



ASIAN DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION CENTRE

— A charitable institution limited by guarantee registered in Hong Kong

亚洲域名争议解决中心

香港秘书处

行政专家组裁决

案件编号：HK-1200448

投 诉 人：Aston Martin Lagonda Limited

被投诉人：戚剑雄 / 常州市昊盛房地产开发有限公司

争议域名：阿斯顿马丁.com

注 册 商：XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION

1、 案件程序

2012年7月17日，投诉人根据互联网络名称及数字地址分配公司（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。

2012年7月20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XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION发出注册信息确认函，要求其确认注册信息。注册商XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION于2012年7月23日回复确认：（1）争议域名由其提供注册服务；（2）争议域名注册人为戚剑雄 / 常州市昊盛房

地产开发有限公司 ; (3) ICANN 《统一域名争议解决政策》(UDRP) 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。2012年7月23
日 , 中心香港秘书处向投诉人传送投诉书修改通知。2012年7月25日 , 中心
香港秘书处收到经投诉人修改后的投诉书。

2012 年 7 月 26 日 , 中心香港秘书处以电子邮件向被投诉人传送程序
开始通知 , 转送已经审查合格的投诉书及其附件 , 要求被投诉人按照规定的
期限提交答辩。同日 , 中心香港秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉书
确认及送达通知 , 确认投诉书已于同日经审查合格并送达被投诉人 , 本案
程序于 2012 年 7 月 26 日正式开始。同日 , 中心香港秘书处以电子邮件向
ICANN 和争议域名的注册商 XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION 传
送程序开始通知。

被投诉人在答辩期限内未提交答辩。2012 年 8 月 16 日 , 中心香港秘
书处向投诉人及被投诉人传送缺席审理通知。

2012 年 8 月 21 日 , 中心香港秘书处向廉运泽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。2012 年 8 月 22 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。

2012 年 8 月 27 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 , 指定廉运泽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。

根据《规则》第 6(f)条和第 15(b)条 , 专家组应当在成立之日 (即 2012
年 8 月 27 日) 起 14 日内即 2012 年 9 月 10 日前 (含 10 日) 就本案争议作

出裁决。

2、基本事实

投诉人：

本案投诉人是 Aston Martin Lagonda Limited，地址为香港康乐广场 1 号怡和大厦 28 楼高伟绅律师行代转。投诉人的代理人为高伟绅律师行。

被投诉人：

本案被投诉人是戚剑雄 / 常州市昊盛房地产开发有限公司，地址为江苏省常州市武进区遥观镇常遥路 718 号（邮编 213000）。争议域名“阿斯顿马丁.com”于 2006 年 8 月 6 日通过注册服务机构 XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION 注册。

3、当事人主张

投诉人：

(1) 投诉人 Aston Martin Lagonda Limited 的背景及历史

投诉人 Aston Martin Lagonda Limited（以下简称为“AML”）是由阿斯顿马丁和拉贡达两家公司合并而成的，以生产赛车、豪华轿车以及敞篷车而闻名。

AML 由创始人莱昂内尔·马汀和罗伯特·班福德于 1913 年在伦敦肯辛顿的一个车间创立。1987 年福特汽车公司掌管了 AML。AML 生产的赛车在国际赛坛享有非常高的声誉，曾多次获得国际汽车大赛的冠军。AML 紧随

劳斯莱斯和宾利成为英国生产的最昂贵的汽车。

AML 首创并最早于 1923 年开始使用“ASTON MARTIN”商标，并且于 1986 年 3 月 18 日在英国获得注册。AML 在 50 多个国家注册了“ASTON MARTIN”商标，注册类别包括第 12 类和 37 类，商品包括汽车和相关的产品及服务。在中国，“ASTON MARTIN”对应的中文是“阿斯顿马丁”，是英文商标的音译，AML 将“阿斯顿马丁”作为公司专有标志使用。

