



Asian Domain Name Dispute Resolution Centre

hong kong

(香港秘书处)

行政专家组裁决

案件编号:	HK-2101521
投诉人:	喜临门家具股份有限公司
被投诉人:	SLL(USA)CORP.
争议域名:	<喜临门.com >

1. 当事人及争议域名

本案投诉人为喜临门家具股份有限公司,地址为浙江省绍兴市越城区灵芝镇二环北路1号。

被投诉人: SLL(USA)CORP.,地址为辽宁沈阳市大东区东北大马路374号32门。

争议域名为<喜临门.com>,由被投诉人通过 EJEE Group Holdings Limited 注册,地址为:北京市海淀区万泉庄路17号京江阳光写字楼 B-208。

2. 案件程序

2021年8月13日,投诉人喜临门家具股份有限公司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”)提交了投诉书,选择由一人专家组进行审理。

2021年8月13日,中心香港秘书处向投诉人传送通知,确认收到投诉书。同日,中心香港秘书处向 ICANN 和域名注册商 EJEE Group Holdings Limited 发出注册信息确认

函，要求其确认注册信息。注册商 EJEE Group Holdings Limited 于 2021 年 8 月 16 日回复确认：（1）争议域名由其提供注册服务；（2）被投诉人 SLL(USA)CORP.为争议域名持有人；（3）《政策》适用所涉域名投诉；（4）争议域名注册协议使用的语言为中文。

2021 年 8 月 16 日，中心香港秘书处向投诉人传送通知，要求投诉人修改投诉书。2021 年 8 月 17 日，投诉人对投诉书及附件进行调整。2021 年 8 月 17 日，中心香港秘书处向投诉人传送通知，确认收到修正后的投诉书。2021 年 8 月 18 日，中心香港秘书处再次向投诉人传送通知，要求投诉人修改投诉书。2021 年 8 月 18 日，投诉人修改投诉书完毕并增加了附件 13。

2021 年 8 月 18 日，中心香港秘书处以电子邮件的形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 2021 年 8 月 18 日正式开始。同日，中心香港秘书处以电子邮件的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，并说明中心香港秘书处已按《规则》和《补充规则》的规定，以电子邮件的形式向被投诉人传送了投诉书及附件。中心香港秘书处并于同日以电子邮件的形式向 ICANN 及争议域名的注册商 EJEE Group Holdings Limited 传送程序开始通知。

被投诉人于 2021 年 9 月 7 日提交答辩，选择由一人专家组进行审理。中心香港秘书处于 2021 年 9 月 8 日向投诉人转递答辩材料。

2021 年 9 月 9 日，中心香港秘书处向桂佳先生发出列为候选专家通知，请其确认是否接受指定，作为本案专家审理案件，并在当事人间保持独立公正。2021 年 9 月 9 日，候选专家回复中心香港秘书处，同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2021 年 9 月 10 日，中心香港秘书处向双方当事人及上述专家传送专家指定通知，指定桂佳先生为本案独任专家，成立一人专家组审理本案。同日，中心香港秘书处将案件移交专家组。

2021 年 9 月 21 日，专家组通过中心香港秘书处向双方当事人传送第 1 号行政专家组程序指令，要求双方补充证据材料。2021 年 9 月 24 日投诉人提交了补充证据。2021 年 9 月 26 日，被投诉人提交了针对投诉人补充证据的答辩材料。

根据《规则》第 6(f)条和第 15(b)条，如无特殊情况，专家组应当在成立之日（即 2021 年 9 月 10 日）起 14 日内即 2021 年 9 月 24 日之前（含 9 月 24 日）就本案争议作出裁决。鉴于当事人提交了补充材料，中心香港秘书处于 2021 年 9 月 21 日通知双方当事人，专家组决定将裁决作出的期限延长至 2021 年 10 月 12 日。

3. 事实背景

投诉人：

投诉人为喜临门家具股份有限公司，地址位于中国浙江省绍兴市越城区灵芝镇二环北路1号。投诉人授权杭州超凡知识产权代理有限公司的张磊代理本案。

被投诉人：

被投诉人为 SLL(USA)CORP.，地址位于中国辽宁省沈阳市大东区东北大马路374号32门。被投诉人授权张洪泉代理本案。

2010年2月17日，本案争议域名“喜临门.com”通过注册商 EJEE Group Holdings Limited 获得注册。

4. 当事人主张

A. 投诉人

投诉人的主张如下：

i. 投诉人背景

“喜临门”品牌由陈阿裕先生创建于1984年，历经37年成长蜕变，现已领跑国内床垫行业。本案投诉人喜临门家具股份有限公司成立于1996年。目前投诉人拥有全球8大生产基地，在国内外已拥有超3600家门店，全球员工8000余人，产品销往超70个国家和地区，为6000万家庭带来健康睡眠。投诉人专注于设计、研发、生产和销售以床垫为核心产品的高品质软体家具产品，包括床垫、床、沙发、家具定制及睡眠配套产品。2012年，投诉人成为国内床垫行业第一家上市公司（股票名称喜临门，证券代码603008）。

