

行政专家组裁决

Whaleco Inc.和 Whaleco Technology Limited 诉 厦门杨船长海外仓供应链有限公司 (xia men yang chuan chang hai wai cang gong ying lian you xian gong si)

案件编号 D2025-3644

1. 当事人双方

本案投诉人是 Whaleco Inc.，其位于美利坚合众国（“美国”）和 Whaleco Technology Limited，其位于爱尔兰。投诉人的授权代理人是 CSC Digital Brand Services Group AB，其位于瑞典。

本案被投诉人是厦门杨船长海外仓供应链有限公司 (xia men yang chuan chang hai wai cang gong ying lian you xian gong si)，其位于中国。被投诉人自行答辩。

2. 争议域名及注册机构

本案所争议的域名是<temu.city>、<temu.fit>、<temu.fund>、<temu.gold>、<temu.host>、<temu.ink>、<temu.love>、<temu.red>、<temu.show>、<temu.social>、<temu.today>、<temu.video>、<temu.wiki>和<temu.zone>（下称“争议域名”）。上述争议域名的注册机构是 Alibaba Cloud Computing Ltd. d/b/a HiChina (www.net.cn)（下称“注册机构”）。

3. 案件程序

世界知识产权组织（WIPO）仲裁与调解中心（下称“中心”）于 2025 年 9 月 9 日收到投诉书。2025 年 9 月 9 日，中心向注册机构发出电子邮件，请其对争议域名所涉及的有关注册事项予以确认。2025 年 9 月 10 日，注册机构通过电子邮件发出确认答复。注册机构确认被投诉人是争议域名的注册人，并提供其详细联系办法。中心于 2025 年 9 月 10 日向投诉人发送电子邮件，向其提供争议域名注册人的详细信息，供其参考。中心于 2025 年 9 月 11 日收到由投诉人提交的投诉书修正本。

中心确认，投诉书和投诉书修正本符合《统一域名争议解决政策》（下称“政策”或“UDRP”）、《统一域名争议解决政策规则》（下称“规则”）及《世界知识产权组织统一域名争议解决政策补充规则》（下称“补充规则”）规定的形式要求。

根据规则第 2 条与第 4 条，中心于 2025 年 9 月 12 日正式向被投诉人发出投诉书通知，行政程序于 2025 年 9 月 12 日开始。根据规则第 5 条，提交答辩书的截止日期是 2025 年 10 月 2 日。中心于 2025 年 9 月 27 日和 10 月 1 日收到被投诉人的邮件通信，并于 2025 年 10 月 2 日收到答辩书。2025 年 10 月 17 日，投诉人自行向中心提交了补充材料，被投诉人则于 2025 年 10 月 24 日自行向中心提交了补充材料。

2025 年 10 月 24 日，中心指定 Matthew Kennedy 为独任专家审理本案。专家组认为其已适当成立。专家组按中心为确保规则第 7 条得到遵守所规定的要求，提交了《接受书和公正独立声明》。

2025 年 10 月 28 日，投诉人自行向中心提交了进一步的补充材料。2025 年 11 月 12 日，中心向当事人发出行政专家组程序指令第 1 号（“程序令”）。在程序令中，专家组邀请被投诉人于 2025 年 11 月 15 日之前，就投诉人于 2025 年 10 月 28 日提交的进一步补充材料进行评论。被投诉人的评论应限于上述投诉人的进一步补充材料内容。专家组将不再接受投诉人自行提交的进一步评论。在程序令中，专家组也决定将裁决日期延长至 2025 年 11 月 18 日。2025 年 11 月 14 日，被投诉人向中心提交了回应程序令的进一步补充材料。

