



Asian Domain Name Dispute Resolution Centre

hongkong

(香港秘书处)

行政专家组裁决

案件编号:	HK-2401927
投诉人:	广州好肌肤科技有限公司
被投诉人:	王健
争议域名:	<hipapa.com>
注册服务机构:	阿里云计算有限公司(万网)

1. 当事人及争议域名

本案投诉人为广州好肌肤科技有限公司(“投诉人”),地址为广州市黄埔区黄埔大道东 856 号 2510 房。投诉人在本程序中的授权代理人为广州智生知识产权服务有限公司,地址为广州市黄埔区开创大道 2395 号 1305 室(“投诉人代理”)。

被投诉人为王健。被投诉人地址为山东省淄川区开发区中心路 11-25 号 1 单元 0602 室,电子邮箱为 mail@net7.net。

争议域名为 <hipapa.com>(“争议域名”)。争议域名的注册服务机构为阿里云计算有限公司(万网),地址为浙江省杭州市西湖区三墩镇灯彩街 1008 号云谷园区 1-2-A06 室(“注册服务机构”)。

2. 案件程序

2024 年 9 月 19 日,投诉人根据互联网名称与数字地址分配机构(ICANN)于 1999 年 10 月 24 日起施行之《统一域名争议解决政策》(《政策》),于 2013 年 9 月 28 日批起施行之《统一域名争议解决政策之规则》(《规则》),及于 2015 年 7 月 31 日《ADNDRC 关于统一域名争议解决政策之补充规则》(《补充规则》)的规定,向亚洲域名争议解决中心(ADNDRC)香港秘书处(下称“中心”)提交了投诉书,并选择由一人专家组审理本案。

同日,2024 年 9 月 19 日,中心向投诉人发出邮件,根据《统一域名争议解决政策之规则》(《规则》)第 19(c)条和《亚洲域名争议解决中心补充规则》(《补充规则》)第 15 条的规定,要求投诉人缴纳案件费用。

同日，2024年9月19日，中心向域名注册机构发出注册信息确认及锁定域名通知，请求注册机构确认上述争议域名是否经其注册及提供争议域名注册人的联系资料等相关注册信息，并请求域名注册机构对争议域名进行锁定直至争议解决程序结束。

2024年9月20日，域名注册机构向中心确认上述争议域名是经其注册，《政策》适用于争议域名，并表示注册人是王健，管理联系人亦是王健，注册协议使用的语言为中文，并且已锁定争议域名。

2024年10月3日，中心向投诉人发出邮件，根据《统一域名争议解决政策之规则》（《规则》）第4条的规定，要求投诉人对被投诉人的相关资料，包括名称、地址、电话等信息作出修正。

2024年10月8日，投诉人向中心提交修订投诉书。

同日，2024年10月8日，中心向投诉人确认其提交的修改投诉书符合《统一域名争议解决政策之规则》（《规则》）的要求。

同日，2024年10月8日，中心向被投诉人发出邮件，要求被投诉人根据《规则》及《补充规则》的规定于20天内，即2024年10月28日或之前，提交答辩，并同时转发投诉书及所有附件材料。

2024年10月27日，被投诉人向中心提交答辩书。

2024年10月28日，中心向被投诉人发出邮件，根据《统一域名争议解决政策》（《政策》）和《规则》的规定，要求被投诉人对答辩书作出修正，包括声明是否选择将争议交由三人专家组裁决以及指出其他已经开始或已经终止的与投诉所涉及域名相关的所有法律程序。

同日，2024年10月28日，被投诉人向中心提交修订答辩书。

同日，2024年10月28日，中心以电子邮件方式向本案当事人发出“答辩书收悉通知”，表示在规定答辩时间内，已经收到被投诉人针对投诉人提出争议域名投诉提交的已修正答辩书。

2024年10月29日，中心以电子邮件向本案当事人及独立专家陈韵云女士 (Ms. Vivien Chan) 发送专家确定通知，告知有关各方，由陈韵云女士组成独立专家组审理本案。中心于2024年10月29日正式将案件移交专家组。本案专家组应在14天内（2024年11月12日或之前）提交裁决书。