投诉人先后成为国家大剧院优质诚信供应商、钓鱼台国宾馆总统楼床垫寝具供应商、中国豪华酒店海南三亚“美丽之冠七星酒店”寝具供应商，与希尔顿、万豪、雷迪、喜来登等500多家星级酒店品牌建立合作伙伴关系。1998年，投诉人产品进驻北京钓鱼台国宾馆总统楼，接待到访中国的美国总统克林顿。投诉人曾荣获“浙江省消费者信得过单位”、“浙江省工商企业信用AAA级‘守合同重信用’单位”，“国家火炬计划高新技术企业”、“浙江省高新技术企业”等荣誉，并且投诉人是国家轻工行业标准《木制宾馆家具》和《软体家具弹簧软床垫》的主要起草单位。2016年“喜临门”牌软体家具荣获“浙江名牌产品”证书。2020年投诉人荣获中国饭店业最具竞争力品牌。

为保持品牌活跃度、增强品牌竞争力，投诉人广泛使用“喜临门”商标，持续推广“喜临门”品牌，在各大媒体深度投放相关广告宣传。投诉人已赞助、冠名绍兴马拉松、浙江卫视“宝藏般的乡村”“奔跑吧（第五季）”、北京卫视“跨界喜剧王”、东方卫视“中国新相亲（第四季）”等各类知名综艺和活动赛事。综合上述所述，可见投诉人核心品牌“喜临门”已具备较高的知名度以及影响力，在主流搜索网站上输入“喜临门”，出现的搜索结果均指向了投诉人及其品牌，可见“喜临门”同投诉人建立了唯一对应关系。

ii. 投诉人享有的权利

(1) 投诉人在中国的商标

“喜临门”是投诉人旗下核心品牌之一。投诉人自 1989 年，便陆续开始向中国商标局递交商标申请。截至目前，投诉人在 20、24 等类上享有“喜临门”商标专用权，部分商标信息如下：

商标	申请日期	注册日期	商标号	类别	国家
	1989-03-24	1990-02-20	512552	20	CN
	1992-06-02	1993-06-14	645756	20	CN
	1996-11-05	1997-10-28	1122056	20	CN

 xilinmen 喜临门	2003-01-31	2005-02-14	3453130	24	CN
喜临门	2003-01-31	2005-02-14	3453136	20	CN

1999 年，投诉人获浙江省工商行政管理局驰名商标推荐；2001 年投诉人注册的“喜临门”注册商标被认定为浙江省著名商标；2005 年投诉人已注册的第 1122060、4604470 号“喜临门”注册商标，被国家商标局认定为驰名商标。

(2) 投诉人在中国的域名

投诉人于 2000 年 5 月 11 日注册了包含“喜临门”的域名“喜临门.cn”。

iii. 基于下述理由，投诉人认为其投诉符合《政策》第 4(a)条规定的各项条件，应当得到支持：

第一，争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆。

投诉人认为在比较争议域名与投诉人商标时，应当针对于域名的主要识别部分进行比较。本案争议域名的识别部分“喜临门”与投诉人在先注册的商标中包含的文字“喜临门”完全相同，容易引起相关公众的混淆。投诉人认为中文“喜临门”并非通用词，本词的创意来源于成语“双喜临门”。在中国传统观念中，购置床、床垫等大件家具用品行为往往发生在结婚、乔迁新房等场景。因此投诉人首次创意以“喜临门”作为公司核心商标，生产并出售床垫、家具等用品，以契合中国传统观念、中国人的消费心理，体现中国传统特色。

投诉人认为，“喜临门”商标是投诉人智力劳动的产出结果，具备了较强的显著性，并且通过大量的使用，使得“喜临门”商标同投诉人建立了唯一对应关系，这种建立了唯一对应关系的结果就是进一步加强了“喜临门”商标的显著性。因此，投诉人认为“喜临门”商标可以起到区分商品来源的作用，争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆。

第二，被投诉人不拥有对争议域名的权利或合法利益。

投诉人以本案被投诉人“SLL(USA)CORP.”作为主体在中国、美国商标局的官方网站上进行查询，未查询到被投诉人名下有“喜临门”商标。被投诉人并非投诉人经销商或合作伙伴，投诉人从未直接或间接授权被投诉人以任何形式使用“喜临门”商标以及与之对应的域名；被投诉人的名称为“SLL(USA)CORP.”，显然其不可能就“喜临门”享有相关的商号权。投诉人通过回溯工具对争议域名进行调查，发现该域名自注册以来，一直没有正常使用。投诉人认为，在争议域名注册之前，投诉人“喜临门”品牌在中国已经获得了足够的知名度，而被投诉人注册争议域名之后没有提供诚信商品或服务。

