



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-2201608
投诉人:	美的集团股份有限公司 (Midea Group Co., Ltd.)
被投诉人:	王雁飞 (Yanfei)
争议域名:	<colmo.ai>

1. 当事人及争议域名

本案投诉人为美的集团股份有限公司 (Midea Group Co., Ltd.)，地址位于 6 Midea Avenue, Beijiao, Shunde, Foshan City, 528311 Guangdong Province, China。投诉人的授权代表为 Paddy Tam, CSC Digital Brand Services Group AB。

被投诉人为王雁飞 (Yanfei)，地址为 Jingkoulu 100，Licang，Qingdao City, Shandong Province，China。

争议域名为 colmo.ai，由被投诉人于 2018 年 10 月 20 日通过 DNS11 GROUP 注册。

2. 案件程序

2022 年 3 月 21 日，投诉人美的集团股份有限公司 (Midea Group Co., Ltd.) 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。

2022 年 3 月 22 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 DNS11 GROUP 发出注册信息确认函，要求其确认注册信息。IANA 所授权的 .AI 域名的技术联系人于 2022 年 3 月 22 日回复确认：(1) 争议域名由其提供注册服务；(2) 被投诉人 Yanfei 为争议域名注册人；(3) 《政策》适用于所涉域名投诉。域名注册商 DNS11 GROUP 于 2022 年 3 月 30 日回复确认了以上信息，并答复争议域名注册协议使用的语言为中文。

2022年3月30日，中心香港秘书处向投诉人传送投诉修改形式缺陷通知，要求对投诉书中存在的形式缺陷作出修正。投诉人于2022年4月1日向中心香港秘书处重新提交了修改后的投诉书和附件。

2022年4月4日，中心香港秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉书确认，确认投诉书已经审查合格。同日，中心香港秘书处以电子邮件的形式向被投诉人传送并发送书面投诉通知，告知被投诉人被投诉的事实，并按《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，告知被投诉人须在2022年4月24日或之前向中心香港秘书处提交答辩书及其附件。电子邮件均抄送了ICANN及争议域名的注册商DNS11 GROUP。本案程序于2022年4月4日正式开始。

2022年4月23日，被投诉人向中心香港秘书处提交了答辩书，同电子邮件抄送了投诉人。2022年4月25日，中心香港秘书处以电子邮件向被投诉人传送通知，确认收到答辩书。同日，中心香港秘书处以电子邮件向投诉人传送了被投诉人的答辩书及附件。

2022年4月25日，中心香港秘书处向张平女士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。同日和4月26日，投诉人向中心香港秘书处分别提交了英文和中文的暂停程序的请求，以便与被投诉人讨论和解。中心香港秘书处于4月26日以电子邮件向被投诉人传送通知，向其告知投诉人请求暂停程序的事实，并请被投诉人在指定日期2022年5月3日前表明是否反对上述暂停程序的请求。

2022年4月27日，投诉人向中心香港秘书处提交了恢复程序的请求，并提交了一份补充投诉书和附件，以进一步支持3月21日提交的投诉书和回应被投诉人的答辩书，该电子邮件同时抄送了被投诉人。同日，中心香港秘书处以电子邮件向投诉人和被投诉人传送通知，确认收到投诉人恢复程序请求，告知恢复本案程序，并将尽快指定专家审理本案。4月28日，被投诉人向中心香港秘书处发送了两封电子邮件，提交了补充答辩及附件，同邮件抄送了投诉人。同日，中心香港秘书处向投诉人和被投诉人分别传送通知，确认收到补充投诉书及其附件和补充答辩及其附件；并分别向被投诉人和投诉人传送了补充投诉书及其附件和补充答辩及其附件。对于投诉人的补充投诉及附件和被投诉人的补充答辩及附件，中心香港秘书处向投诉人和被投诉人传送的确认通知均告知，根据《规则》第10(d)条的规定，将由专家组决定是否接受上述补充证据。

2022年4月27日，中心香港秘书处重新向张平女士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。4月29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。

2022年4月30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，指定张平女士为本案独任专家，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。

根据《规则》第6(f)条和第15(b)条，专家组应当在成立之日（即2022年4月30日）起14日内即2022年5月14日前（含5月14日）就本案争议作出裁决。

3. 事实背景

投诉人美的集团股份有限公司（Midea Group Co., Ltd.）1968 年成立于中国广东，如今是一家覆盖消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、创新业务四大板块业务的全球科技集团。投诉人在中国及互联网上拥有大量 COLMO 旗舰店和销售点。投诉人于世界各地，当中包括被投诉人所在的中国等多个国家地区为其商标“COLMO”取得了商标注册。其中包括（具体见投诉书附件 1）：

商标	管辖区	注册号码	类别	申请日期	注册日期
COLMO	欧洲	017892647	7, 11, 37	2018 年 04 月 26 日	2018 年 09 月 04 日
COLMO	国际	1433809	7, 11, 37	2018 年 03 月 07 日	2018 年 09 月 21 日 ¹
COLMO	中国	29478039	9, 35, 38, 42	2018 年 03 月 07 日	2019 年 01 月 07 日
COLMO	中国	29479681	7, 11, 37	2018 年 03 月 07 日	2019 年 01 月 14 日
COLMO	中国	29479706	21, 39, 44	2018 年 03 月 07 日	2019 年 01 月 14 日
COLMO	美国	5876493	7, 11, 37	2018 年 09 月 21 日	2019 年 10 月 08 日

被投诉人王雁飞（Yanfei）是一名自然人。被投诉人于 2018 年 10 月 20 日通过注册商 DNS11 GROUP 注册了本案争议域名 colmo.ai。

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；

关于投诉人拥有的 COLMO 商标，投诉书主张投诉人拥有本裁决书“事实背景”所列的商标注册，当中管辖区包括被投诉人的所在地中国。投诉人在补充投诉中进一步主张，COLMO 商标最早于 2018 年 9 月获得首个注册并于 2018 年 10 月 19 日全球首发。自推出以来，投诉人在全球推广和销售 COLMO AI 智能家电产品：（1）除大量自家美的的销售网点外，与各大电商平台签署合同并销售 COLMO 产品，获得了良好的销售业绩，见补充附件 1；（2）投诉人广泛推广 COLMO 品牌，见补充附件 2；（3）投诉人因其人工智能及优秀产品获得了大量奖项，见附件 6.2 和补充附件 3；（4）客户意见，见补充附件 4。以上证据说明投诉人的 COLMO 商标自推出以来，其创新的人工智能家电产品已广为人知，取得了其独特性。投诉人的 COLMO 商标在中国国内已入选广东省重点商标名录（补充附件 3），消费者在看到 COLMO 商标时只会联想起投诉人 COLMO 商标及商品，而非被投诉人所描述的西班牙语词汇。更直接地说，西班牙语在国内并不通用，比起其他外语如英语等，懂西班牙语的人非常罕见。最后，