4. 基本事实

投诉人 Whaleco Inc. 与投诉人 Whaleco Technology Limited（单独或合称为“投诉人”）是关联公司，隶属于同一企业集团，并以 TEMU 名义开展业务，在包括美国在内的全球范围内运营 TEMU 在线购物平台。TEMU 是一个将消费者与世界各地商家、制造商和品牌连接在一起的全球性电子商务平台，提供涵盖服饰、日用品、美妆产品、家用电器以及个人电子产品等多个品类的商品选择。TEMU 平台可通过与域名<temu.com>关联的网站及移动应用程序访问。TEMU 平台于 2022 年 9 月 1 日正式上线。根据第三方的网站分析数据，该网站是全球第 26 位最受欢迎的网站，在 2025 年 7 月仅 1 个月的总访问量就超过 17 亿人次。

投诉人是其关联公司五铃有限公司（Five Bells Limited）注册的多个 TEMU 商标的独家被许可人。这些商标包括：

- 第 018742564 号欧洲联盟商标 TEMU（申请于 2022 年 8 月 5 日，注册于 2022 年 11 月 18 日）；
- 第 7157165 号美国商标 TEMU（申请于 2022 年 8 月 10 日，注册于 2023 年 9 月 5 日）；
- 第 7329132 号美国商标 TEMU（申请于 2022 年 8 月 10 日，注册于 2024 年 3 月 12 日）；及
- 第 69313747A 号中国商标 TEMU（注册于 2023 年 8 月 28 日）。

上述商标目前均处于有效期内。

被投诉人是一家中国公司，成立日期为 2025 年 5 月 16 日。其法定代表人是许宝珠，其创始人为杨永城。杨永城早在 2013 年便已从事跨境电商相关业务，并在 AliExpress、eBay、Amazon、Wish 及抖音等多个平台从事商品跨境销售，同时自 2017 年起开始经营独立站业务（即“CIFbuy.com”）。杨永城为注册机构确认的争议域名的管理/技术/付费联系人福建省泉州速迈电子商务有限公司（下称：“泉州速迈”）的股东及监事。杨永城是福建省安溪采乐茶业有限公司（下称：“安溪采乐”）的大股东。泉州速迈和安溪采乐的电话号码与被投诉人的电话号码一致。

杨永城于 2025 年 8 月 17 日在中国申请了 TEMU.VIDEO 商标（申请号：87117047），亦于 2025 年 9 月 28 日申请注册了“特木”商标（申请号：87860909），但是这些商标尚未获准注册。

被投诉人于 2022 年 9 月 1 日注册了六个争议域名（即<temu.fit>、<temu.host>、<temu.ink>、<temu.love>、<temu.wiki>及<temu.zone>），并于 2022 年 9 月 2 日注册了七个争议域名（即<temu.fund>、<temu.gold>、<temu.show>、<temu.social>、<temu.today>、<temu.video>及<temu.city>），并于 2023 年 9 月 3 日购买了争议域名<temu.red>。

八个争议域名（<temu.city>、<temu.fund>、<temu.gold>、<temu.red>、<temu.show>、<temu.social>、<temu.today>及<temu.video>）重定向至<helloyoungtea.com>域名指向的网站。该网站销售各种品牌茶叶、保健药品等产品。而其余六个争议域名（<temu.fit>、<temu.host>、<temu.ink>、<temu.love>、<temu.wiki>及<temu.zone>）重定向至<cifbuy.com>域名指向的综合型电商网站，在售品类涵盖茶叶、茶具、铁艺、保健药品、宠物用品、刀具和钱包等多种中国制造商品，面向全球市场销售。域名<helloyoungtea.com>和<cifbuy.com>指向的两个网站上都显示了与杨永城一致的联系电话号码。

泉州速迈和安溪采乐均为投诉人 TEMU 线上平台（<temu.com>）的入驻商家，其中安溪采乐早在 2022 年 9 月 20 日就已入驻。

投诉人的员工通知被投诉人注册 14 个争议域名是侵权行为，要求其停止侵权并无偿转让争议域名。

5. 当事人双方主张

A. 投诉人

投诉人主张，投诉人通过其关联公司五铃有限公司（Five Bells Limited），不仅拥有 TEMU 商标的普通法权利，还拥有中国、美国等国家/地区的商标权利。此前 UDRP 案件已认定 TEMU 商标具有显著性和达到驰名程度。14 个争议域名主体部分均为“temu”，与投诉人的驰名商标 TEMU 完全一致，足以使用户产生混淆。

