



(香港秘书处)

## 行政专家组裁决

---

案件编号:	HK-2401950
投诉人:	奥的斯电梯公司
被投诉人:	杨晓辉
争议域名:	<shanghaisigma.com>

---

### 1. 当事人及争议域名

本案投诉人为奥的斯电梯公司, 美国康涅狄格州法明顿, 开利大厦一座。

被投诉人为杨晓辉, jiangsu wuxi nanchangchuangyeguangchang。

争议域名为 <shanghaisigma.com>, 由被投诉人通过 Alibaba Cloud Computing Ltd. d/b/a HiChina (www.net.cn) 注册。

### 2. 案件程序

2024 年 12 月 18 日, 投诉人根据互联网络名称及数字地址分配机构 (ICANN) 于 1999 年 10 月 24 日起施行之《统一域名争议解决政策》(《政策》), 和于 2013 年 9 月 28 日起施行之《统一域名争议解决政策之规则》(《规则》), 及于 2023 年 8 月 21 日起施行之《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。2024 年 12 月 19 日, 中心确认收到上述投诉书及附件, 并向域名注册机构阿里云计算有限公司发出注册信息确认通知, 请求确认上述争议域名是否经其注册。2024 年 12 月 20 日, 域名注册机构向中心确认: 《政策》适用于所涉域名投诉, 注册协议使用的语言为中文。

2024 年 12 月 30 日, 中心向投诉人发出投诉书修改通知, 要求投诉人根据《规则》第 4(b)条修正投诉书。投诉人于 2024 年 12 月 31 日向中心提交了修改后的投诉书。

2025 年 1 月 2 日, 中心确认投诉人所提交的投诉书符合《规则》及《补充规则》的要求, 并向被投诉人发出正式的域名投诉通知, 要求被投诉人根据《规则》及《补充规则》的规定于 20 天内 (即 2025 年 1 月 22 日或之前) 提交答辩, 并同时转发了投诉书及所有附件材料。

本案程序于 2025 年 1 月 2 日正式开始。

2025 年 1 月 24 日，中心发出被投诉人缺席审理通知，确认中心在规定答辩时间内没有收到被投诉人提出的答辩。

2025 年 1 月 22 日，中心向 Ms. Yana Zhou 发出专家组候选通知。2025 年 1 月 23 日，候选专家按照中心的要求，表明同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。2025 年 1 月 28 日，中心以电子邮件向双方当事人及独立专家 Ms. Yana Zhou 发送通知，告知有关各方，Ms. Yana Zhou 被任命为独任专家组审理本案。中心于当日正式将案件移交专家组。专家组同意将在 2025 年 2 月 11 日或之前，就上述域名争议案件提交裁决。

### 3. 事实背景

#### A. 关于投诉人

投诉人宣称而未被被投诉人异议的事实：

投诉人于 1898 年在美国成立，总部位于康涅狄格州法明顿，一直致力于研究、开发、制造、安装、维修、保养、更新、改造电梯、扶梯、自动人行道等运输系统。奥的斯电梯公司的创办人伊莱沙·格雷夫斯·奥的斯先生是现代电梯的发明人，其于 1853 年发明了世界上第一台安全升降梯。160 多年后的今天，投诉人已经成为世界上最大的电梯、升降设备及其他水平运输系统生产商。投诉人的产品遍布全球七大洲的 200 多个国家和地区。目前，有近 250 万部奥的斯电梯和扶梯运行在全球各个国家和地区，每五天运载全球人口一次。与此同时，投诉人在全球维护保养着超过 190 万部电梯和扶梯。投诉人是目前世界上最大的电梯公司，其电梯年销售量是排名第二位和第三位的总和。世界上最高的 100 座建筑物中有 64 座采用了投诉人生产的电梯。世界众多著名的建筑物如纽约帝国大厦、巴黎艾菲尔铁塔、巴黎卢浮宫玻璃金字塔、加拿大多伦多电视塔、韩国首尔塔、香港汇丰银行大厦、香港中环广场、阿拉伯联合酋长国迪拜塔等等均采用了奥的斯电梯。投诉人在全球共有约 61,000 名员工，其中 53,000 工作在除美国之外的其它国家和地区。投诉人 2011 年收入达 124 亿美元，其中 83%来自于美国之外的全球其他公司。