AML 现在 42 个国家拥有 139 个经销商的全球网络，全球雇员多达 1500 人。由于 AML 赛车的优异表现，其赛车曾多次出现在 007 系列电影里。AML 赛车 1964 首次在占士邦电影“金手指”中出现，并继续在其后的占士邦电影中频频出现。

(2) 投诉人的“ASTON MARTIN”及“阿斯顿马丁”商标在中国驰名

在 2008 年，AML 在北京设立“阿斯顿马丁中心”(“Aston Martin Centre”)，从而正式进入中国市场，将“阿斯顿马丁”作为 AML 的中文商号使用。此外，2011 年 AML 在中国设立了一个分公司，公司名称是阿斯顿马丁拉贡达(中国)汽车销售有限公司。

AML 目前在北京、成都、杭州，上海，广州和深圳都拥有经销商。AML 即将在重庆、沈阳、鄂尔多斯开设展厅，并计划在 2012 年进行进一步扩张。

AML 自进入中国市场以来取得了骄人的销售业绩。在 2008 年，投诉人在中国的销售额高达 300 万英镑。在 2001 年至 2008 年期间，投诉人通

过香港的经销商获得高达总计 900 万英镑的销售额。

AML 通过参加车展、博览会及赞助活动等方式在中国广泛地开拓市场。特别是，AML 在 2008 年正式进入中国市场的四年前，即 2004 年就首次参加了北京的车展。

至少早于 1990 年，中国公众便开始以“ASTON MARTIN”商号和商标的中文音译“阿斯顿马丁”识别 AML 了。

最近，AML 的汽车被“中国汽车画报”——中国最流行的汽车杂志之一的读者评为 2012 年年度梦想车，并且名列第一。

显而易见，AML 在全世界包括中国具有影响力，其“ASTON MARTIN”和“阿斯顿马丁”商标更在中国驰名。

AML 的域名

AML 拥有广泛的域名注册。其注册的域名大概有 105 个。以下是 AML 注册的相关域名简略清单：

- a. 阿斯顿马丁官网.com
- b. www.astonmartin-china.com
- c. www.astonmartin.com
- d. astonmartincars.co.uk
- e. ASTONMARTIN.COM
- f. astonmartinlagonda.co.uk
- g. astonmartinmedia.eu
- h. astonmartin.dk
- i. ASTONMARTINCYGNET.COM

j. astonmartin.jp

(3) 争议域名同注册商标“阿斯顿马丁”完全相同

(i) “阿斯顿马丁”是“ASTON MARTIN”商标的中文音释。“阿斯顿马丁”商标并不是一个描述性或普通词汇。“ASTON MARTIN”名称和商标已经成为全球知名的一个品牌和商号，并且在中国驰名，它代表投诉人。此外，早于 1990 年其对应的中文名称和商标“阿斯顿马丁”已在中国与投诉人产生联系。

(ii) 争议域名 www.阿斯顿马丁.com 很明显同投诉人的商标“阿斯顿马丁”相同。后缀“.com”是一个常用词汇，本身并不起到区别作用。投诉域名的显著部分同 AML 的商标相同绝非巧合。争议域名极易在公众中引起混淆，使公众误认该域名为 AML 的中国官方网址或者关联网址。

(4) 被投诉人对争议域名不享有权利或合法利益

(i) 被投诉人同投诉人不存在任何关联。投诉人没有授权、许可或者以任何方式允许被投诉人使用其商标“阿斯顿马丁”或任何其他混淆性近似的标志，也没有许可或允许被投诉人申请或者允许任何人使用包含其商标的域名。

(ii) 据我们所知，被投诉人并没有将争议域名进行商标申请注册。

(iii) 文字“阿斯顿马丁”并不是一个描述性词汇，而是一个具有显著性的标识。如上所述，“阿斯顿马丁”是 AML 的“ASTON MARTIN”商标的中文

音译，它来源于公司其中一名创始人 Lionel Martin 及英国伯明翰郡 Aston Clinton 山的名称。被投诉人及其所属企业，没有合法理由选择这样一个的没有字典含义的中文组合作为它的域名。很明显，被投诉人是蓄意将“阿斯顿马丁”名称/商标作为域名进行注册，其目的是利用投诉人商誉和声誉。

