



(香港秘书处)

行政专家组裁决

案件编号: HK-1300534
投诉人一: 广东原创动力文化传播有限公司
投诉人二: 资讯港管理有限公司 (INFOPORT MANAGEMENT LIMITED)
被投诉人: xi an xi yang yang sheng wu ke ji you xian gong si
争议域名: <xyymilk.com>

1. 当事人及争议域名

本案投诉人为广东原创动力文化传播有限公司（下称投诉人一），住所地为中国广州市越秀区北较场横路 12 号物资大厦 13A；和资讯港管理有限公司（INFOPORT MANAGEMENT LIMITED）（下称投诉人二），住所地为 P.O. BOX 957, OFFSHORE INCORPORATION CENTRE, ROAD TOWN, TORTOLA, BRITISH VIRGIN ISLANDS。被投诉人为 xi an xi yang yang sheng wu ke ji you xian gong si，住所地为 xi an shi jing kai qu wen jing lu 9 hao di shui da sha。争议域名为“xyymilk.com”，由被投诉人通过北京新网数码信息技术有限公司注册；注册商住所地为北京经济技术开发区地盛西路 1 号数码庄园 A2 座二（100176）

2. 案件程序

2013 年 8 月 9 日，亚洲域名争议解决中心（下称仲裁中心）收到投诉人一广东原创动力文化传播有限公司和投诉人二资讯港管理有限公司（INFOPORT MANAGEMENT LIMITED）（以下共称投诉人）根据互联网名称与数字地址分配机构（ICANN）施行的《统一域名争议解决政策》（以下简称《政策》）、《统一域名争议解决政策之规则》

（以下简称《规则》）及亚洲域名争议解决中心（ADNDRC）施行的《统一域名争议解决政策之补充规则》（以下简称《补充规则》），向亚洲域名争议解决中心香港秘书处（以下简称“中心香港秘书处”），针对被投诉人 xi an xi yang yang sheng wu ke ji you xian gong si 注册的“xyymilk.com”域名（下称争议域名）提交的投诉；并于 2013 年 8 月 9 日回复投诉人确认收到投诉。

2013 年 8 月 12 日，中心香港秘书处向被投诉人发出《程序开始通知》，送达投诉人提交的投诉文件，并告知被投诉人提交答辩的期限；且抄送投诉人及注册商。

被投诉人未在规定期限内提交任何形式的答辩意见，中心香港秘书处于 2013 年 9 月 2 日向当事人发送《缺席审理通知》。

2013 年 9 月 3 日，中心香港秘书处按照程序正式指定迟少杰为独任专家，组成专家组审理本案争议；并将全部投诉材料及程序文件转发给专家组。

专家组审查组成之前进行的各项程序，认为其组成及中心香港秘书处进行的各项程序，均符合《解决办法》、《程序规则》和《补充规则》之规定。

根据争议域名注册协议，本案适用中文进行审理。



















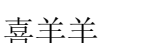
3、争议背景

投诉人主张，喜羊羊、灰太狼等是由投诉人一创作的卡通形象，投诉人二拥有喜羊羊、灰太狼等卡通形象及名称的著作权和商标权管理权（以下统称投诉人一和投诉人二为“投诉人”）。2005 年，《喜羊羊与灰太狼》动画片闪亮登场，迄今播出已近 1000 集，一直保持良好的收视率。2011 年，《喜羊羊与灰太狼》更登陆迪士尼国际频道，在中东以及东南亚 52 个国家和地区使用英语及超过 20 种当地语言播出。喜羊羊系列大电影自 2009 年 1 月登场后，连续 5 年登陆中国大陆春节档大银幕，累计总票房已超过 6 亿元，不但成为最受欢迎的中国原创动画品牌，更成为影响当代社会的文化事件。投诉人走向全方位发展，积极拓展动漫周边衍生产业。儿童舞台音乐剧《喜羊羊与灰太狼之记忆大盗》、《三个愿望》以及 2012 年新剧《小灰灰的心愿》中国巡演受到观众的热烈追捧。在舞台剧成功的基础上，投诉人开发中国首创的动漫文化落地形式——喜羊羊嘉年华，受邀在全国各大城市举办并获得空前成功，成为展现中国动漫产业成果、彰显城市文化特色的一道亮丽风景。《喜羊羊与灰太狼》同名杂志更以全新故事内容