¹ 投诉书原本记载的申请日期为 2018 年 9 月 21 日，注册日期为 2018 年 3 月 7 日。经核验投诉书附件 1，本专家组将注册日期更正为 2018 年 9 月 21 日，该商标未记载申请日，但以前述第 29479681 号商标申请作为基础申请，因此通常为原属局收到国际申请的日期。

“BOOKING.COM”的终审判决及其分析表明，描述性标识可以通过取得“第二含义”来获得显著性，从而被获准注册。

投诉书主张，比较本案争议域名和投诉人的商标时，有关比较应一般只针对域名的第二级部分与投诉人的商标。²然专家也可以参考争议域名的顶级部分是否与投诉人的商标有着混淆性的相似处。基于新顶级域名（new gTLDs）的推出，专家组普遍也会同时考虑到争议域名的顶级部分是否影响争议域名与投诉人的商标之间混淆性的相似处。³而在本案中，争议域名为国家地区顶级域名.ai，也常被视为“人工智能 Artificial Intelligence”的简称，与投诉人的 COLMO 品牌及其包含人工智能科技的家电产品等紧密相关（附件 6.2），因而提升了与投诉人商标之间的相似度。

争议域名的第二级部分完整包含投诉人的 COLMO 商标，形成了一个与投诉人的 COLMO 商标完全相同的域名，符合了《政策》第 4 条(a)款(i)项的条件。过往专家均一致同意，当争议域名中包含完整商标时，该争议域名与该商标是相同或混淆性相似。⁴

ii. 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法利益

投诉书主张，根据争议域名的 WHOIS 信息（投诉书附件 2），被投诉人“Yanfei”与争议域名中的主要部分“colmo”没有任何关联。既然没有证据（包括争议域名的 WHOIS 资料）显示被投诉人因争议域名而广为人知，所以就《政策》第 4 条(c)款(ii)项所述的情况，被投诉人无法被视为对争议域名享有合法权益。⁵

被投诉人既不是善意地提供商品或服务，也不是合法、非商业地使用争议域名。被投诉人使用争议域名将互联网用户转向到缺乏实质内容的网站（投诉书附件 3，该网站内容显示：“您正在访问的域名可以转让！”“如果您对该域名感兴趣，请点击这里提供您的报价。”“域名交易方式：通过金名网（4.cn）中介交易……”）。被投诉人未能使用此争议域名的网站，并没有证明任何企图合法使用域名和网站，因此，被投诉人也不可能

² *Rollerblade, Inc. v. McCrady*, D2000-0429 (WIPO 2000 年 6 月 28 日) (发现顶级域名，如“.net”或“.com”不影响域名，确定它是否相同或混淆相似)。

³ *Canyon Bicycles GmbH v. Domains By Proxy, LLC / Rob van Eck*, D2014-0206 (WIPO 2014 年 3 月 14 日) (“given the advent of multiple new gTLD domain names, panels may determine that it is appropriate to include consideration of the top-level suffix of a domain name for the purpose of the assessment of identity or similarity in a given case, and indeed that there is nothing in the wording of the Policy that would preclude such an approach”). See also, *Zions Bancorporation v. Mohammed Akik Miah*, D2014-0269 (WIPO 2014 年 4 月 12 日) (“In some instances, the TLD suffix may impact the analysis under the first element of the Policy. For example, if the trade mark in question was “Hills Holdings” and the disputed domain name was “hills.holdings”, then consideration of the TLD suffix may be relevant insofar as such (hypothetical) mark “spans the dot”, that is, viewed together, the second- and top-level portions of the disputed domain name are identical (or confusingly similar) to the mark.”)

⁴ *Midea Group Co., Ltd vs. Shi Quan Tan*, FA2201001981150, (NAF February 21, 2022) (“Respondent’s <midea.ai> domain name is composed of Complainant’s entire MIDEA trademark followed by the top-level domain name “.ai.” The differences between Complainant’s trademark and Respondent’s domain name do nothing to distinguish the at-issue domain name from Complainant’s trademark. Therefore, the Panel concludes that Respondent’s <midea.ai> domain name is confusingly similar to Complainant’s MIDEA trademark under Policy ¶ 4(a)(i).”) See also, *Uniroyal Engineered Products, Inc. v. Nauga Network Services*, D2000-0503 (WIPO 2000 年 7 月 18 日) (Panel finding the disputed domain <nauga.net> confusingly similar to complainant’s NAUGA trademark).

⁵ 腾讯控股有限公司诉巨永亮, HK-2001324 (ADNDRC 2020 年 4 月 6 日) (本案专家组认为投诉人的商标“TENCENT”具有极高的知名度和显著性。在缺乏投诉人许可和授权和被投诉人也不以争议域名为公众所知晓的情形下，被投诉人对争议域名或起主要部分不享有合法权益。)

因为争议域名而广为人知。过去多个专家组已确认争议域名缺乏权利或合法利益。⁶由此可见，被投诉人并没有善意地或合理地注册或投入使用争议域名。

被投诉人对争议域名解析的网站旨在利用投诉人商标的名声以及投诉人在消费者中获取的信任和商誉，至少通过非法增加被投诉人网站的流量来获取个人利益。投诉人发现被投诉人正把域名透过中介网站 4.cn 进行销售（投诉书附件 8）。被投诉人贩卖争议域名以获取不合理的商业利益而误导消费者的意图，正正违反了《政策》第 4 条(c)款(iii)项中情形。有关使用争议域名的情况纯粹是为求商业利益，显然不构成根据《政策》中第 4 条(c)款(iii)项中所指合理地或非商业性地合法使用该域名，不存在为获取商业利益而误导消费者的意图。⁷

被投诉人在 2018 年 10 月 20 日注册了争议域名（投诉书附件 3），晚于投诉人在 2018 年 3 月 07 日在中国申请注册其首个“COLMO”商标（投诉书附件 1），也晚于投诉人在 2018 年 3 月 15 日注册了主域名<colmo.com.cn>（投诉书附件 4）。投诉人更注意到争议域名的注册日只比投诉人首次推出 COLMO 商标产品的全球发布会日期 2018 年 10 月 19 日晚一日，请见附件 7.6 及案例 10。⁸

投诉人在补充投诉中进一步主张，注册通用词汇的域名并不代表持有合法利益。⁹参见 *WIPO Overview 3.0* 第 2.10.1 条以及 *Audi AG v. Mohamed Maan*, D2015-0756 (WIPO June 29, 2015)。而在本案中，被投诉人除销售争议域名外并没有真诚地使用域名。

综上，被投诉人对争议域名或其大部分不享有任何合法权益，投诉人的理由符合《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

被投诉人注册和使用争议域名的行为具有明显的恶意。具体如下：

在申请注册一个完整包含投诉人 COLMO 商标的域名的时候，被投诉人制造了一个与投诉人商标和其主域名<colmo.com.cn >混淆地相似的域名。由

⁶ *Hermes International v. 徐彩云*, DCN-1700746 (HKIAC 2017 年 8 月 16 日) (this Panel finds that the Disputed Domain Name is pointing to an inactive page and the Respondent does not have a history of using, or preparing to use the Disputed Domain Name in connection with a bona fide offering of goods or serv(ic)es.)