(iv) 争议域名尚未使用，所以，没有证据表明被投诉人凭借争议域名而被知晓或认可。

(v) 因此，被投诉人不可能主张对争议域名的合法或正当的使用。

(5) 恶意

(i) 鉴于投诉人在全球和中国的声誉，若说被投诉人对 AML 和他的商标“ASTON MARTIN”和“阿斯顿马丁”并不知晓，实令人难以置信。被投诉人的组织“常州市昊盛房地产开发有限公司”的名称显示其从事的是房地产业务。被投诉人完全没有正当的理由去注册和使用与“阿斯顿马丁”商号和商标相同的域名。

(ii) 争议域名未被启动。必然及合乎逻辑性的解释只能是被投诉人是一个争议域名剽窃者，其注册域名并不是为了运营网站，而是抢先获得注册进而获取不当利益。

(iii) 被投诉人妨碍了“阿斯顿马丁”商标的所有人，即投诉人使用自己的商号和商标作为其对应的域名使用。投诉人认为，被投诉人的意图是为了

销售争议域名而获利，或志在借助或者利用投诉人的声誉。争议域名的注册明显是出于恶意。该注册侵犯了投诉人对“阿斯顿马丁”商号和商标享有的合法权利和利益。

被投诉人：

针对投诉人的上述投诉主张，被投诉人未在规定的答辩期限内进行答辩。

4、专家意见

根据被投诉人与注册商之间的注册协议，被投诉人同意受《统一域名争议解决政策》(《政策》)的约束。《政策》适用于本项争议解决程序。

《政策》第4条规定了强制性域名争议解决程序。根据第4(a)条的规定，投诉人必须证明以下三个条件均已满足：

- (i) 被投诉人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；且
- (ii) 被投诉人对该域名并不享有权利或合法利益；且
- (iii) 被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意。

根据《政策》、《规则》及《补充规则》，专家组系根据双方针对争议焦点所作的阐述及提交的相应证据居中判断，作出裁决。本案被投诉人没有针对投诉人提出的主张、事实及理由发表任何意见，故专家组只能基于投诉人所提事实和证据，结合审理域名争议的经验及职业判断力，依据《政

策》对投诉人提出的主张作出判断。

投诉人就投诉具备《政策》规定的三个条件，发表了详细意见，并提交相应证据支持其主张。专家组仔细分析投诉人的主张及证据后，认为在无相反证据的情况下，没有理由不采信投诉人提交的证据，并作出以下认定：

关于完全相同或混淆性相似

专家组认为，投诉能够得到支持的必要前提是：一是投诉人对于主张的域名享有商标权；二是被投诉的域名与投诉人主张的商标具有足以导致混淆的近似性。

投诉人提交了第 767245 号商标注册证，显示“ASTON MARTIN”商标已于 1995 年 9 月 21 日在中国获准注册，指定于第 12 类商品，此商标已续展至 2015 年 9 月 20 日，目前均处于有效期内。经专家组查证，在争议域名注册日以前，投诉人对“ASTON MARTIN”商标享有在先商标权。

争议域名“阿斯顿马丁.com”中，“.com”为通用顶级域名，不具有显著性，故争议域名的主体部分为“阿斯顿马丁”，是争议域名中具有识别作用的部分。

专家组认为，鉴于中文语言四声的特点，一个英文单词可以有多种不同的音译，中文音译与英文并非必然构成近似。“阿斯顿马丁”不是“ASTON MARTIN”唯一的音译，它可以有很多种音译。因此专家组无法认定“阿斯顿马丁”与“ASTON MARTIN”构成混淆性近似。

投诉人还提交了五个“阿斯顿·马丁”商标注册证复印件，注册号分别为第 8563682、8563687、8563690、8563692、8563699 号。五个商标的注册日期均始于 2011 年，均迟于争议域名的注册日期，2006 年 8 月 6 日。