和趣味栏目迅速吸引众多读者，每期销量达 50 万册，已成为中国最受读者欢迎的儿童杂志。所以，“喜羊羊”作为作品的角色和作品的名称，享有著作权保护。

投诉人二自 2009 年开始在中国注册“喜羊羊与灰太狼”、“喜羊羊”及羊图形等商标，投诉人在中国对“喜羊羊与灰太狼”、“喜羊羊”及羊图形商标在多个类别的商品和服务项下，依法享有注册商标专用权。【附件二 投诉人商标列表和注册证】

投诉人二在中国及香港的部分注册商标列表：

	商标	注册号/申请号	类别	注册人
1		5796299	16	资讯港管理有限公司
2		5796300	30	资讯港管理有限公司
3		5796301	28	资讯港管理有限公司
4		6405655	18	资讯港管理有限公司
5		6405659	25	资讯港管理有限公司
6		6405660	30	资讯港管理有限公司
7		6405662	32	资讯港管理有限公司
8		6510358	29	资讯港管理有限公司
9		6788641	24	资讯港管理有限公司
10		7116129	7	资讯港管理有限公司
11		7116133	9	资讯港管理有限公司
12		7116142	11	资讯港管理有限公司
13		7116149	14	资讯港管理有限公司
14		7116156	15	资讯港管理有限公司
15		7116163	20	资讯港管理有限公司
16		7116171	21	资讯港管理有限公司
17		7116175	27	资讯港管理有限公司
18		7331254	16	资讯港管理有限公司
19		7927016	28	资讯港管理有限公司
20	喜羊羊	8519169	10	资讯港管理有限公司
21	喜羊羊	8519171	8	资讯港管理有限公司

22	喜羊羊	8519172	7	资讯港管理有限公司
23	喜羊羊	8519173	6	资讯港管理有限公司
24	喜羊羊	8519174	5	资讯港管理有限公司
25	喜羊羊	8519175	4	资讯港管理有限公司
26	喜羊羊	8519178	1	资讯港管理有限公司
27	喜羊羊	8519180	19	资讯港管理有限公司
28	喜羊羊	8519181	19	资讯港管理有限公司
29	喜羊羊	8519182	17	资讯港管理有限公司
30	喜羊羊	8519183	16	资讯港管理有限公司
31	喜羊羊	8519184	15	资讯港管理有限公司
32	喜羊羊	8519186	13	资讯港管理有限公司
33	喜羊羊	8519187	12	资讯港管理有限公司
34	喜羊羊	8519188	11	资讯港管理有限公司
35	喜羊羊	8519193	26	资讯港管理有限公司
36	喜羊羊	8519197	22	资讯港管理有限公司
37	喜羊羊	8519199	40	资讯港管理有限公司
38	喜羊羊	8519200	39	资讯港管理有限公司
39	喜羊羊	8519202	37	资讯港管理有限公司
40	喜羊羊	8519203	36	资讯港管理有限公司
41	喜羊羊	8519204	35	资讯港管理有限公司
42	喜羊羊	8519207	32	资讯港管理有限公司
	香港			
1	喜羊羊 (2010-04-26 注册)	301597302	3, 14, 16, 18 , 24, 25, 28 , 32,	资讯港管理有限公司

2	 <p>（2007-01-26 注册）</p>	300804762	16, 18 25, 28, 30 41	资讯港管理有限公司
---	--	-----------	-------------------------------	-----------

投诉人更在 2011 年开始与伊利集团和维他奶集团签署品牌授权， 授权伊利集团和维他奶集团分别生产以《喜羊羊与灰太狼》的卡通形象为题材和包装的优质奶类和豆类制品在中国及香港销售。



被投诉人未就投诉人主张的争议背景事实进行任何答辩。

4. 当事人主张

A. 投诉人

投诉人的主张如下：

i 被投诉的域名与投诉人享有权利的商标相同或者具有足以导致混淆的近似性
 争议域名主体部分为“xyymilk”，其中“xyy”与投诉人享有合法权利的“喜羊羊”的拼音首字母简写完全相同，后面附加的“milk”意思是“奶粉”或“牛奶”，为通用词汇，因此，“xyymilk”容易使消费者误以为该网站是投诉人的网站或者与投诉