被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益。投诉人亦未授权或许可被投诉人将 TEMU 商标用于域名注册或后续使用。争议域名将访问用户引导至与投诉人业务存在竞争关系的网站，利用投诉人商标声誉，损害投诉人利益。运营争议域名所重定向网站的两家公司均为 TEMU 平台入驻商家，投诉人表示其并没有允许或授权任何商家使用其注册商标注册域名。

被投诉人针对争议域名的注册与使用也构成了恶意。被投诉人是在明显知道投诉人的 TEMU 国际电商平台的情况下，蓄意注册了争议域名，并企图借助投诉人 TEMU 平台的知名度来建立相似的网站来售卖货品。TEMU 在英文及中文语境下均无固有含义。投诉人运营的 TEMU 平台及其相关 TEMU 商标在争议域名注册之前即已具有显著性。早在 TEMU 平台于 2022 年 9 月 1 日正式上线前，为吸引中国卖家入驻，投诉人就 TEMU 平台专门面向中国卖家进行了大量宣传。安溪采乐又在 2022 年 9 月 20 日就与 TEMU 平台签约，因此与该公司有关联的被投诉人不可能不知道 TEMU 平台的存在。被投诉人将争议域名所指向的网站跳转至与投诉人业务存在竞争关系的电商平台上，显然是被投诉人借助投诉人商标知名度谋取利益，也对投诉人的业务造成了负面影响。

在投诉人的补充材料中，投诉人请求专家组不接纳杨永城提交的答辩书。投诉人称被投诉人的茶叶业务没有涉及到“特木”。被投诉人在答辩书中声称其早在 2014 年就在俄罗斯联邦社交平台 VK 创建并运营以“TemuTea”命名的茶文化社群，并提供了相关链接，即其所主张的社群就是“AnxiTea”。答辩书中还声称其自 2017 年起拍摄和制作带有 TEMU 标识的产品宣传视频和图片素材，并且提供了其图片和视频文件的详情截图。然而，投诉人认为视频和图片是近期拍摄的，并非如答辩书所主张的拍摄于 2017 年。在 TEMU 平台正式上线之前，投诉人已开展了大量招商活动，以确保上线后拥有足够数量的商家和商品供消费者选择。作为跨境电商行业的从业者，杨永城却声称其不知晓投诉人的 TEMU 平台。与争议域名相关联的<cifbuy.com>网页为线上销售商品的电子商务平台，与投诉人 TEMU 电商平台存在直接竞争关系。被投诉人关于长期直接使用争议域名<temu.video>且不存在跳转的主张明显与事实不符。投诉不能视为反向域名劫持。在投诉人的进一步补充材料中，投诉人提供证据证明视频文件的“修改日期”可以轻易被更改。

B. 被投诉人

被投诉人主张，此“temu”（特木）非彼<temu.com>。争议域名的核心要素“temu”直接源于“特木”的汉语拼音，其灵感与正当性根植于中国福建省安溪县深厚的茶文化。具体而言，它源自西坪镇茶山石刻上的《咏茶》诗。2014 年，被投诉人创始人杨永城前往西坪镇茶山时，拍摄了一处刻有《咏茶》诗的巨石。正是受此启发，他将茶理解为一种“特别之木”，简称“特木”，其汉语拼音即为“te mu”。他于 2017 年启动了自建电商平台“CIFbuy.com”。最初，他计划使用“特木”（拼音为“te mu”）作为域名，主要出于三方面考虑：其一，“特木”一词对福建安溪铁观音茶乡人而言，具有特殊的文化意涵；其二，特木的中文拼音是“tè mù”；其三，较短的域名更便于记忆。然而，当时<temu.com>已被他人注册。此外，争议域名均由“temu”与通用顶级域名或通用词汇后缀组合而成。这些后缀直接描述了杨永城计划或已开展的业务内容，进一步降低了与投诉人纯商标 TEMU 产生混淆的可能性。