⁷ *Caldsoft Way3D Sistemas Eireli EPP v. Jinsoo Yoon*, D2016-2514 (WIPO, Jan. 23, 2017) (finding bad faith where the registrant is “simply offers the disputed domain name for sale”).

⁸ *株式会社资生堂 v. 杨智*, DCN-2000978 (HKIAC 2021 年 2 月 1 日).

⁹ *WIPO Overview 3.0* 第 2.10.1 条 (“Panels have recognized that merely registering a domain name comprised of a dictionary word or phrase does not by itself automatically confer rights or legitimate interests on the respondent; panels have held that mere arguments that a domain name corresponds to a dictionary term/phrase will not necessarily suffice. In order to find rights or legitimate interests in a domain name based on its dictionary meaning, the domain name should be genuinely used, or at least demonstrably intended for such use, in connection with the relied-upon dictionary meaning and not to trade off third-party trademark rights.”)。案例参见 *Audi AG v. Mohamed Maan*, D2015-0756 (WIPO June 29, 2015)。

此可见，被投诉人已经证明对投诉人的品牌和业务有一定的认识和了解（投诉书附件 6）。

在考虑到争议域名注册的日期仅比投诉人新产品 COLMO 的发布会晚一天，被投诉人明显知悉投诉人的注册商标及其新产品的推出时间，更加证实了域名注册是恶意的。除了投诉人在各地闻名的产品和声誉以外，被投诉人在各大知名媒体报道的报道知晓投诉人的 COLMO 商号，可以很明确地看出被投诉人是知道投诉人的，并因此媒体报道（投诉书附件 6.2）给予投诉人产生的热烈反应和风头之下才注册了争议域名。过往的专家组都认为域名注册若与被投诉人公开发布的广大声明或活动有关联的情况，或在其发布的短时间之内，都会被视为投机性的恶意注册。¹⁰

争议域名目前解析为出售争议域名的网站，未被实际使用（投诉书附件 8）。过去专家组已经注意到在《政策》第 4 条(a)款(iii)项中的恶意“使用”一词，被投诉人不需要对该部分采取积极行动，而是被动地持有域名可能构成根据《政策》第 4 条(a)款(iii)项发现恶意注册和使用的一个因素。¹¹ 此案的争议域名与投诉人的商标有着混淆的相似性，而被投诉人也没有实际使用争议域名，这些因素应当在审核恶意注册和使用的条件的时候受到考虑。¹²

争议域名只能被视为意图在互联网用户之间造成混淆的争议域名的来源，因此，争议域名应根据《政策》第 4 条(b)款(iv)项被视为恶意注册和使用的证据。更具体地说，争议域名全部包含投诉人的商标，被投诉人注册争议域名没有诚实可信的理由或逻辑，被投诉人注册争议域名的唯一可能的解释是被投诉人意图通过争议的域名造成混淆，错误和欺骗。因此，任何使用争议域名的实际网站只能是恶意的。¹³此外，考虑到这些情况，任何使用争议域名，无论是实际的还是理论上的，都必然属于恶意的。¹⁴

被投诉人目前提供销售争议域名，已经根据《政策》中第 4 条(b)款(i)项中“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，投诉人已证明被投诉人有意出售争议域名(附件 8)的截图。众所周知，寻求从销售含有第三方商标的混淆性相似域名中获利表现出恶意。¹⁵如上所述，投诉人对 COLMO 商号和商标享有在先权益。被投诉人在对“COLMO”不享有任何合法权益的前提下，被投诉人以出售争议域名为谋利，大大妨碍了投诉人利用与其国际顶级域名 <colmo.com.cn> 相对应的争议域名在开展经营服务活动。

¹⁰ 腾讯控股有限公司 v. 杨家宾 / 深圳爱行信息科技有限公司, HK-1901301 (ADNDRC 2019 年 12 月 28 日). 另参见株式会社资生堂 v. 杨智, DCN-2000978 (HKIAC 2021 年 2 月 1 日) (“在考虑到争议域名注册的日期(2020 年 3 月 24 日)仅比投诉人新产品 BAUM 的发布会(2020 年 3 月 23 日)晚一天，被投诉人明显知悉投诉人的注册商标及其新产品的推出时间，更加证实了域名注册是恶意的。”)

¹¹ Alitalia-Linee Aeree Italiane S.p.A v. Colour Digital, D2000-1260 (WIPO 2000 年 11 月 23 日).

¹² DCI S.A. v. Link Commercial Corp., D2000-1232 (WIPO 2000 年 12 月 7 日).

¹³ Vevo LLC v. Ming Tuff, FA 1440981 (NAF 2012 年 5 月 29 日)

¹⁴ Indymac Bank v. Ebeyer, FA 0175292 (NAF 2003 年 9 月 19 日)

¹⁵ Caldsoft Way3D Sistemas Eireli EPP v. Jlnsoo Yoon, D2016-2514 (WIPO, Jan. 23, 2017) (finding bad faith where the registrant is “simply offers the disputed domain name for sale”). See also, Mayer Brown JSM Holding Limited & Mayer Brown JSM v. 孙启峰, DCN-1500621 (HKIAC, 2015 年 5 月 22 日).

关于被投诉人的恶意，投诉人在补充投诉书中进一步提出了三个方面的主张。首先，被投诉人选择注册一个域名同时包含投诉人的 COLMO 商标以及其主要卖点 AI 人工智能，并在注册后销售该域名，有关的注册和使用明显针对投诉人并包含恶意。参见 *WIPO Overview 3.0* 第 3.2.1 条。¹⁶其次，根据投诉人的调查，被投诉人现就职于投诉人的竞争者（见补充投诉附件 6 和 7）。作为与投诉人同行业研发工作人员，被投诉人根本不可能不知晓投诉人及其 COLMO 品牌，在答辩书中提到“有高度有情怀的 colmo 社区”不单不合理而且缺乏任何证据支持，专家组应予以忽略。因此，被投诉人明显针对投诉人以及其 COLMO 品牌，有关的争议域名的注册和出售明显包含恶意。再次，除争议域名外，被投诉人目前还持有其他域名注册，其中也滥用其他知名品牌和企业的商标。¹⁷这一事实表明，被投诉人正在采取一种域名抢注方式，这是恶意注册和使用争议域名的证据，也建立了这种行为和恶意注册和使用的模式（见补充投诉书及其附件 6）。

综上所述，被投诉人恶意注册及使用争议域名的行为是毋庸置疑的，符合《政策》第 4 条(a)款(iii)项的情形。

iv. 投诉人不符合反向域名劫持的条件

关于被投诉人在答辩中提出的投诉人反向域名劫持的主张，投诉人在补充投诉中答辩称，本投诉不能被视为反向域名劫持。参考 *WIPO Overview 3.0* 第 3.2.1 条，只有符合特定条件，诸如，不太可能证明三个要件、明显应该知道不可能投诉成功、不合理地忽略已经确立的《政策》先例、虚假证据或误导、故意提供不完整的证据资料、未能披露已经重新提交一个案件的事实、在从被投诉人处获取争议域名的尝试失败后无可靠的法律基础而提交投诉、其主张没有任何支持性证据，才能被视为反向域名劫持。在本案中，以上任何一条规定均未能符合。