关于商标注册的时间晚于争议域名的注册时间的问題，世界知识产权组织域名争议专家组观点概览 (WIPO Overview of WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions, Second Edition)第 1.4 的意见如下：

“投诉人的商标注册或未注册商标的权利取得晚于争议域名的注册，投诉人对其商标是否享有《政策》) 中规定的相关的商标权？”

一致意见：域名的注册早于投诉人对一名称取得商标权并不能阻止《政策》中有关相同或混淆性相似的认定。《政策》并没有特别提到商品或服务商标的所有人获得权利的日期。然而，在这种情况下，按《政策》第三个条件的规定，很难证明该域名的注册是恶意的。”

《政策》第 4(a)条之 (i) 并没有要求投诉人商标的注册日期必须早于争议域名的注册日期。关于争议域名的注册日期早于投诉人商标的注册日期的问题，应该在考虑《政策》第 4(a)条之(iii) (是否构成恶意) 时加以考虑。

专家组采用上述的一致意见，认定投诉人对“阿斯顿马丁”商标享有《政策》第 4 (a) 条之(i)规定的商标权。

关于相同或混淆性相似的问题，争议域名“阿斯顿马丁”与投诉人的“阿斯顿·马丁”商标只有一个句点的区别，因此争议域名与投诉人的商标构成混淆性的相似。

综上所述，专家组认定投诉人的投诉满足了《政策》第4(a)条规定的第一个条件。

关于被投诉人权利或合法利益

投诉人主张被投诉人对争议域名不享有任何合法权益。被投诉人同投诉人不存在任何关联。投诉人没有授权、许可或者以任何方式允许被投诉人使用其商标，也没有许可或允许被投诉人申请或者允许任何人使用包含其商标的域名。

被投诉人未做答辩。

专家组认为，投诉人已经提供了初步的证据，完成了《政策》第4(a)条之(ii)所要求的举证责任，举证责任应当转移到被投诉人一方。被投诉人需自己证明其权利或合法利益。然而被投诉人却未在规定的期限内提交答辩书和证据材料，未能完成其所承担的举证责任。专家组也无法基于现有证据得出被投诉人就争议域名享有权利或者合法利益的结论。

因此，专家组认为，被投诉人就争议域名不享有权利或者合法利益，投诉人的投诉满足了《政策》第4(a)条规定的第二个条件。

关于恶意

根据《政策》第4(b)条之规定，针对第4(a)条之(iii)规定的恶意注册和使用域名的证据包括但不限于如下情形：

(i) 该情形表明，被投诉人注册或获取域名的主要目的是为了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额外收益者；或者

(ii) 被投诉人注册行为本身即表明，其注册该域名的目的是为了阻止该商品商标和服务商标的所有人以相应的域名反映其上述商标者；或者

(iii) 被投诉人注册域名的主要目的是为了破坏竞争对手的正常业务者；或者

(iv) 以使用域名的手段，为商业利益目的，被投诉人通过制造其网站或网址上所出售的商品或提供的服务与投诉人商标之间在来源者、赞助者、附属者或保证者方面的混淆，故意引诱网络用户访问被投诉人网站或其他联机地址者。

投诉人基于上述情形，认为争议域名的注册和使用具有恶意，即：

(i) 鉴于投诉人在全球和中国的声誉，若说被投诉人对 AML 和他的商标“ASTON MARTIN”和“阿斯顿马丁”并不知晓，实令人难以置信。被投诉人的组织“常州市昊盛房地产开发有限公司”的名称显示其从事的是房地产业务。被投诉人完全没有正当的理由去注册和使用与“阿斯顿马丁”商号和商标相同的域名。