人有某种联系。因此，被投诉人注册该争议域名的唯一目的就是企图使网络消费者产生误认和混淆。

投诉人对“XYX”享有权利。“XYX”不是一个英语单词，也不是一个汉语拼音，它只能是英语单词或汉语拼音的首字母缩写，结合争议域名所指向网站宣传和销售的“喜羊羊”系列羊奶粉产品和 meta keywords，证明“XYX”确实是“喜羊羊”拼音的首字母缩写的唯一对应。即使在 GOOGLE 和百度上输入“XYX”三个英文字母，其中排列最高的结果显示都是“喜羊羊”。如上所述，《喜羊羊和灰太狼》在全球 50 多个国家和地区使用超过 20 种以上的语言播出，在中国乃至全世界都具有极高的知名度和良好的声誉，同时投诉人走向全方位发展，积极拓展动漫周边衍生产业，更提高了投诉人的巨大影响力，“喜羊羊”品牌、商标及著作权具有极高的声誉，按照我国现行有效的商标法律，对于声誉很高的商标，包括其复制、模仿和翻译都应给予法律保护，因此，投诉人对“XYX”也享有合法权利。参见电讯盈科有限公司/PCCW-HKT DataCom Services Limited（数据资讯服务有限公司） v. yingke [HK- 0500065](#)。参见 WIPO 关于 Abbreviation of Mark 的判决 Case [D2000-0034](#) <wc02.com>, <wc2002.com> etc 。2007 年中国国际旅行社总社在上海浦东人民法院起诉了中国国际旅行社(美国)有限公司使用了”CITS”作为商标 和 <uscits.com> 域名，获得了法院的支持和社会的广泛报道。

由此可见，争议域名中可识别部份”xyymilk”与投诉人在中国享有合法在先权益的商标标志完全相同或极其相似，容易引起混淆，符合《政策》第 4a (i) 的规定。

ii 被投诉人（域名持有人）对争议域名不享有权利或不具备合法利益

如上所述，“喜羊羊与灰太狼”、“喜羊羊”商标为投诉人独创、并获得众多中国注册的商标，投诉人也享有该作品相关的著作权。争议域名的注册日期为 2012 年 10 月 21 日，晚于投诉人“喜羊羊与灰太狼”、“喜羊羊”商标的最先使用日期及“喜羊羊与灰太狼”商标在中国或香港最初注册的日期，也远远晚于“喜羊羊与灰太狼”、“喜羊羊”卡通作品在中国发表的日期。被投诉人不拥有任何“喜羊羊与灰太狼”、“喜羊羊”商标权及商号权、著作权，也从未获得投诉人许可以任何方式使用“喜羊羊与灰太狼”、“喜羊羊”商标或注册任何与“喜羊羊与灰太狼”、“喜羊羊”有关的域名称或其他商业性标志，被投诉人对域名不享有任何权利。

以西安喜洋洋生物科技有限公司为申请人的“喜羊羊”、“喜美羊及图” 商标已经被国家商标局驳回申请，见附件三。

鉴于投诉人拥有“喜羊羊与灰太狼”、“喜羊羊”等的注册商标权和著作权，被投诉人与投诉人没有任何关联关系，被投诉人没有使用域名的合法利益。根据[WIPO Overview of WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions, Second Edition \(“WIPO Overview 2.0”\)](#) 第 2.7 条，被投诉人企图通过申请商标（或改变公司名称）来将注册域名的行为合法化并以此对抗《政策》，专家组可以裁定该行为不符合《政策》4a (ii) 的规定。参见：*Madonna Ciccone, p/k/a Madonna v. Dan Parisi and “Madonna.com”*, WIPO Case No. [D2000-0847](#), <madonna.com>, Transfer; *Chemical Works of Gedeon Richter Plc v. Covex Farma S.L.*, WIPO Case No. [D2008-1379](#), <cavinton.com> inter alia, Transfer, Cancellation in Part.