综上所述，投诉人请求将争议域名转移给投诉人。

B. 被投诉人

被投诉人的答辩对投诉人的投诉主张均予以否认：

¹⁶ “Particular circumstances panels may take into account in assessing whether the respondent’s registration of a domain name is in bad faith include: (i) the nature of the domain name (e.g., a typo of a widely-known mark, or a domain name incorporating the complainant’s mark plus an additional term such as a descriptive or geographic term, or one that corresponds to the complainant’s area of activity or natural zone of expansion), (ii) the chosen top-level domain (e.g., particularly where corresponding to the complainant’s area of business activity or natural zone of expansion), (iii) the content of any website to which the domain name directs, including any changes in such content and the timing thereof, (iv) the timing and circumstances of the registration (particularly following a product launch, or the complainant’s failure to renew its domain name registration), (v) any respondent pattern of targeting marks along a range of factors, such as a common area of commerce, intended consumers, or geographic location, (vi) a clear absence of rights or legitimate interests coupled with no credible explanation for the respondent’s choice of the domain name, or (viii) other indicia generally suggesting that the respondent had somehow targeted the complainant.”

¹⁷ 参见腾讯控股有限公司 (Tencent Holdings Limited) 及腾讯科技(深圳)有限公司 v. 程时增(shizengcheng/ chengshizeng), HK-1901263 (ADNDRC 2019 年 10 月 8 日) (“专家组也接纳被投诉人滥用投诉人和其他中国和国际知名品牌和企业的商标。这表明，被投诉人正在采取一种域名抢注方式，这是恶意注册和使用争议域名 1-5 的证据。专家组认为属于《政策》第 4 (b) (ii) 与(iii)条的情况。”)

- i. “colmo”在西班牙语中是广泛使用短语，并未跟投诉人之间建立唯一固定的对应关系；且投诉人列举的证据不足以证明投诉人商标“COLMO”在西班牙语语言环境中以及世界范围内知名度；投诉人有恶意投诉的嫌疑。

具言之，投诉人在投诉书附件 1 中列举了自己申请的“COLMO”商标，附件 6 中还列举了包括投诉人“美的集团”商号的以及品牌“COLMO”在中国大陆部分城市拥有旗舰店以及中文媒体报道，试图证明争议域名与“COLMO”商标是唯一固定的对应关系，以及“COLMO”商标广泛的影响力。但是真实情况是：（1）“colmo”在西班牙语中是广泛使用的短语，并未跟投诉人之间建立唯一固定的对应关系。证据包括谷歌翻译和必应翻译对西班牙语“colmo”一词的中文翻译截图，以及社交媒体 twitter 中“colmo”一词为关键词的搜索结果截图，以上证据均支持“colmo”为广泛使用短语，与投诉人商号无关。（2）投诉人列举的证据显示 2022 年投诉人在中国大陆部分城市开有旗舰店和在中文媒体中拥有一定影响力，但是无证据显示在 2018 年 10 月争议域名注册时，投诉人“colmo”商标已在中国大陆广泛应用，并拥有相应的知名度和影响力。（3）投诉人提供的证据也仅显示，2022 年其在中国大陆拥有一定影响力，但是并无证据显示其在西班牙语语言环境中以及全世界也拥有同样的知名度和影响力。比如我们在知名社交媒体 twitter 上搜索“colmo”，显示内容大部分为广泛使用短语，很少有关于投诉人“COLMO”品牌或产品的描述。

综上所述，投诉人刻意隐瞒“colmo”在西班牙语中为广泛使用短语的事实，试图利用一个新申请的“COLMO”商标反向劫持广泛使用的短语 colmo 域名。投诉人存在恶意投诉和反向劫持域名的嫌疑。此项不符合《解决办法》第八条第（一）款之规定，请求专家组驳回投诉人。

被投诉人在补充答辩中进一步主张，争议域名在中国大陆无法正式备案和使用，其主要应用场景在海外，而投诉人并未提供其商号在海外拥有广泛影响力的证据。投诉人刻意隐瞒了“.ai”国别域名在中国大陆不允许备案和正式使用的事实，刻意隐瞒了“colmo”在海外为广泛使用短语的事实，刻意隐瞒了争议域名仅能在海外使用的事实。投诉人极其不诚实，试图误导专家组成员，具备恶意反向劫持的嫌疑。

- ii. 被投诉人对争议域名的主要部分“colmo”享有对应的合法民事权益

“colmo”在西班牙语中为广泛使用短语，而非唯一对应投诉人商标。对于广泛使用的短语域名，任何个人和企业都有注册和使用的权力，坚决反对投诉人刻意隐瞒 colmo 为广泛使用短语的事实，从而误导专家组。

被投诉人计划建立一个有高度有情怀的 colmo 社区，于是 2018 年 10 月通过公开合法渠道注册获得争议域名，由于启动资金问题项目进展缓慢，被投诉人是个有理想有情怀的青年才俊，在困难面前，被投诉人并未放弃梦想，一直在坚持使用个人合法收入为争议域名续费，也一直在积极寻找合伙人，希望将 colmo 社区项目早日上线。

综上所述，被投诉人对争议域名的主要部分“colmo”享有合法民事权益，投诉人此项不符合《解决办法》第八条第（二）款之规定。恳请专家组驳回投诉人的投诉请求。

iii. 被投诉人不存在恶意注册或使用该争议域名的情形

首先，争议域名不存在恶意注册。“colmo”在西班牙语中为广泛使用短语，被投诉人计划建立一个有高度有情怀的 colmo 社区，于是被投诉人于 2018 年 10 月 20 日通过公开合法渠道注册获得争议域名；在注册争议域名时，被投诉人不知晓“colmo”是投诉人正在申请的商标，也不知晓投诉人的所说的发布会，被投诉人的注册行为与投诉人无关。投诉人通过恶意揣测被投诉人注册动机，试图误导专家，将该词与投诉人商标“colmo”形成唯一对应关系，但事实是“colmo”在西班牙语中是广泛使用短语，并未跟投诉人之间建立唯一固定的对应关系，另外被投诉人也从未联系过投诉人向其推销该域名。

其次，争议域名不存在恶意使用。投诉人声称其发函前，被投诉人正在出售域名，该行为具有恶意。针对投诉人的上述指控，被投诉人就争议域名不存在恶意使用说明如下：（1）被投诉人从未在任何网站上公开出售过争议域名，投诉人提供的金名网上展示域名评估的记录并非是被投诉人发布的，页面上也没有被投诉人任何个人信息和联系方式，金名网展示价值评估的方式与被投诉人无关，投诉人根据一个没有被投诉人联系方式的网页来随意抹黑被投诉人充满恶意。（2）另外被投诉人一直在寻找合作伙伴持续推进 colmo 社区项目早日上线，已在答辩正文的 B 部分详细论述过，此处不再重复展开论述。