(ii) 争议域名未被启动。必然及合乎逻辑性的解释只能是被投诉人是一个争议域名剽窃者，其注册域名并不是为了运营网站，而是抢先获得注册进而获取不当利益。

(iii) 被投诉人妨碍了投诉人使用自己的商号和商标作为其对应的域名使

用。被投诉人的意图是为了销售争议域名而获利，或志在借助或者利用投诉人的声誉。

专家组注意到争议域名的注册日期早于投诉人商标注册日期的问题，这是否构成《政策》第 4(a)条之 (iii) 规定的恶意。

世界知识产权组织域名争议专家组观点概览第 3.1 的意见如下：

“如果争议域名是在商标获得注册之前或未注册商标获得权利之前注册的，是否构成恶意？”

一致意见：一般而言，尽管一个商标能够成为《政策》中规定的第一个条件，不考虑其注册日期，但是当被投诉人注册争议域名的时间早于投诉人商标权取得的时间（不论是注册取得还是非注册取得），域名的注册不构成恶意，因为注册人无法预知投诉人尚不存在的权利。

然而，在某些情形下，当被投诉人显然知道投诉人，而且显然注册目的是利用域名与投诉人任何潜在权利之间的混淆，即构成恶意。这时常发生在下面的情况中：在两个公司合并的前后，但在合并后的公司产生新的商标权之前；或者当被投诉人（例如前雇员，业务伙伴，或其他知情人）趁机获得投诉人公司产生的任何权利；或者潜在的商标是媒体广泛关注的对象（例如与产品或服务的市场投入计划相关），被投诉人对此知晓，在投诉人能够获得该商标注册之前，被投诉人注册了域名以便利用投诉人可能在该商标上产生的权利（在所有上述情况下，为了能够取得《政策》投诉的成功，投诉人必须展示相关的商标权利，因为这是要满足《政策》第一条规定的先决条件）”

专家组依据上述意见对被投诉人注册争议域名的行为是否构成恶意进行认定。被投诉人注册争议域名的时间早于投诉人商标注册的时间，该注

册行为是否构成恶意要看被投诉人是否显然知道投诉人，而且其注册目的显然是利用域名与投诉人商标之间的混淆。如果投诉人的商标是媒体广泛关注的对象，如投诉人已经制定了产品入市的计划并在媒体上发布了该计划，被投诉人对此知晓并把投诉人的商标注册为域名，这种行为应该被认定为恶意。

投诉人称鉴于投诉人在全球和中国的声誉，若说被投诉人对投诉人及其商标“ASTON MARTIN”和“阿斯顿马丁”并不知晓，实令人难以置信。“阿斯顿马丁”是投诉人“ASTON MARTIN”商标的中文音译，该商标无含义，不是一个描述性的词汇，是个具有显著性的标识。被投诉人的组织“常州市昊盛房地产开发有限公司”的名称显示其从事的是房地产业务。被投诉人完全没有正当的理由选择这样一个没有字典含义的中文组合作为它的域名。很明显，被投诉人完全知晓“阿斯顿马丁”是投诉人的中文商标。

专家组对投诉人的上述理由予以采信。专家组根据投诉人提供的证据材料（附件 8，9），认定被投诉人完全知晓“阿斯顿马丁”是投诉人的中文商标。证据材料显示在争议域名注册日（2006 年 8 月 6 日）之前，投诉人的“阿斯顿马丁”商标及产品进入中国市场的计划已经成为中国媒体广泛关注的对象，下述刊物和报纸对投诉人的品牌和入市计划做了大量报道：

1990 年至 2005 年间《汽车之友》，《世界汽车》，《汽车杂志》，《汽车时代》，《汽车知识》，《汽车与配件》，《汽车维修》，《汽车科技》，《微型轿车》，《轻型汽车技术》，《汽车运用》，《金属世界》，《国外社会科学文摘》，《科技资讯》及《沪港经济》15 种在中国大陆发行的期刊对投诉人“阿斯顿马丁”品牌赛车及入市计划做了大量的报道。投诉人生产的赛车在国际赛

坛享有非常高的声誉，曾多次获得国际汽车大赛的冠军，紧随劳斯莱斯和宾利成为英国生产的最昂贵的汽车，具有浓郁的英国古典气质。由于其赛车的优异表现，其赛车曾多次出现在 007 系列电影里。被意大利艺术家誉为世界上“最美丽的汽车”。