在被投诉人收到本争议通知之前，其已出于为提供商品或服务的目的，善意地使用或为使用争议域名做了明确准备。早于 2014 年，杨永城已在俄罗斯联邦社交平台 VK 创建并运营以“TemuTea”命名的茶文化社群。自 2017 年起，杨永城即开始拍摄、制作带有 TEMU 标识的产品宣传视频和图片素材，这证明了杨永城对该标识的持续性投入和使用。福建安溪，既是大家熟知的中国茶都，亦是世界藤铁工艺之都。杨永城主营茶叶业务之外，也逐步拓展至铁艺产品的开发与销售。其也开始尝试拍摄以特木及“temu.video= 特木.视频”、

“temu.zone”等为主题的设计稿、图片和短视频，产品刻有或印有 TEMU 标识。直至 2022 年疫情期间，抖音、视频号、TikTok 等平台的短视频变现机制逐渐成熟，微信也加入该赛道。此时，杨永城发现<temu.video>和<temu.zone>等域名尚可注册，遂退而求其次，注册了包括<temu.video>在内的多个相关后缀域名。为避免他人抢注杨永城已投入使用的“特木 temu”相关域名，杨永城陆续注册和购买了包括所述 14 个域名在内的多个后缀。例如，<temu.zone>意在体现茶叶的地域属性——并非所有地区所产茶叶均能具备茶香

馥郁、口感细腻的特质。正是基于上述背景，杨永城希望借助短视频推广家乡特产并在抖音国际版 TikTok 也开设了店铺，拍摄运营短视频，取得了较好的成果。通过长达十余年在跨境电商领域的经营，以及通过自建站“Cifbuy.com”、<temu.video>和特木相关 VK 社群的运营，杨永城及其“特木（Temu）”标识在特定客户群及茶文化爱好者中已建立起一定的认知度和声誉。那时投诉人旗下 TEMU 平台尚未成立。

被投诉人对争议域名的使用是出于合法的商业目的，旨在通过<temu.video>等垂直站点推广其核心的茶叶与铁艺产品，并无意图通过制造混淆来牟取商业利益。在绝大多数情况下，用户均通过原域名直接访问，并没有跳转。为顺利通过广告审核并为网站引流，杨永城临时将部分域名跳转至特定品类的着陆页及域名，其最终目的仍是引导流量至杨永城的综合性站点。此举是电商运营中常见的推广策略，并非意在混淆域名主体或误导用户。域名<cifbuy.com>是实现 B2C 商业模式的直观体现。注册并使用如“HelloYoungTea”、“Temu.video”特木茶等专业域名，旨在打造一个专注于茶叶品类的垂直站点，以便更有效地进行内容建设、搜索优化、目标客群触达与品牌价值深化。

14 个争议域名中的 13 个争议域名的注册日期均早于被投诉人关联公司入驻 TEMU 平台的日期。这从时间逻辑上彻底排除了杨永城“明知且攀附”投诉人商誉而注册域名的可能性。杨永城在注册时对投诉人即将开展的国际业务并不知情。关于后续购买的争议域名<temu.red>，其是以 29 元人民币的价格购得。此次购买是基于杨永城对“特木”品牌的持续投入与开发，属于正常的域名交易行为。被投诉人注册争议域名是基于其 TEMU “特木”品牌的长期发展战略，旨在应对短视频营销趋势和保护品牌数字资产，此行为完全独立于投诉人。投诉人未能提供任何证据证明杨永城存在政策第 4 条第(b)项所列举的典型恶意行为。实际情况恰恰相反，被投诉人一直在真诚地运营这些域名。杨永城曾担任远洋船长职务，基于这样的职业背景与伦理要求，其表示他不可能、也不会去模仿拼多多旗下 TEMU 平台的商业模式或品牌行为。