针对投诉人提交的关于被投诉人身份及其恶意的补充投诉证据，补充答辩书进一步主张，投诉人试图通过提交被投诉人隐私，恶意揣测，误导专家组。事实是，被投诉人从未恶意损害投诉人的利益。被投诉人注册争议域名时，并不知晓投诉人正在申请商标，也不了解其发布会，仅因为 colmo 在海外为广泛使用的短语，有社区基础才注册，希望建立一个理想的有高度有情怀的社区。投诉人的恶意反向劫持行为极大伤害了被投诉人的情感，牵扯了被投诉人很大的精力，被投诉人希望专家组驳回投诉人的投诉，被投诉人希望在合适的时间放弃该域名控制权，将该域名交还于开源 colmo 社群。

综上所述，被投诉人并不存在恶意注册或使用争议域名的情况，此项不符合《解决办法》第八条第（三）款之规定。恳请专家组驳回投诉人的投诉请求。

iv. 关于认定投诉人反向劫持域名的请求

投诉人通过渲染自身的知名度，恶意歪曲事实，故意夸大商标“colmo”的国际知名度，而刻意隐瞒“colmo”在西班牙语中是广泛使用短语的事实，其行为存在重大道德缺陷，属于典型的反向劫持域名情形。投诉人通过恶意揣测，故意放大一个没有被投诉人联系方式和身份的域名评估网页，以

此诬告被投诉人正在出售域名，其行为非常低端和不耻，属于典型的诽谤诬告。被投诉人是一个善良诚实的青年才俊，享有争议域名主要部分“colmo”的合法民事权益，注册争议域名天经地义。被投诉人请求专家组作出投诉人滥用行政程序和恶意投诉的认定。

5. 专家组意见

通常而言，根据《政策》《规则》和《补充规则》提出的投诉程序，仅提供一次性投诉与答辩机会。但在本次投诉程序中，投诉人在被投诉人答辩后提交了补充投诉书，被投诉人也在收到补充投诉书后通过电子邮件提交了两次简短的答辩，上述补充投诉和答辩均向中心香港秘书处提出，同时抄送了对方当事人。本专家组注意到，中心香港秘书处已经告知投诉人和被投诉人，根据《规则》第 10(d)条的规定，将由专家组决定是否接受上述补充证据，并且在本投诉程序的通信过程中平等且充分地保障了每一方都有平等的机会进行陈述。根据《规则》第 10(d)条、第 12 条的规定，本专家组有对证据可接受性、关联性、实质性和重要性的决定权，同时也被赋予了要求任何一方提供进一步陈述或提交相关文件的裁量权。因此，对于投诉人和被投诉人提交的未经要求的补充投诉与补充答辩，双方未表示出异议，在已经确保双方均获得了平等陈述机会的条件下，本专家组决定予以接受。同时，由于投诉人和被投诉人的补充投诉与补充答辩，均对对方当事人所提出的主张和证据进行了直接相关的回应，本专家组认为，补充投诉与补充答辩中提出的主张和证据，同常规投诉和答辩中提出的主张和证据一样，就本裁决的目的而言具有相关性。

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

根据投诉人提交的商标注册资料，可以确认，在争议域名注册日（2018 年 10 月 20 日）以前，投诉人取得了两件注册商标，包括：（1）在欧盟注册的第 017892647 号 COLMO 图形商标，注册日为 2018 年 9 月 4 日，指定使用的商品或服务尼斯分类为第 7、11 和 37 类，具体商品或服务见投诉书附件 1；（2）通过商标国际注册马德里体系注册的第 1433809 号 COLMO 商标，注册日期为 2018 年 9 月 21 日，指定使用的商品或服务尼斯分类为第 7 类、第 11 类和第 37 类，具体商品或服务见投诉书附件 1。该商标注册以投诉人于 2018 年 3 月 7 日在中国提交的第 29479681 号商标注册申请作为基础申请，并指定了 80 多个国家或地区要求保护，其中也包括西班牙、墨西哥、哥伦比亚等以西班牙语作为官方语言的缔约方。该商标注册信息显示，投诉人对该商标的自愿性描述为“拉丁文字 COLMO”。

就《政策》第 4(a)条(i)的目的而言，投诉人享有商标权是一个投诉资格要件。诚如 WIPO 专家组在过往案件中的一贯标准，当投诉人证明其拥有注册商标时，就已经初步满足了域名投诉所需的资格要件。

一般而言，投诉人获得商标权应早于被投诉人的争议域名注册日。尽管相反的情况并不必然排除投诉人可能享有投诉资格，以及专家组可以得出相同或相似性的判断，但若争议域名注册日早于投诉人获得商标权，除个别例外的案件之外，很难表明被投诉人具有恶意。¹⁸就本投诉中的具体情况而言，投诉人在争议域名注册日以前提交了四个商标申请，但在争议域名注册日以后才取得注册（见本裁决书“事实背景”部分以及投诉书附件 1）。为本投诉的目的，上述四个商标申请在争议域名注册日应将其地位视同未注册商标。投诉人拟以该四件商标（申请）作为本投诉之权利基础的，须证明在争议域名注册日前已经对这些商标享有合法权利，例如，已经通过使用获得了显著性，或已经具有一定影响力，因而有资格提出本投诉，仅仅证明提交了商标申请的事实本身是不充分的。除了在争议域名注册日前一天正式推出了新的“COLMO” AI 科技家电品牌（见投诉书附件 6.2）之外，如被投诉人所主张的，投诉人提交的证据不足以证明在争议域名注册日之前，投诉人已经使用 COLMO 商标使其获得知名度和影响力。因此，对于这四件在争议域名注册日尚未完成注册的四件商标，本专家组认为，投诉人未能成功证明其在争议域名注册日前对此享有就本投诉而言适格的商标权。但这四件商标（申请）所针对的标志与上述两件注册商标的标志基本相同，且这些早于争议域名注册日的商标申请在考量第三个要件方面并非是不相关的，故可作为事实证据。

综上，在本投诉中，投诉人享有适格商标权的是两件 COLMO 注册商标。争议域名与商标之间的相同或混淆性相似判断，以这两件注册商标为准。争议域名“colmo.ai”的主要识别部分“colmo”与投诉人的“COLMO”文字商标（第 1433809 号）在字符组成上完全相同，读音相同，除首字母大小写之外在形状上也没有区别。由于域名的表示特征，首字母大小写上的区别在相同或相似性认定通常可以忽略。因此，可以认定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。在争议域名与商标标志相同的条件下，应推定该争议域名的使用容易引起混淆。

投诉人主张，在判断混淆性相似时，专家组应考虑顶级域名后缀“.ai”的影响。投诉人的 COLMO 品牌及其包含人工智能科技的家电产品（见投诉书附件 6.2）与人工智能紧密相关。因而该顶级域名后缀与主要识别部分相结合，提升了争议域名与投诉人商标之间的相似度。

一般而言，顶级域名后缀作为标准化的注册要求，在相同或混淆性相似比较中往往被忽略不计。然而，惯常的域名注册实践以及相关公众对域名的常见认知，对于判断争议域名在使用场景中是否可能产生混淆的判断是密切相关的。“ai”是英属安圭拉岛顶级域名后缀，由安圭拉岛被给定的简写组成。但由于该简写与“人工智能”（Artificial Intelligence）的首字母简写相同，近年来受到相关域名注册者的青睐，常用来表明域名与人工智能行业或技术领域有关。这种约定俗成的域名注册实践，不可避免地会影响相关公众对域名的认知，其实际效果与一开始就被规定为指代特定行业或领域的“.edu”“.gov”“.org”等后缀并无本质差异。当顶级域名后

¹⁸ WIPO Overview 3.0, Section 1.1.3.