因此，投诉人的投诉符合《政策》4a (ii) 的规定。

iii 被投诉人注册争议域名具有明显恶意

争议域名所指向的网站版权所有者为“西安喜洋洋生物科技有限公司”，该公司成立于 1983 年，为国营单位，公司原名为“西安市康桥乳业有限公司”，2011 年更名为“西安喜洋洋生物科技有限公司”。【附件三 [争议域名指向网站所有者公司发展历程简介](#)，被投诉人的宣传材料和被国家商标局驳回的商标申请】

在争议域名所指向的网站上展示有多款奶粉产品，其中的一个系列就是“喜羊羊”羊奶粉产品，该系列产品包装罐上有突出显示的“喜羊羊”三个字和“喜羊羊”卡通图形。【附件四 从河南店铺购买到的“喜羊羊”系列羊奶粉产品包装图案和淘宝网上的侵权产品】



如上所述，被投诉人利用争议域名建立网站进行奶粉宣传及销售，在公司改名之前，自 2005 年起投诉人的《喜羊羊与灰太狼》已经广为人知，深受全球观众的喜爱。自 2007 年起投诉人相继在多个类别注册了“喜羊羊与灰太狼”、“喜羊羊”及多个羊

图形作品或商标。在《喜羊羊与灰太狼》热播的 2011 年投诉人公司改名为“西安喜洋洋生物科技有限公司”，并且在奶粉产品上突出使用“喜羊羊”文字和卡通图形，被投诉人所做公司更名、注册争议域名以及使用“喜羊羊”标识等一系列行为，其目的就是想要借助“喜羊羊与灰太狼”品牌的巨大号召力和良好声誉，误导网络消费者以为争议域名所指向的网站为投诉人的网站或者与投诉人有某种联系，对网站上的“喜羊羊”系列羊奶粉的来源产生误认，从而达到吸引网络消费者访问争议域名所指向的网站，购买被投诉人的侵权产品，而获取商业利益的目的。为此，西安市工商行政管理局属下分局在 2013 年 4 月 17 日查处了被投诉人的生产工厂和经营场所，现场查扣了相关的涉案产品和包装。【附件五 西安市工商行政管理局的查处时的情况】

被投诉人作为国营单位在明知相关权利的前提下，申请与投诉人的知名作品相近的图形作为商标（但终被驳回），在 2011 年改名为“西安喜洋洋生物科技有限公司”恶意进行了引人误导的虚假宣传，其注册争议域名的目的就是欲使他人误认商品的来源，利用他人的知名度和良好商誉谋取不正当利益。因此，被投诉人对域名的注册具有恶意。参见 [HK- 1200461 Honeywell Technologies Sarl v Shenzhen Trend Technology \(China\) Ltd <trendtechgroup.com>](#) ， [HK-1300487 Dun & Bradstreet International Ltd v Li Yang <dnbchina.com>](#)。

因此，可以说被投诉人注册该域名的行为，选择该商号的行为，及故意进行引人误导的宣传和仿冒的行为，均表明了被投诉人的意欲使相关公众对产品来源产生误认的恶意，也表明了其窃取、利用他人辛苦积累的无形财富以谋取不当利益的恶意。以上情节符合了《政策》第 4b(ii)、(iii) & (iv) 项关于恶意的情况。

综上所述，(1)争议域名与投诉人享有的商标构成相同或者混淆性近似；(2)被投诉人则对该等争议域名不享有任何合法权益；(3)被投诉人的注册行为具有主观恶意。根据《政策》和《规则》以及《补充规则》等相关规则的规定，投诉人请求专家组裁定将争议域名<xyymilk.com> 转移给投诉人二。

B、被投诉人

被投诉人未就投诉人所提事实及法律主张做任何形式的反驳。：

5. 专家组意见

为有助于争议当事人对专家组意见的理解，就本案程序及实体争议阐述意见前，有必要向双方讲明专家组审理域名争议的法律性质。本案程序不同于司法、仲裁或一般行政程序；而是域名注册与管理整体程序的组成部分。域名争议解决中心基于域名注册管理机构的授权，在相关当事人就域名注册产生争议，并请求确认争议域名归属或予以注销时，依照域名注册管理机构制定的规则组成专家组，适用域名注册管理机构制定的实体判定标准，决定争议域名的归属或是否应予注销。本案投诉人对被投诉人注册的争议域名提出异议，并请专家组裁决转移争议域名。为此，专家组需要审理认定的是，基于投诉人所提理由，争议域名应否转移；从而更加有利于保护投诉人及网络使用者的合法权益，维护网络运行正常秩序。至于本案争议双方或其与案外人之间可能存在的任何争议，皆不在本案审理范围之内。当事人若认为必要，可另案向有管辖权的纠纷解决机构主张权利。