被投诉人主张，投诉人在本案程序之外，利用其市场支配地位，通过冻结杨永城亲属在 TEMU 平台店铺资金以及施加高额罚款累计超过 140 万元人民币等方式，胁迫杨永城无偿转让争议域名。这种行为本身恰恰反证了杨永城对争议域名的坚守是出于真实的业务需求，而非恶意囤积或勒索。被投诉人请求专家组作出反向域名劫持的认定。被投诉人请求投诉人 TEMU 平台归还 140 万元人民币。拼多多 TEMU 法务代表指称被投诉人注册的争议域名构成侵权，要求无偿转让这些争议域名，否则将面临 100 万美元的罚款。投诉人居居类招商团队负责人也致电杨永城，再次明确要求其无偿转让全部 14 个争议域名。杨永城的家人在 TEMU 平台运营的所有店铺提现功能均被冻结。更令人遗憾的是，其办公园区内其他商家的 TEMU 平台店铺提现也因本次域名争议而受到牵连。被投诉人认为投诉人存在滥用平台地位和利用霸王条款的行为。此外，杨永城注意到 TEMU 平台招商经理在未事先告知的情况下，多次将杨永城 TEMU 店铺中已下架的商品链接批量重新上架销售（平台招商经理权限很高）。由于杨永城未能及时获知订单信息并安排发货，平台依据规则对杨永城未按时发货的订单处以订单金额 5 倍的罚款，且不支持任何申诉。

在被投诉人的补充材料中，被投诉人对投诉人补充材料进行了逐条反驳，具体包括：一、杨永城身份的合法性澄清；二、“特木”（Temu）品牌的长期、连续及善意使用；三、证据文件元数据异常的合理解释；四、视频取景地的说明与反驳；五、域名注册策略与商业合理性的严正声明；六、商标申请的正当性与在先权益的声明；七、争议域名使用方式及跳转行为的说明；八、恶意注册指控不成立及域名正当性的进一步申辩；九、双方业务模式差异及不存在直接竞争关系的陈述；十、视频内容、时长及取景地的业务合理性说明；十一、投诉人所谓“较高知名度”主张的事实澄清；及十二、投诉人构成反向域名劫持的认定请求。

在被投诉人的进一步补充材料中，被投诉人对投诉人的进一步补充材料进行了逐条反驳，具体包括：关于文件元数据可被轻易篡改的可能性：一、技术可能性不等于实际发生，投诉人的指控缺乏实证；二、被投诉人提供了其 2017 年拍摄照片和视频时所用的手机作为新证据；三、被投诉人提供的证据体系相互印证，非孤立元数据可否定。关于拍摄地点咖啡馆：一、原拍摄地点因城市发展发生客观变迁；二、投诉人关于连锁门店的推定存在逻辑缺陷；三、图片和视频真实性的核心在于内容本身。关于 VK 社群的名称变更的正当性：一、社群名称与社群链接为独立系统；二、品牌名称变更是正当的商业演进行为；三、该社群的唯一 ID 自 2014 年创建以来从未改变。社群名称的调整不影响被投诉人早在投诉人平台成立前多年，就已通过该社群推广“特木”品牌并积累商誉的事实。综上所述，投诉人的进一步补充材料未能提供任何新的实质性证据，其指控仍停留在投诉人的主观推测层面。

6. 分析与认定

6.1 程序性的问题

A. 被投诉人的身份

投诉人请求专家组不予接纳杨永城提交的答辩书。投诉人主张，杨永城并非本案被投诉人，亦未提供其与注册机构确认的争议域名注册人或者与争议域名的管理/技术/付费联系人存在任何关联关系的有效证据。

被投诉人主张，杨永城船长是被投诉人的创始人及实际经营负责人，与被投诉人存在不可分割的强关联性，完全有权代表被投诉人处理与本争议域名相关的一切法律及程序事宜。被投诉人收到投诉人的补充材料后，已签署并向杨永城出具一份授权书。

专家组注意到，注册机构确认的被投诉人是厦门杨船长海外仓供应链有限公司。杨永城是注册机构确认的争议域名管理/技术/付费联系人泉州速迈的股东和监事。杨永城在提交补充答辩时，亦补充提交了被投诉人签字盖章的授权书写明杨永城是被投诉人的创始人，有权代表被投诉人就本案提交所有答辩与法律文书。鉴于此，专家组决定接受杨永城代表被投诉人提交的答辩书。