奥的斯电梯进入中国也已逾百年。早在 1888 年，奥的斯就在香港大饭店安装了首部中国电梯。早在 1900 年，投诉人通过代理商 Tullock & Co. 获得在中国的第一份电梯合同——为上海和平饭店提供 2 台电梯。这是中国有史以来第一部电梯。1905 年，上海茂盛公司成为投诉人在华的代理商。在上个世纪的二十到三十年代，中国的多个著名建筑都采用奥的斯电梯，如上海的百老汇大厦、广州的爱群大厦等等。位于天津利顺德大饭店的“OTIS”电梯，安装于 1924 年。

今天，投诉人已成为中国最大的电梯、扶梯生产商和维修保养服务商，在全国 40 个城市部署了 165 个业务网点，有效服务范围覆盖 100 多个城市 and 地区，下设北京、天津、上海、杭州、苏州、广州和西安等地合资企业十二家，六大制造基地

及三大研发中心，为客户提供电梯、扶梯及自动人行道的生产、销售、安装、维修保养及现代化更新的一体化服务。

投诉人极其重视知识产权保护，从 1999 年 12 月 7 日就申请注册了“SIGMA”商标。因此，投诉人对“SIGMA”系列商标享有注册商标专用权，其合法权利受到《中华人民共和国商标法》的切实保护。本案中，投诉人在先申请并获得注册了第 1547035 号以及第 3319879 号商标的在先商标专用权：

- 中国商标“SIGMA”注册号 1547035，注册日期为 2001 年 3 月 28 日，该标记注册于下述商品和服务: 7。
- 中国商标“SIGMA”注册号 3319879，注册日期为 2004 年 8 月 14 日，该标记注册于下述商品和服务: 7。

#### B. 关于被投诉人

被投诉人并未在规定答辩时间内提交任何符合《政策》要求的答辩。

### 4. 当事人主张

#### A. 投诉人

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

投诉人早在 2000 年 8 月 28 日便注册了域名<sigmaelevator.com>，其中 sigma 为核心，elevator 是电梯的英文，指向投诉人主营行业。投诉人对域名<sigmaelevator.com>享有在先域名权益。被投诉域名主体部分是 shanghai sigma。其中“sigma”与投诉人的在先域名主体部分的“SIGMA”完全相同，“shanghai”是地名上海，足以造成公众混淆，易使公众误以为被投诉域名和导向网站是投诉人上海公司的。被投诉域名导向网站亦宣传销售电梯，与投诉人注册商标核定使用商品相同，也与投诉人主营业务相同，即为足以造成公众混淆。因此构成《统一域名争议解决政策》第 4(a)(i)所描述的“具有误导性的近似”。

- ii. 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法权益

首先，被投诉人对投诉人的 SIGMA 商标或争议域名不享有商标权利或任何其他权利或合法权益。投诉人未授权或许可被投诉人为任何目的使用 SIGMA 商标或任何衍生商标，亦从未授权或许可被投诉人注册带有“SIGMA”标记的域名。被投诉人与投诉人没有任何合作关系。被投诉的域名注册于 2024 年 05 月 20 日，远远晚于投诉人使用“SIGMA”及“sigmaelevator.com”作为商标和域名的注册和使用日期。被投诉人对于争议域名不享有任何合法权益。

iii. 被投诉人的域名已被恶意注册并且正被恶意使用

SIGMA”作为投诉人的商标英文以及域名的主体部分，是由投诉人原创的，具有极高的显著性。从投诉人成立至今，“SIGMA”持续、广泛地用作投诉人的商标。因此，“SIGMA”是投诉人享有独创性的智力成果。如前所述，“SIGMA”系列商标享有很高的声誉及知名度。因此，我们可以认为，被投诉人注册与投诉人享有民事权益的注册商标和域名主体部分一致的被投诉域名“shanghaisigma.com”并不是偶然的。被投诉人注册被投诉的域名具有恶意。

被投诉人在被投诉域名 <shanghaisigma.com> 的导向网站“https://shanghaisigma.com/”中，恶意使用投诉人注册商标“SIGMA”用于宣传自身产品，在网页中宣传“shanghai SIGMA 电梯安全运行在 100 多个国家和地区，时光荏苒，传承着德意志民族严谨、认真的精神。上海西格玛电梯将最优质的电梯、自动扶梯推向世界，开启电梯艺术殿堂的大门。”投诉人成立于 1898 年，至今有 126 年的历史。被投诉人虚假宣传，刻意与投诉人进行混淆，易导致公众对服务来源的混淆，足以证明被投诉域名的注册具有恶意。

## B. 被投诉人

被投诉人未在规定的答辩时间内提交任何符合《政策》要求的答辩。

## 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权益；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

投诉人须向专家组举证证明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（根据《政策》第 4(a)(i)条）。