缀不仅只是给定的国家或地区简写，而且由于惯常实践被相关公众赋予了其他含义，并经常因为该含义而被域名注册者有意选择用来描述其行业或技术领域的，应当认可相关公众也有较高的可能性从该域名后缀中领会到其描述性含义。具体就本投诉而言，投诉书附件 6.2 显示投诉人的 COLMO 品牌网站 (colmo.com.cn/index) 总是将 COLMO 商标与“**Ai 科技家电**”等字样组合在一起使用；投诉书附件 6 中的许多图片和文字也表明，无论是投诉人自行使用还是他人对投诉人的报道中，COLMO 商标总是和“**Ai 科技家电**”字样同时出现，说明这一组合强调了该品牌产品技术特点和卖点。因此，在争议域名主要识别部分与投诉人的商标标志相同而推定具有混淆可能性的前提下，由于投诉人在 COLMO 商标下提供的产品以“**Ai 科技家电**”而闻名，并且事实上存在将“.ai”后缀也视作指代人工智能的注册实践和相关公众的常见认知，不可否认，“colmo”与顶级域名后缀“.ai”的组合将导致争议域名在使用场景中具有更高的混淆可能性。

被投诉人对争议域名与投诉人商标的相同或相似性未提出抗辩，而是辩称“colmo”在西班牙语中是广泛使用的短语，对应中文翻译为“高度”（见答辩书），并提交了一定证据表明“colmo”在社交媒体 twitter 中经常被使用且指代的是非商标含义，而投诉人并未能证明争议域名与“COLMO”商标是唯一固定的对应关系，以及 COLMO 商标广泛的影响力。被投诉人的这一辩解，对于《政策》第 4(a)条规定的第一个要件而言，主要有两个方面的意义。

首先，该辩解质疑在投诉人无证据表明其 COLMO 商标在特定时间（争议域名注册日前）和地域范围（西班牙语语言环境和全世界）具有知名度和影响力的情况下，投诉人的投诉是否有适格的权利基础。前文已经明确作为本投诉适格基础的是两件 COLMO 注册商标，因此问题的关键在于上述辩解对两件注册商标是否成立。本专家组认为，任何文字商标都是由字符组成的，一些字符组合在某些语言中已经具有一定含义的事实本身，并不天然排除该标志作为商标的固有显著性。关键是将该标志用在特定商品或服务上是否能指商品或服务来源，而不致被相关公众视为是产品或服务的通用名称或描述。只有在商标标志缺乏固有显著性时，获得显著性的证明对商标权的可获得性或存在而言才是必要的。事实上，投诉人的 COLMO 商标在争议域名注册日前在第 7 类、第 11 类以及第 37 类商品或服务类别上获得了国际注册，其指定要求保护的缔约方中也包括西班牙等西语国家或地区，这一事实表明该商标注册申请并未因为西班牙语中存在“colmo”一词就被视为缺乏固有显著性。因此，在本投诉中，获得显著性、知名度和影响力的证明，就认定第一个要件而言并非必要条件，上述证明只是在第二和第三要件的认定中才可能具有相关性。

其次，答辩书中的证据提示“colmo”一词在西班牙语中可能有其他含义，并且 Twitter 用户对该词的某些使用有可能是在非商标含义上的，因而意在削弱相关公众的混淆可能性。本专家组认为，这可以作为一个不混淆证据，但其适用范围是有限的，即对于已事先知晓其西语含义的相关公众而言，单独的“colmo”一词并不专指投诉人的 COLMO 商标，但对于不知晓其西语含义的相关公众，则不一定成立。然而，本专家组发现，这一点不足以说明争议域名“colmo.ai”在其使用场景中不会产生混淆。如前文中已经认定的，考虑到投诉人自身的产品特征和宣传要点、其他媒体和公众对投诉人 COLMO 商标的认识以及域名注册领域的惯常实践和相关公众认知等事实背景，与投诉人商标相

同的域名主要识别部分“colmo”加上顶级域名后缀“.ai”，加剧了争议域名在使用场景中的混淆可能性。

最后，被投诉人在补充答辩中提出，投诉人的证据只能说明该商标在中国的知名度和影响力，而争议域名的应用场景则是在海外，争议域名无法在中国正式备案和使用。由于互联网和域名体系的全球性，投诉人的商标在哪些地域范围内有效以及获得知名度和影响力，对于第一个要件的认定而言通常被认为是不相关的。而且争议域名的网页（见投诉书附件 3）用中文向访问该网页的用户表明出售争议域名的意向，这一事实与被投诉人的主张是相反的。

综上所述，投诉人在争议域名注册日前享有两件注册商标，争议域名主要识别部分与投诉人的商标相同，被投诉人未能举证推翻由相同性建立的混淆可能性推定。相反，考虑到顶级域名后缀“.ai”，投诉人的论证加强了混淆可能性的推定。被投诉人关于投诉人商标获得知名度或影响力的时间和地域、争议域名意图使用地域或语境的抗辩，在商标和域名保护的一般原理以及事实证据层面不能得到支持。有鉴于此，专家组认为，本投诉满足《政策》第 4 条(a)款(i)项规定的条件。

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

投诉人主张被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益，其论据包括以下三个方面。首先，被投诉人的姓名与争议域名主要部分“colmo”没有任何关联；其次，没有证据表明被投诉人因争议域名而被广为人知；再次，被投诉人既不是善意地提供商品或服务，也不是合法、非商业地使用争议域名。相反，被投诉人除贩卖争议域名（见投诉书附件 3 和附件 8）之外并没有真诚地使用争议域名的事实和证据，由此表现出的误导消费者以获取不合理商业利益的意图，以及争议域名注册日恰为投诉人发布会翌日的事实，同时表明被投诉人并未合法、非商业地使用争议域名。本专家组认为，投诉人对于否定性事实已经合理地提出初步（*prima facie*）主张和合理举证。

被投诉人答辩称，其对争议域名的主要部分享有合法权益，并提出了两个方面的理由：

首先，被投诉人辩称其注册争议域名是计划建议一个“有高度有情怀的 colmo 社区”，只是由于资金困难而未能将该项目上线并投入使用，在此期间被投诉人一直坚持以个人合法收入为争议域名续费，表明并未放弃该计划。该辩解指向《政策》第 4 (c) 条(i)所述的“准备使用”域名的情形。然而，值得注意的是，根据该条所采用的语言，这种使用准备应是可证明的（*demonstrable*）。而被投诉人对于该肯定性事实除单纯主张之外，并未提出任何证据表明已有使用的准备，故该抗辩不成立。