B. 双方当事人的补充材料

投诉人于 2025 年 10 月 17 日自行向中心提交了补充材料。被投诉人于 2025 年 10 月 24 日自行向中心提交了补充材料。2025 年 10 月 28 日，投诉人自行向中心提交了进一步补充材料。2025 年 11 月 14 日，被投诉人依据程序令向中心提交了进一步补充材料。

根据规则第 10 条第(b)项的规定，在任何情况下，专家组均应确保平等对待当事双方，并保证每一方都有平等的机会陈述案情。根据规则第 10 条第(d)项的规定，专家组应决定证据的可接受性、关联性、实质性和重要性。虽然规则第 12 条赋予了专家组自行决定要求任一方当事人提供进一步陈述或文件的权力，但这并不妨碍专家组接受未经请求而提交的文件。参见：*Delikommat Betriebsverpflegung Gesellschaft m.b.H. 诉 Alexander Lehner*, WIPO 案件编号 [D2001-1447](#)。

专家组注意到，答辩中包含了投诉人在提交投诉书时无法预见的实质性事实与证据。投诉人在补充材料和进一步补充材料中对该等证据的真实性提出了质疑。被投诉人已就投诉人的补充材料和进一步补充材料分别提交陈述，故专家组认为其并未因此在程序上受到不公正待遇。鉴于此，专家组决定接受双方当事人提交的补充材料，并将在作出裁决时综合考虑其可接受性、关联性、实质性和重要性。

6.2 三个要素的分析与认定

根据政策第 4 条第(a)项的规定，投诉人的主张若成立，必须同时证明以下三个要素：

- (i) 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相似；并且
- (ii) 被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益；并且
- (iii) 被投诉人注册和使用争议域名具有恶意。

A. 相同或混淆性相似

通常认为，政策第 4 条第(a)项第一个要素主要用于确认投诉人是否具备提起投诉的资格。该测试一般通过将争议域名与相关商标的文字部分进行直接并列比较，以评估该商标是否能够在争议域名中被识别出来。参见 WIPO Overview of WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions, Third Edition (“[WIPO Overview 3.0](#)”), 第 1.7 节。

根据投诉人提交的证据，专家组认定投诉人对 TEMU 商标享有商标权利。参见[WIPO Overview 3.0](#), 第 1.2.1 节和第 1.4.1 节。

各个争议域名均完全包含 TEMU 商标。关于通用顶级域名部分（即“.city”、“.fit”、“.fund”、“.gold”、“.host”、“.ink”、“.love”、“.red”、“.show”、“.social”、“.today”、“.video”、“.wiki”或“.zone”），作为域名注册的标准要求，专家组认为该部分在本案中无需纳入考虑。参见[WIPO Overview 3.0](#)，第 1.11.1 节。

综上，专家组认定，14 个争议域名与投诉人享有权利的 TEMU 商标相同。投诉书符合政策第 4 条第(a)项所规定的第一个要素。

B. 权利或合法利益

政策第 4 条第(c)项列举被投诉人可以用来回应其对争议域名享有权利或合法利益的情形，包括但不限于下列情形：

(i) 在[被投诉人]接到有关争议通知之前，[被投诉人]已经或可以证明准备在善意提供商品或服务中使用[争议]域名或与[争议]域名相对应的名称；或者

(ii) [被投诉人]（作为个人、企业或其他组织）虽未获得商品商标或服务商标，但已因[争议]域名而广为人知；或者

(iii) [被投诉人]对[争议]域名的使用属于合法的非商业性使用或合理使用，无意为牟取商业利益而以误导的方式转移消费者的注意力或损害争议商品商标或服务商标的声誉。