3. 事实背景

投诉人：

本案中的投诉人广州好肌肤科技有限公司，注册地址为广州市黄埔区黄埔大道东856号2510房。投诉人在本程序中的诉讼代理人为广州智生知识产权服务有限公司，地址为广州市黄埔区开创大道2395号1305室。

被投诉人：

被投诉人为王健，地址为山东省淄川区开发区中心路 11-25 号 1 单元 0602 室。

争议域名：

争议域名<hipapa.com>，于 2024 年 9 月 10 日注册。依据域名注册机构向中心作出的确认显示，争议域名持有者是王健，管理联系人同为王健，地址为山东省淄川区开发区中心路 11-25 号 1 单元 0602 室。据此王健应被视为本案的被投诉人。

4. 当事人主张

A. 投诉人

投诉人广州好肌肤科技有限公司成立于 2019 年，是一家主要专注于儿童抗光损护肤产品的研发、生产以及销售的公司（见投诉证据附件 4）。

投诉人于 2019 年创立 Hi!papa 品牌，其产品主要专注于 0-12 岁婴童洗护(护理)。

在中国，投诉人在第 3、5 和 25 类总共 3 个类别下注册并享有独占如下“Hi!papa”的商标权（见投诉证据附件 5），有关商标如下：

商标名称	分类	注册号
Hi!PaPa	3	38591866
Hi!papa	25	39645340
Hi!papa	3	39646846
Hi!papa	5	39664283

投诉人的主张如下：

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

投诉人主张争议域名 <hipapa.com>与投诉人的注册商标“Hi!papa”相似。投诉人指出争议域名中“hipapa.com”除去后缀“.com”，主要识别部分为

“hipapa”，该部分与投诉人的“Hi!papa”商标并排比较，除感叹号之外，其余部分拼写方式完全一致。

就投诉人商标而言，除感叹号之外，主要是由英语中的日常问候用语 HI 以及英语或拉丁语中表示爸爸含义的通用词 PAPA 组合而成，由两个通用词汇组合而成的商标，经过中国商标局的登记注册，获得了相关商标权利，这就表示，官方是认可其显著性的，并且“Hi!papa”商标由投诉人近年来的大量宣传使用，已经具备了较高显著性，“Hi!papa”商标已经被公众认可。投诉人认为，由于域名的注册规则不允许感叹号出现，那么投诉人的商标要呈现到域名上就必然会去掉感叹号，正好与争议域名完全一致，而争议域名的存在会引起广大互联网访问者的困惑。混淆相似性的常设（或阈值）测试涉及对投诉人的商标和有争议的域名进行合理但相对直接的比较。在某些情况下，此类评估还可能需要对投诉人的商标和争议域名进行更全面的听觉或语音比较，以确定容易混淆的相似性。而就本案而言，争议域名的主要识别部分与投诉人商标从发音上完全一致。

投诉人认为，争议域名的主要识别部分包含“Hi!papa”商标的全部或至少一个主要特征，容易引起混淆。

基于上述理由，投诉人认为争议域名足以对其商号及商标构成混淆。

综上，投诉人主张争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记极其相似，容易引起混淆，投诉人的理由符合《政策》第 4 条(a)款(i)项的条件。

ii. 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法利益

投诉人提出經過以被投诉人名義在中国商标局的官方网站上进行查询后，未查询到被投诉人名下有任何商标。投诉人指出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“Hi!papa”商标以及与之对应的域名，所以被投诉人对争议域名不具有任何合法权益。

综上，投诉人主张被投诉人不拥有对争议域名的权利或合法利益，投诉人的理由符合符合《政策》第 4 条(a)款(ii)项的条件。

iii. 被投诉人的域名已被恶意注册并且正被恶意使用

投诉人提出被投诉人将争议域名挂在阿里云计算有限公司官网即本案域名注册商以高达 198,888 元的价格对外出售（见投诉证据附件 11）。因此，投诉人主张注册争议域名主要是为了将其注册出售给投诉人以获得有价值的对价超过被投诉人与争议域名直接相关的自付费用。