其次，被投诉人提出“colmo”一词为西班牙语中广泛使用的词语，社交媒体 twitter 用户使用该词汇指代非商标含义，以及被投诉人计划建立“有高度有情怀的 colmo 社区”。这些辩解隐含地指向了《政策》第 4 条(c)(iii)所述的情形，即被投诉人“正在合法非商业性地使用或合理使用该域名，不具有为商业利益而误导消费者或污损争议商标或服务标记之意图”，并表明有可能（*possibility*）在非商标含义上合法非商业性使用或合理使用争议域名。然而，仅仅表明合法或合理使用的可能性是不充分的。《政策》第 4 条(c)(iii)所采用

的措辞“你正在……使用”（you are making……use）表明，需要证明的是该等使用已经现实地发生，并且应由被投诉人或代表被投诉人进行。事实上，除答辩书中的主张外，被投诉人对该肯定性事实未提交任何证据证明其曾经或正在进行该等使用。相反，有证据表明（见投诉书附件 3 和附件 8），被投诉人提议出售争议域名，而出售无法被视为是非商业性的或不具有获得商业利益的意图。

综上，专家组认为，本投诉满足《政策》第 4 条(a)款(ii)项规定的条件。

C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

投诉人通过标志相似性、争议域名注册时机、被投诉人身份及其行为模式等四类证据，试图证明被投诉人在注册争议域名时明显知悉投诉人的注册商标，并进行了恶意注册。首先，争议域名完整地包含了投诉人的 COLMO 商标，并且争议域名与投诉人商标和主域名<colmo.com.cn>混淆地相似。其次，如投诉书附件 6 所示，投诉人于 2018 年 10 月 19 日美的集团 50 周年大活动庆典上正式推出了新的 AI 科技家电品牌 COLMO，而争议域名注册日仅比该发布会晚一天，可见被投诉人明显知悉投诉人的注册商标及其新产品的推出时间。除了投诉人在各地闻名的产品和声誉以外，被投诉人在各大知名媒体报道中知晓投诉人的 COLMO 商标，并因此媒体报道（见投诉书附件 6.2）给予投诉人产生的热烈反应和风头之下才注册了争议域名。再次，投诉人以合理的证据链条（见补充投诉附件 6 和附件 7）¹⁹表明，被投诉人作为同行业竞争者的研发人员，又是多项相关专利的发明人之一，不太可能不知晓投诉人及其“COLMO”商标。最后，除争议域名外，被投诉人还持有其他域名注册，其中也包含其他知名品牌和企业的商标（见补充投诉书及其附件 6），该事实表明被投诉人系恶意，并具有恶意注册和使用域名的行为模式。

被投诉人答辩称，在注册争议域名时，被投诉人不知晓“colmo”是投诉人正在申请的商标，也不知晓投诉人的所说的发布会，被投诉人的注册行为与投诉人无关。但对于其注册争议域名的时间以及选择以“.ai”作为顶级域名后缀注册“colmo.ai”的理由，被投诉人并未做出合理解释。对于投诉人有关被投诉人身份的推断和主张，被投诉人在补充答辩中未予以否认，而是指称投诉人“试图通过提交被投诉人隐私，恶意揣测，误导专家组”。

对于上述诉辩双方的主张和证据，本专家组综合考量认为，有理由采信投诉人的主张，即现有证据表明，被投诉人具有较高的盖然性已经知晓投诉人的“COLMO”商标并进行了恶意注册。具体考量理由如下：

首先，关于标志相似性和争议域名注册时机。如前文所述，争议域名主要识别部分与投诉人商标相同，与顶级域名后缀“.ai”的结合进一步提高了混淆可能性。这种相同和混淆可能性，与争议域名注册时间仅比上述品牌的正式发布晚一天的事实相结合，可以合理地排除巧合所致的可能性，表明被投诉人很可能已知晓投诉人的商标。被投诉人的答辩未就此提出任何辩解。

¹⁹ 这些证据通过被投诉人自行提交的个人信息以及投诉人查询得到的官方和非官方资料记载的公开信息相互佐证，表明了被投诉人身份。

其次，关于投诉人 COLMO 商标在争议域名注册日前的影响力及其对被投诉人认知可能性的影响。除上述美的集团 50 周年大活动庆典上推出新品牌“COLMO”之外，没有其他证据表明投诉人在争议域名注册日前曾经使用过“COLMO”商标并形成了一定的知名度和影响力，这一因素不利于投诉人。就本投诉的目的而言，影响力证据主要服务于对被投诉人主观认知状态的推断，即考虑到所有相关事实，投诉人商标在争议域名注册前的影响力是否足够使被投诉人知晓投诉人的商标。在这一方面，专家组注意到，现有证据中包含的两个细节有利于投诉人。一是投诉人在争议域名注册日前提出的第 29478039 号、第 29479681 号和第 29479706 号 COLMO 商标注册申请，其核准注册公告日期晚于争议域名注册日，但分别于 2018 年 10 月 6 日和 10 月 13 日进行了初步审定公告。该事实并不改变上述商标注册申请在争议域名注册日仍是未注册商标的认定，但增加了投诉人的 COLMO 商标被被投诉人获知的可能性。二是投诉人主张，除投诉人在各地闻名的产品和声誉之外，被投诉人很可能从各大知名媒体报道中知晓投诉人的 COLMO 商标。就此，投诉书附件 6.2 表明，媒体“智东西”于 2018 年 10 月 20 日零点对投诉人正式推出“COLMO”品牌的事实进行了报道。另投诉书附件 6 中的证据进一步表明，投诉人是在深交所挂牌的上市公司，在争议域名注册日前已连续多年入选《财富》全球 500 强企业榜单，在中国乃至全球都具有较高的知名度。投诉人拥有上万名员工，在包括领英在内的媒体上拥有数万名订阅者，说明投诉人本身具有较高的影响力。补充投诉附件 2 至附件 3 也间接说明，投诉人在电子商务平台、新闻和网络媒体以及相关公众中具有良好的曝光度和声誉。以上事实虽无法直接证明投诉人的商标在争议域名注册日前已经通过使用具有较高知名度和影响力，但间接表明投诉人在 2018 年 10 月 19 日美的集团 50 周年大活动庆典上正式推出新品牌“COLMO”的事实，很可能被各大媒体广泛报道，进而使投诉人的 COLMO 商标在短时间内获得了一定影响力。有鉴于此，本专家组在百度资讯搜索引擎上以“美的”和“COLMO”为关键词检索了 2018 年 10 月 19 日至 20 日期间的新闻报道，发现除上述“智东西”外，网易新闻、搜狐网、界面新闻、证券之星、中证网、美日经济新闻、央广网等媒体均对该事件进行了报道。根据《规则》第 10 条和第 12 条赋予的权力，以及 WIPO 专家组在 UDRP 域名裁决中的惯常实践，专家组有权从公开资料中对其认为有助于评估和裁决的事实进行有限的查询。²⁰基于上述证据和事实，本专家组认为，被投诉人作为该行业内人士有机会在短时间内接触并获知这些信息，投诉人的推论具有可信性。