本案被投诉人未做任何形式的答辩。故，就事实认定而言，若无相反证据或专家组认为投诉人主张的事实存在明显疑点，专家组以对投诉人证据的表面分析，作为是否采信证据认定事实的基础。倘若专家组据此认定的法律事实与客观事实存在差异，也应由被投诉人对此承担不利后果。因为，被投诉人对投诉人主张进行答辩，不仅是其享有的程序权利，而是其应履行的程序义务。因此，被投诉人在放弃答辩权利同时，也应为不履行程序义务承担不利后果。

根据被投诉人注册争议域名时订立的注册协议，被投诉人在申请注册域名时，同意受《政策》的约束。因此，《政策》项下相应规定，应作为判定本案实体争议的标准。

《政策》第4条规定了“强制性域名争议解决程序”，以及“判定实体争议的标准”。根据第4(a)条的规定，投诉人必须证明以下三个条件均已满足：

- (i) 被投诉人域名与投诉人享有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性相似；
且
- (ii) 被投诉人对该域名并不享有权利或合法权益；且
- (iii) 被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意。

专家组就投诉人投诉是否满足上述条件，阐述如下意见。

关于完全相同或混淆性相似

依据《政策》第 4 条第 a 款第 (i) 项的规定，投诉人首先需要证明的是，被投诉人注册的争议域名，与投诉人享有权利的商品商标或服务商标相同，或者具有足以造成他人混淆的近似性。为此，投诉人只要证明“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“混淆性近似”，即满足《政策》规定的该项条件。根据对该条规定措辞的理解，用于比较“相同”或“近似”的两个客体，是“争议域名”和“商品商标或服务商标”。既然争议域名的表现形式是拉丁字母，且被投诉人居于中国境内，专家组从此角度阐述相关意见。

本案投诉人据以投诉的注册商标，是其在争议域名注册前，在中国大陆及香港特别行政区注册的众多“喜羊羊与灰太狼”和“喜羊羊”商标。争议域名的主要识别部分为“xyymilk”。二者显然不相同。故，专家组需要认定的第一个争议事实是，二者是否近似且易于造成混淆。既然争议域名由罗马字母组成，且被投诉人为居于中国境内的当事人，使用争议域名的网站用中文进行宣传，那么专家组以此为出发点进行分析。

争议域名主要识别部分为“xyymilk”。众所周知，英文在中国（尤其是城市）已达相当普及程度。稍懂英文者（例如有英语课程的小学生）见到以拉丁字母组成的词汇“milk”时，首先会将其与中文“牛奶”联系在一起。尤其是，当其使用争议域名进入相关网站时，见到的是奶类产品，更加确定争议域名中的“milk”，指的是中文“奶制品”。因此，将“milk”作为域名主要识别部分，不能使消费者辨别“milk”与什么相关。进而，争议域名中对消费者眼球具有吸引力的，应当是“xyy”部分。

然而，对一般中国消费者而言，初见“xyy”字母时，并不清楚它代表什么；一旦使用争议域名进入相关网站，见到使用“喜羊羊”字样的奶制品时，自然而然将“xyy”三个字母与“喜羊羊”联系在一起。因为，中文“喜羊羊”的汉语拼音为“xi yang yang”；而“xyy”是其首字母的组合。再者，被投诉人名称中含有“xi yang yang”三个字样（其首字母是“xyy”），而使用争议域名网站显示的公司字号是“喜羊羊”。

投诉人主张，其创作的“喜羊羊与灰太狼”作品已达上千集；被使用 20 多种语言在 50 多个国家和地区播放。一般而言，在使用拉丁字母的国家和地区，与“喜羊羊”对应的文字的首字母，多以“xyy”形式表现。专家组在“google”检索引擎输入“xyy”字母，第一屏幕即载有“喜羊羊与灰太狼”标题；在“百度”检索引擎输入