投诉人主张被投诉人是在已知悉投诉人对“Hi!papa”商标享有在先权益的前提下恶意注册争议域名。

投诉人主张“Hi!papa”商标在中国境内知名度非常高，无论是从全国线下超过 3 万家实体门店，还是在抖音、天猫、京东等电商平台的巨大产品销量以及曝光量，被投诉人很难辩称其不知道投诉人商标的存在。

因此，投诉人认为被投诉人注册或使用争议域名具有明显的恶意，企图高价出售域名，以牟取非法的商业利益。

综上，投诉人认为被投诉人注册和使用争议域名具有明显恶意，投诉人的上述投诉理由符合《政策》第 4 条(b)款(iv)项规定。

B. 被投诉人

被投诉人的主张如下:

i. 争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记并非相同或极其相似，不容易引起混淆

被投诉人主张“Hipapa.com 域名前缀由两个通用词组成，而且与投诉方商标不完全相同。投诉人的一个区域性影响力有限的品牌名称，绝不足以对抗通由用词组成的全球域名”。

被投诉人主张投诉人所指称“Hi!papa 商标在中国境内知名度非常高，无论是从全国线下超过 3 万家实体门店，还是在抖音、天猫、京东等电商平台的巨大产品销量以及曝光量，被投诉人很难辩称其不知道投诉人商标的存在。”等关于品牌知名度的描述与事实严重不符，并提出以下驳斥：-

- 1) 投诉人吹嘘其“全国线下超过 3 万家实体门店”，但并未提供任何资料以供验证。经百度地图搜索两个关键词：“海龟爸爸” 全中国只有广州市一处结果，其它任何城市没有此地理名称相关内容；“hipapa” 全中国无任何地理名称相关内容（见答辩证据附件 1）。
- 2) 在投诉人的抖音主页中，即使是置顶视频的“Like”数大多为个位数或零，最多的也不过几十“Like”。因此，投诉人抖音上显示的 110 万粉丝的数字也显得极其虚假（见答辩证据附件 2）。
- 3) 投诉人为证明其知名度的最重要的一项证据为投诉证据附件 6 所谓中国日报的报道，但投诉人提供的截图中明确显示，该文章其实是一篇来源为“江西网络广播电视台”的网络推广文章，但江西网络广播电视台网站内搜索并无此文章。显而易见这是原作者和原出处不明、完全不具备任何公信力的营销推广文章而已。
- 4) 投诉证据附件 7，截图其官方微博为了佐证其知名度。但该微博发现粉丝数仅 1237 人，其置顶微博的转发 1646 评论 1280 点赞 1305 条，其比例完全不符合常理，操作造假痕迹明显。更有甚者，除置顶微博外

其它微博评论点赞转发都是 0 或者个位数，不要说是知名大品牌，就算有 1237 个真粉丝也不会是这种数据（见答辩证据的附件 3）。

- 5) 就投诉证据的附件 8 关于境内媒体对投诉人营销数据的报道，被投诉人主张该些文章全部为营销号“现金定制”的造势文章，没有任何一个具备公信力的第三方正规媒体文章。
- 6) 就投诉证据的附件 9 中投诉人罗列的奖项，被投诉人主张该些奖项没有任何一项是有影响力和公信力的，性质均为商业参与类和会展参与类奖项。因此，这类奖项很难与所谓品牌知名度划等号。

综上，被投诉人主张投诉人的品牌不具备其投诉书中所描画的知名度和影响力。投诉书中捏造了并不存在的 3 万家线下门店、抖音及微博存在数据造假行为、抖音及微博数据与其宣称的知名度严重不匹配、多处引用并夸大自媒体和营销号的收费报道、把商业展会参展收费奖项当作品牌知名度的佐证，以上种种的不诚信行为意图是误导专家组，以期实现恶意侵占的目的。

ii. 被投诉人拥有对该域名的权利或合法利益

被投诉人主张商标并不等于域名，不持有任何商标并不排斥拥有注册和使用域名的权利，投诉方已恶意侵占为目的，把商标和域名混为一谈，模糊了 hipapa.com 域名和商标 Hi!papa 之间的明显的不同和界线。

iii. 被投诉人的域名没有被恶意注册并且未被恶意使用

被投诉人主张投诉人所指称“被投诉人注册争议域名主要是为了将其注册出售给投诉人以获得有价值的对价超过被投诉人与争议域名直接相关的自付费用”与事实不符。投诉人不能提供任何支持证据，完全为投诉人的主观臆想和构陷。被投诉人从未向投诉人要约出售此域名，且投诉人也从未与被投诉人通过任何形式取得任何联系。