在本案中，争议域名与投诉人享有权利的 TEMU 商标相同，因此存在使互联网用户误认为争议域名与投诉人之间存在潜在关联的高风险性。其中，八个争议域名重定向至<helloyoungtea.com>指向的网站，销售茶叶等产品，而其余六个争议域名重定向至<cifbuy.com>，一个提供综合型电子商务的网站。投诉人并未授权或许可被投诉人将 TEMU 用于域名注册或使用。鉴于此，专家组无法认定被投诉人对争议域名的使用属于在善意提供商品或服务中使用争议域名，该使用行为也不属于合法的非商业使用或合理使用。

此外，被投诉人的公司名称为“厦门杨船长海外仓供应链有限公司”（xia men yang chuan chang hai wai cang gong ying lian you xian gong si），联系人为“许宝珠”（xu bao zhu），创始人为“杨永城”（yang yong cheng）。上述名称均与争议域名无关。专家组亦未从案卷材料中发现任何证据可表明被投诉人已因争议域名而广为人知。

综上，专家组认为，投诉人已经提供了初步证据证明被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益，因此被投诉人需要提出相应证据以显示其对争议域名享有权利或合法利益。

被投诉人主张，争议域名中的“temu”源自“特木”的汉语拼音，并非指投诉人的<temu.com>。被投诉人称其在 2014 年踏青时，发现西坪镇茶山有一处巨石，上面刻有《咏茶》诗。被投诉人受到启发，认为茶是一种“特别之木”，简称“特木”（即“te mu”）。首先，专家组注意到《咏茶》一诗中并未直接出现“特木”一词。其次，争议域名所重定向至的两个网站左上角，一个显示“HelloYoung”，另一个显示“CIFbuy.com Cost, Insurance & Freight”。这两个网站上没有任何与“特别之木”或类似概念相关的内容，且这两个网站的首页亦没有任何类似“特木”或“te mu”字样的标识。因此，专家组质疑被投诉人的辩解即争议域名中的“temu”源自“特木”的汉语拼音的可信度。此外，被投诉人主张其创始人杨永城已在中国申请注册 TEMU.VIDEO 和“特木”商标，但是这些商标尚未获准注册。

综上，专家组认定被投诉人所提交的证据未能推翻投诉人已初步证明的被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益的主张。因此，专家组认定，投诉人已经成功证明被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益。

投诉书符合政策第 4 条第(a)项所规定的第二个要素。

C. 恶意注册和使用域名

政策第 4 条第(b)项举例说明了一些构成恶意注册和使用争议域名的情形，第四个情形如下：

(iv) 通过使用争议域名，[被投诉人]故意试图通过在[被投诉人]的网站或网址或者[被投诉人]网站或网址上的

商品或服务的来源、赞助、附属关系或担保方面造成与投诉人商标之间可能的混淆，来吸引互联网用户访问[被投诉人]网站或其他在线地址，以牟取商业利益。

在本案中，13个争议域名注册于2022年9月1日或9月2日。虽然该些争议域名的注册时间早于投诉人的商标注册时间，但是专家组注意到13个争议域名均在投诉人在美国和欧洲联盟提交的TEMU商标的申请之后注册（见上述第4部分），且被投诉人在投诉人推出其TEMU平台的当日或次日注册了这13个争议域名。此外，专家组注意到TEMU并非字典词汇，亦没有既定含义，且投诉人为吸引中国卖家入驻，在TEMU平台上线前已在中国开展宣传，而被投诉人的关联公司仅在TEMU平台正式上线20天后即入驻该平台。

被投诉人辩称其在注册争议域名时并不知道投诉人将开展国际业务及推出TEMU平台。但专家组注意到被投诉人亦主张其自2013年便开始从事跨境电商发展，至2017年，被投诉人已经在Aliexpress、Amazon、eBay和Wish等多个电商平台开设店铺。被投诉人作为一名有经验的跨境电子商务经营者，专家组对于被投诉人在注册争议域名时不知道投诉人有计划推出TEMU平台的主张存疑。