专家组注意到投诉人成立于 1898 年并于 1999 年注册及一直使用包含其名称 SIGMA 的商标，并透过在全球包括被投诉人所在地中国各地多年的持续使用及推广，使其包含 SIGMA 的商标在争议域名被注册前已获得了知名度和影响力，中国的相关公众也已将投诉人与 SIGMA 之间建立起直接、唯一的对应关系。

在比较争议域名是否与投诉人商标是否相似时，有关的比较应只针对域名前缀的主要部分，相关的顶级域名，即本案争议域名的“<.com>”并不影响有关的比较，参见 *WIPO Overview of WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions, Third Edition* (“*WIPO Jurisprudential Overview 3.0*”)第 1.11 条。

被投诉域名的主体部分为 shanghaisigma，即“sigma”和“shanghai”。其中“sigma”与投诉人的注册商标“SIGMA”完全相同，“shanghai”是地名上海。

就此，专家组认定本投诉已满足《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

投诉人须向专家组举证证明被投诉人不拥有对争议域名的权利或合法利益（根据《政策》第 4(a)(ii)条）。

投诉人必须首先成功举证被投诉人对争议域名缺乏合法权益（表面证据 *Prima Facie*），而举证的责任将转移到被投诉人身上以表明其确实对争议域名或者其主要部分享有合法权益。参见 *WIPO Jurisprudential Overview 3.0* 第 2.8 条。

根据《政策》第 4(c)条规定，被投诉人需要提供证据证明以下情况确实存在：（特别是以下情况但不限于）：

- (i) 在接到有关争议的任何通知之前，你方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；或者
- (ii) 即使你方未获得商标或服务标记，但你方（作为个人、企业或其他组织）一直以该域名而广为人知；或者
- (iii) 你方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。

通过投诉人的使用和推广，该字号已成为广泛认可的品牌“SIGMA”，尤其是中国公众认可的品牌，获得了广泛的声誉。同时，投诉人声称其从未授权被投诉人代表投诉人使用其商标，与被投诉人没有任何业务往来或隶属关系。投诉人还指出，被投诉人对争议域名的知名度不高，且存在恶意利用“SIGMA”商标误导消费者、利用其声誉并从中牟利的恶意。

因此，专家组同意投诉人已就此构成表面证据（*prima facie*），而举证的责任因而转移到被投诉人身上。参见 *WIPO Jurisprudential Overview 3.0* 第 2.1 段。

由于被投诉人在限期内并没有提交答辩，因此专家组接纳被投诉人对争议域名不享有合法权益。

就此，专家组认定本投诉已满足《政策》第 4(a)(ii)条的规定。

#### C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

投诉人须向专家组举证证明争议域名已被恶意注册及使用（根据《政策》第 4(a)(iii)条）

根据《政策》第 4(a)条规定，投诉人需要同时举证被投诉人对争议域名的注册和使用同时具有恶意。《政策》第 4(b)条规定所列的以下情况（特别是以下情况但不限于），则可将其作为恶意注册和使用域名的证据：

- (i) 一些情况表明，你方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，以获得比你方所记录的与域名直接接相关之现款支付成本的等价回报还要高的收益；或者
- (ii) 你方已注册该域名，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，只要你方已参与了此类行为；或者
- (iii) 你方已注册该域名，主要用于破坏竞争对手的业务；或者
- (iv) 你方使用该域名是企图故意吸引互联网用户访问你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人产生混淆。

首先，专家组认定，申诉人的注册商标“SIGMA”通过申诉人 1999 年以来的使用和推广，“SIGMA”为中国公认的品牌。被申诉人不可能完全不知情申诉人，以及争议域名注册前“SIGMA”商标。因此，专家组一致认定被申请人对争议域名的注册具有恶意。

专家组同意投诉人的观点，即被被投诉人在被投诉域名<shanghaisigma.com>的导向网站“<https://shanghaisigma.com/>”中，恶意使用投诉人注册商标“SIGMA”用于宣传自身产品，在网页中宣传“shanghai SIGMA 电梯安全运行在 100 多个国家和地区”。专家组认为，这很容易导致相关公众对服务来源产生混淆，足以证明争议域名的注册和使用具有恶意。被投诉人的行为符合《政策》4(b)(iv) 条规定“你方使用该域名是企图故意吸引互联网用户访问你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人产生混淆”。

就此，专家组认定本投诉已满足《政策》第 4(a)(iii)条的规定。

## 6. 裁决

根据《政策》第 4(a)条和《规则》第 15 条，本专家组裁定域名<shanghaisigma.com>转移给投诉人。



专家组：Yana Zhou

日期：2025 年 2 月 10 日