被投诉人主张投诉人所指称“投诉人认为其对争议域名的注册和使用均具有恶意”与事实不符。诚如投诉人所认可的 hipapa 是“由英语中的日常问候用语 HI 以及英语或拉丁语中表示爸爸含义的通用词 PAPA 组合而成”。被投诉人主张注册此域名的目的为家庭关系互动网站做项目储备，出售页面也只是临时停靠而已，不存在针对投诉人的任何恶意。

被投诉人提出投诉人对“hipapa”任何后缀域名并无持有和使用的现状和意图。就此，被投诉人主张投诉人目前使用和推广的是 haiguibaba.com 和 cn 域名，并在投诉书中刻意隐瞒这一点，足见其非良善意图。此外，经查询发现，投诉人的网站 haiguibaba.com 和 cn 域名均注册于 2019 年 7 月 8 日，而这个时间点上 hipapa 的任何后缀包括本域名 hipapa.com 和中国的 cn 后缀都是可以注册的，被投诉人的 com 和 cn 注册时间都大大晚于此日期，而投诉人并未注册任何一个后缀。而且，截至当前投诉人并不持有任

何 hipapa 前缀的任何一个域名，即使目前绝大多数后缀都是可注册的，这表明被投诉人注册域名的行为并未阻碍投诉人对品牌有关域名的注册和使用。因此，投诉人的投诉行为只表明了其对被投诉人财产的恶意侵占意图。

综上，被投诉人主张投诉人从 2019 年起就无意向注册 hipapa 任何后缀的域名。被投诉人的注册行为并未对其商业活动产生任何主观和客观阻碍，而且投诉人对被投诉人的财产有明显的恶意侵占企图。

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恶意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

争议域名于 2024 年 9 月 10 日注册。

基于投诉人所提供的广州好肌肤科技有限公司的主体资格证明文件（见投诉证据附件 4）以及投诉人商标权利证明文件（见投诉证据附件 5），专家组接纳投诉人在中国于第 3、5 及 25 类商品上对“Hi!papa”拥有商标权（“投诉人的商标”）。投诉人的商标早在 2020 年注册，早于争议域名在 2024 年 9 月 10 日的注册日期并有效至今，专家组接纳投诉人就“Hi!papa”在中国拥有在先商标权。专家组接纳投诉人的“Hi!papa”商标的注册早于被投诉人注册争议域名的日期。

在争议域名<hipapa.com>中，其主要组成部分是“hipapa”，后缀“.com”与认定是否相同或混淆性近似无关。专家组认为争议域名的主要组成部分“hipapa”除了没有感叹号外，完全对应投诉人在先商标“Hi!papa”的拼写方式，而“hipapa”与投诉人在先商标“Hi!papa”的发音完全一致。专家组接纳投诉人的主张，整个域名可以理解为“Hi!papa”的网站，会让人产生被投诉人是经过投诉人授权的经销商的错觉，引起消费者的混淆。

被投诉人没有直接反驳投诉人关于投诉人对投诉人商标享有权利的主张。

综上，考虑到投诉人所提出的所有论点及证据（包括于上述所特别指出的证据及其它未有特别指出的证据），专家组接纳投诉人的投诉已满足了《政策》第 4(a)(i)条的规定。

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

依据域名注册机构向中心作出的确认显示，争议域名持有者是“王健”，管理联系人同为“王健”，被投诉人的名称与争议域名的主要部分“hipapa”毫无关系，而“hipapa”亦非其名称相应的汉语拼音。

另外，作为在先权利持有人的投诉人指出，被投诉人没有获取投诉人的许可注册该域名。投诉人称被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益的主张已经构成表面证据(参见 Conforama Holding v. Ying Liu, WIPO 案号: D2010-0094)。一旦投诉人一方提供了表面证据，举证责任就转移到被投诉一方。