“xyy”，则出现更多的“喜羊羊与灰太狼”或“喜羊羊”标题。如此事实表明，“xyy”三个字母组合，与“喜羊羊”有直接且难以分割的联系。

再者，使用争议域名网站宣传的奶制品包装上，出现与投诉人创作并享有版权的卡通羊近似的羊图型；进而增加消费者将“xyy”与“喜羊羊”联系在一起的可能性。

需要指出的是，对“混淆性”的判断，完全基于审理者对现存事实可能导致的未来结果的主观判断。根据对《政策》第 4 条第 a 款第 (i) 项规定的理解，投诉人无须证明“已经发生混淆的事实”，而是以充足理由使专家组相信，二者可能会对一般网络使用者的识别能力产生干扰，从而产生无法确切区分二者的结果。投诉人主张的“喜羊羊与灰太狼”故事及其名称，在中国已家喻户晓，并已被许多国家和地区的电视观众所熟知。没有任何证据显示被投诉人在注册争议域名之前，不知晓或不可能知晓该故事和名称；专家组也难以相信被投诉人出于巧合使用“xyy”注册争议域名。更加使专家组无法相信“巧合”的是，使用争议域名网站显示的公司，是 2011 年使用“喜羊羊”为商号，变更原企业名称的；而此时“喜羊羊与灰太狼”（特别是“喜羊羊”）在中国已耳熟能详。

换一个角度思维，若被投诉人在主观上不想使网络使用者混淆，那么他可以使用其他具有显著区别性的英文字母组合注册域名（例如 abcmilk 或 xyzmilk）。如果是这样的话，投诉人或许不会对其提出域名争议投诉。

基于上述，专家组认定，争议域名“xyymilk.com”与投诉人享有权利的注册商标“喜羊羊”和“喜羊羊与灰太狼”近似，且易于造成消费者混淆；进而认定，投诉人满足《政策》第 4 条第 a 款第 (i) 项规定条件。

关于被投诉人权利或合法利益

按照《政策》第 4 条第 a 款第 (ii) 项规定，专家组需要认定的第二个争议事实是，被投诉人是否对争议域名享有权利或合法利益。从《政策》相应规定的措辞角度看，似应由投诉人承担举证责任，证明被投诉人不对争议域名或其主要识别部分“享有权利或合法利益”。但从事实主张与举证责任关系角度讲，当事人很难就其认为不存在的客观事实举证。因此，专家组将关注点置于被投诉人是否主张对争议域名享有权利或合法利益。既然被投诉人未针对投诉人主张提出任何答辩，专家组不能在被投诉人未提出任何主张情形下，认定其对争议域名享有权利或合法利益？

从另一方面讲，投诉人主张并以证据证明，首创“喜羊羊与灰太狼”卡通形象及故事，并广泛在世界许多国家和地区传播如此“喜羊羊”称谓及形象。就对争议域名享有的权利及合法利益而言，专家组基于投诉人证据足以认定，在争议域名注册之前，投诉人对“喜羊羊”及与之相关的“xyy”享有的权利及合法利益，至少包括商标权、版权等。投诉人的作品广泛传播，使“喜羊羊”在相关消费群体中具有相当知名度。专家组基于投诉人提交的相应证据，相信认定投诉人（而非被投诉人）对争议域名享有权利及合法利益，符合客观事实。

基于上述，专家组没有任何理由，特别是事实依据，认定被投诉人对争议域名或其主要识别部分享有权利或合法利益；并进而认定，投诉人满足《政策》第4条第a款第(ii)项规定的第二个条件。

关于恶意

根据《政策》第4条第a款规定，投诉人需要证明的第三个争议事实是，被投诉人注册和使用域名具有恶意。投诉人主张，被投诉人注册争议域名的目的，就是为误导消费者混淆其与投诉人之间的关系；并提交与使用争议域名网站相关的证据。专家组基于下述理由认定被投诉人注册和使用争议域名具有恶意。

