeman.com.cn”应转移给投诉人。

独任专家： 高卢麟

二〇〇九年七月二十日于北京