由于被投诉人对争议域名的消极使用，因此争议域名并非广为人知。

被投诉人将争议域名挂在域名交易平台上出售的行为，不属于对域名的合理使用。投诉人认为被投诉人存在为商业利润而误导消费者引起争议之意图。

综上，投诉人认为被投诉人对域名或者其主要部分不享有合法权益。

第三，被投诉人的域名已被恶意注册并且正被恶意使用。

争议域名“喜临门.com”注册时间为 2010-02-16，晚于投诉人申请和使用“喜临门”商标的时间。因此被投诉人是在已知悉投诉人对“喜临门”注册商号及商标享有在先权益的前提下，再恶意地注册争议域名。

在争议域名注册之前，投诉人“喜临门”品牌在中国已经获得了较高的知名度，可以推知被投诉人在注册争议域名时已经知道或应当知道投诉人的商号。被投诉人于投诉人注册其首个“喜临门”商标的 21 年后注册本案争议域名的行为明显地表现出被投诉人的恶意。目前被投诉人目前名下有多个域名，可以推断被投诉人经常从事域名抢注，这类从事抢注行为的主体获取投诉人信息的渠道远远大于普通大众，而制定 UDRP 政策的一部分初衷就是为了制止这类抢注行为。投诉人认为被投诉人申请域名的行为适用《政策》第 4 条第 b 款规定，属于“恶意注册”行为。根据《政策》第 4 条(b)款(i)项的规定“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，以获取不正当利益构成恶意”，被投诉人意图通过销售含有第三方商标的混淆性域名获利的行为具有上述恶意。

基于此，投诉人请求专家组将本案争议域名“喜临门.com”转移至投诉人。

B. 被投诉人

被投诉人的主张如下：

i. 域名的主要识别部分“喜临门”为通用词

首先需要明确并确认的是“喜临门.com”域名中的汉字本身就是“通用词”，从古至今一直都是代表着民间喜庆节日的通俗用语，经常会出现在大年初一的对联当中，同时也被应用到国内外多达 5 部电影的片名、电视连续剧 2 部、图书、歌曲、小品等民间艺术上，“喜临门”一词历来都是向人们展示心灵与向往的美好祝愿。是几千年来形成的民间通用词汇，从而演变出来的双喜临门、三喜临门、四喜临门、八喜临门、大喜临门等等。

ii. 被投诉人注册该域名的行为并无恶意

被投诉人当初注册该域名是准备与合伙人共同搭建婚庆服务网站，就连婚庆用车都购买了（红色敞篷跑车），因为种种原因一直没能正式上线运营，所以说被投诉人不存在任何恶意行为。

“喜临门”一词在中国存在的时间已经达到上千年了，并不是现代人人创造的词汇。投诉人只是借用了“喜临门”该通用多意词来申请的商标，并且该“喜临门”商标也不是投诉人自己的专用商标。比投诉人申请在先的“喜临门”商标也是大有人在，拥有该“喜临门”商标的企业及个人众多，完全能够证明“喜临门”绝对不是投诉人自创专用的商标。世人皆知该通用词“喜临门”是代表着美好祝愿，任何一个具有良知的人也不会认同该通用词“喜临门”只能代表投诉人的床垫，否则中国几千年文化就被彻底的玷污了。

事情的起因还是在 2021 年 5 月 7 日 10:25 分接到（金名网 4.cn）平台上投诉人给出的 1000 元第一次报价及第二次 8 月 13 日 9:24 分给的 5000 元报价之后，因为价格没有谈拢也很不愉快，被投诉人考虑到其中肯定存在误解，所以把域名解析指向另一个交易平台上，希望能够通过新的交易平台能与买家建立连接并消除之间存在的误解。当时报价 15000 元按照（金名网 4.cn）经纪人的建议填的，其实心理价位 8000 到 10000 都可以，毕竟已经续费 11 年了，也有一定的情怀在内，当时购买建站模板及空间也花了不少钱，策划如何运营期间也投入了不少精力，虽然最后没能上线运营但是钱已经花出去了。从来都没有考虑用这个域名换取多大的利益回报，而是希望这么喜庆美好词汇用语“喜临门.com”能够更好的利用起来，让人去了解中华文化的魅力。如果不是投诉人来主动报价，这个域名已经都不再考虑续费了，因为投诉人的报价才想起来有这个域名还在注册服务期内。在接到本次投诉之前被投诉人都不清楚是有企业喜欢这个“喜临门.com”域名，一个好的通用词“喜临门.com”域名能够找到好的应用场景，也是被投诉人想看到的。