根据《政策》第 4(c)条，如果专家组根据对被投诉人提供的所有证据的评估发现确实存在以下任意情况（特别是以下情况但不仅限于），则可表明被投诉人对该域名的权利或合法权益：

- (i) 在接到有关争议的任何通知之前，被投诉人使用或有证据表明准备使用该域名或与该域名对应的名称来用于提供诚信商品或服务；或
- (ii) 即使被投诉人未获得商标或服务标记，但被投诉人（作为个人、企业或其他组织）一直以该域名而广为人知；或
- (iii) 被投诉人合法或合理使用该域名、不以营利为目的，不存在为商业利润而误导消费者或玷污引起争议之商标或服务标记之意图。

专家组注意到被投诉人未提出任何主张及证据证明第 4(c)条所述的情形或其他可表明被投诉人对争议域名的权利或合法权益的情况，被投诉人亦未提出任何证据证明其持有任何“hipapa”注册商标。据此，专家组认为应当支持投诉人关于被投诉人对争议域名或其主要部分不享有合法权益的主张。

综上，考虑到投诉人所提出的所有论点及证据（包括于上述所特别指出的证据及其它未有特别指出的证据），专家组认为投诉人的投诉满足《政策》第 4(a)(ii)条的要求。

C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

《政策》第 4(b)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：

- (i) 一些情况表明，被投诉人已注册域名或已获得域名，主要用于向投诉人（商标或服务标记的所有者）或该投诉人的竞争对手销售、租赁或转让该域名注

册，以获得比被投诉方所记录的与域名直接相关之现款支付成本的等价回报还要高的收益；或者

- (ii) 被投诉人已注册该域名，其目的是防止商标或服务标记的所有者获得与标记相对应的域名，只要被投诉人已参与了此类行为；或者
- (iii) 被投诉人已注册该域名，主要用于破坏竞争对手的业务；或者
- (iv) 被投诉人使用该域名是企图故意吸引互联网用户访问被投诉方网站或其他在线网址以获得商业利益，方法是使你方网站或网址或者该网站或网址上的产品或服务的来源、赞助商、从属关系或认可与投诉人的标记具有相似性从而使他人产生混淆。

如上(A) 部分所述，投诉人就“Hi!papa”拥有在先商标权。另外，投诉人提供了一系列的证据证明投诉人公司及其商标透过商品和服务的广泛推广在中国获得了一定程度的知名度，其中包括“Hi!papa”品牌的发展历程报道（见投诉证据 6），投诉人官方微博公告官宣知名艺人成为其品牌代言人（见投诉证据 7），有关“Hi!papa”品牌的营销数据报道（见投诉证据 8），投诉人获得的奖项荣誉（见投诉证据 9）以及搜索引擎检索结果（见投诉证据 10）。被投诉人主张投诉人的“Hi!papa”品牌为岌岌无名的小品牌，没有如投诉人所主张的高知名度，并提出了以上驳斥。基于双方提供的证据，专家组认为投诉人的品牌在中国有一定的程度的知名度。

专家组不接纳被投诉人注册争议域名的目的为家庭关系互动网站做项目储备的主张。被投诉人把争议域名在本案域名注册商阿里云计算有限公司官网以 198,888 元人民币出售的行为（见投诉证据附件 11）证明了被投诉人注册争议域名并非为了做项目储备。另外，被投诉人亦没有提供相关家庭关系互动网项目的证据。

综上所述，考虑到投诉人和被投诉人所提出的所有论点及证据（包括于上述所特别指出的证据及其它未有特别指出的证据），专家组认为被投诉人对该争议域名的注册以及以高价出售争议域名的行为，符合《政策》第 4 条(a)款(iii)项所规定的恶意，投诉人的投诉满足了《政策》第 4 条(b)款(i)项的规定。

6. 裁决

专家组在仔细审阅投诉人所提出的所有论点及证据（包括于上述专家组意见中所特别指出的证据及其它未有特别指出的证据），基于以上分析，专家组裁定投诉人的投诉成立，被投诉人应将争议域名<hipapa.com>转移给投诉人。



专家组：陈韵云

日期：2024 年 11 月 12 日