(1) 首先指出的是，所谓“恶意”，是行为人从事某种行为时的一种“主观状态”。故，分析“注册和使用争议域名是否具有恶意”时，不能不对行为人注册争议域名的“主观状态”进行分析。一般说来，任何“行为”必定受某种“动机”驱使；而受“某种动机”驱使的“行为”，必定产生与“动机”一致的“效果”。专家组认定“xyymilk”字母组合，与投诉人具有更密切的联系；而无任何证据显示，该组合与被投诉人有任何关联性。如果一个人将与他人有密切关联性，而与自己无任何联系的字母组合，用作主要识别部分注册域名，那么他的主观动机不具有“恶意”的概率应当很低。换言之，若为“善意”的注册行为，那么从“善意”思维角度考虑问题，当事人注册域名首先应当考虑的是，如何使网络使用者通过域名，易于在互联网上找到存在于现实世界的自己。为此，注册争议域名应体现自己在现实世界中为人所知的显著元素；或者独创与众不同的显著元素，并使他人逐步将如此独创元素与自己联系在一起。被投诉人注册的域名，显然不具备如此条件。为此，专家组仅从被投诉人注册争议域名的行为角度分析，很难得出其“主观动机”是“善意”而非“恶意”，或者说该行为符合一切民事行为应当遵守的“诚实信用”原则的结论。

(2) 投诉人以相应证据证明，使用争议域名的网站宣传的公司，以前并未取“喜羊羊”为字号；而是在 2011 年后，将当时已为中国广大消费者熟知的“喜羊羊”作为字号，变更公司名称。鉴于中国现行与企业名称登记相关的规定，该名称变更的行政程序已完成。但若将“喜羊羊”作为商标使用，则涉嫌违法。投诉人提交证据证明，相应工商管理机构责令该公司停止使用“喜羊羊”商标。需要强调的是，就本域名争议解决程序而言，商标比字号具法律有意义。如此，被投诉人使用与投诉人在先注册商标相近似的标识，注册争议域名的行为本身，即显示其主观“恶意”。

(3) 根据《政策》规定，专家组不仅需认定被投诉人注册争议域名具有“恶意”，同时还要认定其使用争议域名的“恶意”。正常情况下，注册域名是为使用域名，包括注册人自行或许可他人正常使用或合理转让等行为。从“动机与效果一致性”角度分析，如果被投诉人注册争议域名不具有“恶意”，那么他应当具有与该“动机”相一致的“善意”使用争议域名的行为。

投诉人主张并以证据证明，使用争议域名的网站宣传的公司及其产品，极易使消费者混淆其与投诉人之间的关系。从一般逻辑思维角度看，注册域名的目的是使用；若他人使用争议域名，但与被投诉人无关，那么被投诉人应当知晓如此事实；进而应该能举证证明，要求使用争议域名的网站停止使用。从汉语拼音角度分析，被投诉人使用的汉语拼音，直接对应使用争议域名网站宣传的公司的中文名称。如此，专家组认定争议域名的使用与被投诉人有直接关系，应当符合客观事实。

《政策》第 4 条第 b 款规定：“……，尤其是如下情形但并不限于如下情形，如经专家组发现确实存在，则构成恶意注册和使用域名的证据：……；（iv）以使用域名的手段，为商业目的，你方通过制造你方网站/网址或网站/网址上所出售的商品或提供的服务与投诉人商标之间在来源、赞助者、附属者或保证者方面的混淆，故意引诱网络用户访问你方网站或其他联机地址者。”根据前述规定，只要专家组可以基于相应证据认定所述情形，即可将此定为“构成恶意注册和使用的证据”；并据此认定“恶意注册和使用”的事实。

既然专家组认定被投诉人注册和使用争议域名具有“恶意”，那么应当认定投诉人满足请求转移争议域名的第三个条件。

综上全部所述，专家组认定，投诉人同时满足《政策》第 4 条第 a 款所规定三个条件；进而支持投诉人转移争议域名的请求。投诉人请求将争议域名转移给投诉人二；专家组对此予以认同。

5、裁决

专家组基于以上意见认定，

(1) 争议域名“xyymilk.com”与投诉人注册商标“喜羊羊”和“喜羊羊与灰太狼”近似并足以造成混淆；

(2) 被投诉人对争议域名或其主要识别部分不享有权利或合法利益；

(3) 被投诉域名的注册和使用具有恶意；

并据此裁决：争议域名“xyymilk.com”转移给投诉人二。



专家组：迟少杰 先生

日期：2013 年 9 月 6 日