如果在本投诉之前能够来人或是来与被投诉人明说该域名对投诉人的作用与重大意义，同时能够更好地利用该域名为投诉人去创造经济价值的话，该域名都可以免费赠送，成人之美。因为该域名在被投诉人眼里只是一个具有吉祥意义通用词，并不具有过高的保留价值。因此不存在恶意注册，更不存在恶意使用的一说。

这个通用词对被投诉人来说，可有可无，根本就不存在恶意一说。

5. 专家组意见

根据《ICANN 统一域名争议解决政策》第 4(a)条规定，符合下列条件的投诉应当得到支持：

- (i) 争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆；且
- (ii) 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法利益；且
- (iii) 被投诉人的域名已被注册并且正被恶意使用。

投诉人在行政程序中必须举证证明以上三种情形同时具备。

A) 关于争议域名与投诉人享有商品商标或服务商标权利的名称或者标志相同或混淆性相似

首先，根据投诉人提供的附件 5 “商标注册证”，投诉人已在中国大陆地区申请注册了多个商标，合法拥有注册商标专用权。其中第 512552 号 “” 商标于 1990 年 2 月 20 日获准注册，核定使用于第 20 类商品服务类别；第 645756 号 “” 商标于 1993 年 6 月 14 日获准注册，核定使用于第 20 类商品服务类别；第 1122056 号 “” 商标于 1997 年 10 月 28 日获准注册，核定使用于第 20 类商品服务类别；第 3453130 号 “ xilinmen” 商标于 2005 年 2 月 14 日获准注册，核定使用于第 24 类商品服务类别；

第 3453135 号“**喜临门**”商标于 2005 年 2 月 14 日获准注册，核定使用于第 20 类商品服务类别。上述商标的注册时间均远早于争议域名注册日（2010 年 2 月 17 日）。

本案争议域名“喜临门.com”中，“.com”为通用域名符号，不具有显著性，因而“喜临门”应为域名的主要识别部分。投诉人注册的上述商标中均包含的文字要素“喜临门”与涉案域名的主要识别部分完全相同，应认定涉案域名与投诉人注册商标构成相同或相似。根据投诉人提交的相关获奖信息、网页截图、推广宣传合同等证据，可以认定在被投诉人注册涉案域名之时，投诉人的商标和品牌经宣传和使用已经具有一定的知名度。专家组认为，争议域名与投诉人享有权利的商标混淆性相似，足以造成相关公众混淆误认，投诉人的投诉符合《政策》第 4(a)(i)条规定的条件。

B) 关于被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权益

被投诉人声称曾计划将争议域名投入使用，但对于该主张未提交任何证据，因此被投诉人的上述答辩意见没有事实依据，专家组无法予以认可。被投诉人对争议域名并未进行过实际使用或准备投入使用。被投诉人也未提交任何证据证明其对争议域名的主要识别部分“喜临门”享有任何种类的在先权利，或提出其他注册、使用争议域名的正当理由。因此，专家组认为，被投诉人对争议域名不享有权利或利益，其注册争议域名缺乏合理依据，投诉人的投诉符合《政策》第 4(a)(ii)条规定的条件。

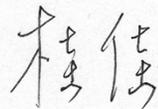
C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

在被投诉人注册涉案域名之前，投诉人对其包含“喜临门”文字的商标和企业已进行了一定程度的使用和宣传，并在行业中获得了相应的知名度，被投诉人作为可以进行网络域名竞拍及注册操作的主体，对此理应知晓。作为计算机网络域名的诚信注册者，被投诉人在注册域名之时应对“喜临门”等商标进行合理避让。然而，被投诉人不仅注册了与前述注册商标相同或近似的涉案域名，且在注册“喜临门.com”之后长达 11 年的时间内并未进行实际使用，也没有证据显示其已准备对涉案域名进行使用，被投诉人还将涉案域名在域名销售网站进行出售。此外，被投诉人及其公司在没有合理理由的情况下，存在多次以知名企业名称作为域名进行注册的行为，反映出被投诉人注册域名的行为存在向作为商品商标或服务商标所有人的投诉人或其竞争对手出售、出租或转让域名，以获取直接与域名注册相关费用之外的收益的恶意。

综合以上信息，专家组认为，被投诉人存在阻止商品商标或服务商标的所有人以相应的域名反映其商标标志之恶意，以及向作为商品商标或服务商标所有人的投诉人或其竞争对手出售、出租或转让域名，以获取直接与域名注册相关费用之外的收益的恶意，符合《政策》4(a)(iii)的条件。

6. 裁决

综上所述，专家组认为，投诉符合《政策》第 4(a) 条规定的三个条件，专家组裁决将域名“喜临门.com”转移给投诉人喜临门家具股份有限公司。



The image shows a handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature consists of two characters, '程' and '伟', written in a cursive style. Below the signature is a horizontal line.

专家组：

日期: 2021年10月11日