再次，关于被投诉人身份及其行为模式。投诉人以合理的证据链条表明，被投诉人作为同行业的研发人员，不太可能不知晓投诉人及其“COLMO”商标。被投诉人未否认该身份的推论，但辩称其不知晓投诉人的“COLMO”商标。考虑到“不知晓”是关于其主观认知状态的否定性事实，被投诉人很难通过客观证据证明该事实，故有必要对被投诉人辩解的采信做出裁量性决定。²¹就本投诉而言，被投诉人在本投诉程序中以及在其他域名注册活动中表现出的行为模式，对其缺乏客观证据支持的单纯答辩主张的可信度具有消极影响。被投诉人在本投诉程序进行过程中做出了多次与客观证据明显相悖的陈述，而又未提出相应的证据表明其陈述的真实性。例如辩称从未提议出售争议域名，且争议域名的应用场景在海外，但争议域名的网页中包含提议出售的中文表示（见投

²⁰ WIPO Overview 3.0, Section 4.8.

²¹ 根据《政策》第 10 条(d)款规定，专家组有权决定证据的其可接受性、关联性、实质性和重要性。

诉书附件 3) 与投诉人的主张明显相悖；又如辩称被投诉人在 2018 年注册争议域名的意图在于建立“有高度有情怀的 colmo 社区”，并进行了相应的努力，但未能就该积极事实提出任何证据。被投诉人在本程序中的行为表现，削弱了其单纯言辞主张的可信度。另外，投诉人提交的补充投诉附件 8 表明，被投诉人除争议域名外，还陆续注册了“vio.ai”、“wio.ai”、“BYTEPAY.HK”、“Metax.cm”等域名，其中不乏以“.ai”顶级域名后缀指代人工智能的例子，以及在域名主要识别部分包含其他市场主体商标的做法。被投诉人在过往的域名注册实践中表现出的行为模式，削弱了被投诉人关于其善意的主张。

综上，结合投诉人的证据链条和被投诉人的补充答辩，本专家组认为有理由采信投诉人的主张，即被投诉人具有较高的盖然性知晓（应知）投诉人的“COLMO”商标。

投诉人进一步主张，被投诉人不实际使用地持有该争议域名以及提议出售争议域名，属于《政策》第 4 条(a)(iii)项所说的恶意“使用”。更具体地：（一）被投诉人提议出售争议域名，属于《政策》第 4 (b) 条(i)项所述的恶意情形；（二）被投诉人意图在互联网用户之间造成混淆，属于《政策》第 4 (b) 条(iv)项所述情形；（三）被投诉人正在采取域名抢注方式，建立了恶意注册和使用域名的行为模式。

针对投诉人的主张、举证以及上文中对证据及其意义的分析，本专家组认为，有以下几点因素共同表明，被投诉人表现出了《政策》第 4 条(b)条(i)项所述的恶意，即一些情况表明，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，以获得比比被投诉人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。首先，被投诉人在争议域名网站以及第三方网站（金名网）实际提议出售争议域名；其次，没有证据表明被投诉人合法非商业性地使用或合理使用该域名，也没有证据表明被投诉人为真诚地准备使用该争议域名；再次，被投诉人选择将与投诉人商标相同的“colmo”作为域名主要识别部分，并将其与顶级域名后缀“.ai”结合在一起进行注册，有证据表明被投诉人自身理解该顶级域名后缀可以被用来指代“人工智能”（见补充投诉附件 8）；第四，有理由推定被投诉人作为同行业竞争者研发人员，在其注册争议域名时应已知晓投诉人及其推出的 COLMO 品牌；第五，有证据表明被投诉人在过往的域名注册实践中表现出类似的行为模式。基于上述理由，本专家组认为，应认定被投诉人注册争议域名主要用于向投诉人或该投诉人的竞争对手销售、租赁或转让该域名注册。

没有证据表明被投诉人追求的收益高于其与域名直接相关的现款支付成本的等价回报，但《政策》第 4(b)条采用的措辞“包括但不限于”以及 WIPO 专家组的惯常实践表明，即使投诉人未能证明字面或严格符合第 4(b)条中的某一种列举情形，有证据表明被投诉人从投诉人的商标中寻求不正当利益、滥用其商标或以其他行为损害投诉人的，仍然可以满足投诉人的举证责任。在这一方面，诚如投诉人的主张，被投诉人通过注册争议域名获得了与投诉人商标和品牌主域名<colmo.com.cn>具有混淆相似性的域名，进而通过该争议域名向访问该网页的互联网用户提议出售该争议域名，该做法通过利用争议域名与投诉人商标的混淆性相似增加了争议域名被访问以及被销售的可能性。同时需考虑到，由于这种混淆可能性，随着投诉人商标知名度和影响力的增长，争议域名可能从出售中获得的回报将受影响。因此，被投诉人

对与投诉人商标具有混淆可能性的争议域名注册和利用方式，表明被投诉人寻求从中获取不正当利益。

因此，本专家组认定，本投诉符合第 4 条(a)款(iii)项所述的条件。

D) 关于投诉人是否从事了恶意投诉或反向域名劫持

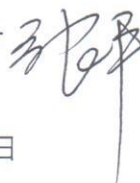
被投诉人在答辩书和补充答辩中多次请求本专家组认定投诉人构成恶意投诉或反向域名劫持，理由是：（1）投诉人刻意隐瞒“colmo”在西班牙语中为广泛使用短语的事实，也可以隐瞒了争议域名仅能在海外使用的事实，试图利用一个新申请的“COLMO”商标反向劫持广泛使用的短语 colmo 域名；（2）投诉人通过渲染自身的知名度，恶意歪曲事实，故意夸大商标“COLMO”的国际知名度，存在重大道德缺陷；（3）投诉人通过恶意揣测，故意放大一个没有被投诉人联系方式和身份的域名评估网页，以诬告被投诉人正在出售域名。投诉人在补充投诉中辩称，本投诉不满足 WIPO Overview 3.0 第 3.2.1 条通常所述的条件，不能被视为反向域名劫持。

针对该项主张，本专家组认为，投诉人在投诉程序中的行为，基于合理审慎的调查和客观证据提出了其基于 COLMO 商标权所享有合法权利，在举证过程中没有表现出被投诉人所述的刻意隐瞒、故意夸大、恶意歪曲、恶意揣测等情形。考虑到 WIPO 专家组通常对恶意投诉或反向域名劫持所赋予的含义，没有证据和理由认为投诉人知道其投诉无法成功、提供虚假证据或试图误导专家组、不合理地忽视已经建立的《政策》先例等情况。有鉴于此，本专家组认为，关于投诉人从事了恶意投诉或反向域名劫持的主张没有事实依据。

6. 裁决

根据《政策》第 4 条和《规则》第 15 条的规定，专家组裁决：将争议域名“colmo.ai”转移给投诉人美的集团股份有限公司（Midea Group Co., Ltd.）。

专家组：张平



日期：2022 年 5 月 13 日