被投诉人辩称，其早于2014年便在俄罗斯联邦社交平台创建并运营名为“TemuTea”的茶文化社群，但投诉人提供的证据显示，该社群最初以“AnxiTea”为名，直至2025年才更名为“TemuTea”。被投诉人提交的证据除了显示社群名称是“TemuTea”外，并没有证据显示被投诉人在该社群长期推广“TemuTea”品牌。专家组注意到被投诉人一直宣称推广“TemuTea”品牌，但是所有14个争议域名中，没有一个完整包含“temutea”而且被投诉人申请注册的两个商标TEMU.VIDEO和“特木”，也与“TemuTea”不同。

被投诉人进一步主张，自2017年起，其即开始拍摄、制作带有TEMU标识的产品宣传视频和图片素材。被投诉人提交的证据包括带有TEMU.VIDEO和TEMU.ZONE字样和为主题的设计稿、图片及短视频。但是这些设计稿不能实质证明其创作时间为2017年。此外，被投诉人图片和短视频均创作于某咖啡馆门前。投诉人通过对被投诉人办公室附近咖啡馆的近期用户评论与视频背景中商家门面的比对，主张相关照片、视频为近期拍摄。被投诉人虽否认这一点，但未提供实质性的证据反驳投诉人提交的证据，也未指出其拍摄的具体地点，仅笼统称位于厦门市集美学村区域。另外，投诉人提交的证据显示，照片、视频文件属性中的拍摄日期与修改日期均可以被改动。此外，专家组亦无法确认被投诉人出示的“长期存放在家里抽屉”的手机确为实际拍摄设备。综上，专家组对设计稿、图片和短视频的创作时间仍存疑。鉴于此，专家组在考虑各种可能性后认为，被投诉人在注册13个争议域名时很可能知道投诉人及其TEMU商标。

对于争议域名<temu.red>，该争议域名由被投诉人于2023年9月3日获得，晚于投诉人的TEMU商标注册时间。且被投诉人的关联公司此时已入驻TEMU线上平台。因此，专家组认定，被投诉人在获得该争议域名时已知晓投诉人的商标。

关于争议域名的使用，专家组注意到，所有争议域名在投诉提交时均重定向至<helloyoungtea.com>域名指向的网站或<cifbuy.com>指向的网站，用于销售茶叶及其他商品。这两个网站由被投诉人的关联公司经营且网站的用途与投诉人TEMU平台的用途类似。案卷材料显示，运营上述两个网站的公司均已入驻投诉人的TEMU线上平台。鉴于此，专家组认为，被投诉人通过使用争议域名，故意试图通过其来源、赞助、附属关系或担保方面造成与投诉人商标之间可能的混淆，来吸引互联网用户访问被投诉人关联公司的网站，以牟取商业利益，构成政策第4条第(b)项所规定的恶意。

因此，专家组认定，被投诉人注册和使用14个争议域名均具有恶意。投诉书符合政策第4条第(a)项所规定的第三个要素。

D. 反向域名劫持

被投诉人请求专家组认定本案构成反向域名劫持，但投诉人主张其投诉不应被视为反向域名劫持。

经审查，专家组认为本案投诉成立。鉴于此，专家组认为投诉不属恶意投诉，亦不构成对行政程序的滥用。

专家组需要说明的是，被投诉人所提出的投诉人针对被投诉人所征收以及可能征收罚款的相关问题、对于被投诉人及其家属在TEMU平台的店铺的资金冻结、重新上架销售已经下架的产品等问题以及投诉人关联公司所涉及的司法案件数量等问题不属于政策的适用范围。

7. 裁决

鉴于上述所有理由，根据政策第 4 条第(i)项和规则第 15 条，专家组裁定将争议域名<temu.city>、<temu.fit>、<temu.fund>、<temu.gold>、<temu.host>、<temu.ink>、<temu.love>、<temu.red>、<temu.show>、<temu.social>、<temu.today>、<temu.video>、<temu.wiki>和<temu.zone>转移给投诉人 Whaleco Inc.。

/Matthew Kennedy/

Matthew Kennedy

独任专家

日期：二零二五年十一月十八日