2000 年至 2005 年间《中国汽车报》，《中国交通报》，《中国企业报》，《中华建筑报》，《中国经营报》，《经济日报》，《经济参考报》，《国际金融报》，《国际商报》，《21 世纪经济报道》，《消费日报》，《文汇报》，《解放日报》，《扬子晚报》，《新民晚报》，《天津日报》，《南国早报》，《北京日报》，《京华时报》，《新闻晚报》，《大河报》，《河南日报》，《兰州日报》及《哈尔滨日报》24 家报纸对投诉人“阿斯顿马丁”品牌赛车及入市计划做了大量的报道。

2004 年 6 月北京举办国际汽车展览会，《中国汽车报》，《中国企业报》，《北京日报》，《文汇报》，《解放日报》，《经济日报》，《国际金融报》，《兰州日报》，《哈尔滨日报》9 家报纸对投诉人“阿斯顿马丁”品牌赛车及入市计划做了大量的报道。

此外投诉人通过参加车展、博览会及赞助活动等方式在中国广泛地开拓市场。

投诉人计划在 2008 年正式进入中国市场，在进入中国市场之前，投诉人在中国的报纸及期刊上做了大量的宣传，特别是 2004 年 6 月首次参加了北京国际汽车展览会。

经过 15 年 (1990-2005) 的宣传报道 , 投诉人的商标和入市计划已经成为媒体广泛关注的对象。如果说被投诉人对“阿斯顿马丁”商标并不知晓 , 实令人难以置信。

2005 年至 2009 年间《中华工商报》,《上海商报》,《解放日报》,《财富时报》,《北京晨报》等 17 家报纸及期刊对投诉人“阿斯顿马丁”品牌赛车及入市计划做了大量的报道。

为了配合 2008 年进入中国市场计划 , 投诉人在 2007 年 12 月和 2008 年 1 月在《汽车生活》,《汽车博览》,《时尚座驾》,《名牌》,《优品等》等 20 种刊物上做了大量的宣传。这些刊物对投诉人“阿斯顿马丁”品牌赛车及入市计划做了大量的报道。

按照早已制定的市场进入计划 , 2007 年底投诉人在上海新天地设立了第一个展厅并在虹桥机场附近设立了维修中心。同时在北京 CBD 设立了展厅并在北京金港汽车公园内设立了维修中心。2008 年在北京设立了“阿斯顿马丁中心”, 2011 年在中国设立了分公司 , 阿斯顿马丁拉贡达 (中国) 汽车销售有限公司。目前在北京、成都、杭州 , 上海 , 广州和深圳都拥有经销商 , 即将在重庆、沈阳、鄂尔多斯开设展厅 , 并计划在 2012 年进行进一步扩张

综上所述 , 专家组认定被投诉人显然知道投诉人 , 而且显然注册目的是想制造域名与投诉人商标之间的混淆并加以利用。

投诉人称被投诉人未使用争议域名，其注册域名并不是为了运营网站，而是抢先获得注册进而获取不当利益。被投诉人妨碍了投诉人使用自己的商号和商标作为其对应的域名使用。被投诉人的意图是为了销售争议域名而获利，或志在借助或者利用投诉人的声誉。

专家组对投诉人的上述观点予以采信。投诉人不使用注册域名的行为符合《政策》4(b)条之(ii)规定的恶意，即：被投诉人注册行为本身即表明，其注册该域名的目的是为了阻止该商品商标和服务商标的所有人以相应的域名反映其商标。

综上所述，专家组认定投诉人的投诉满足了《政策》第4(a)条规定的第三个条件。

5、裁决

专家组认为，投诉人的投诉符合《政策》第4(a)条规定的全部三个条件：

- (i) 被投诉人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；且
- (ii) 被投诉人对该域名并不享有权利或合法利益；且
- (iii) 被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意。

根据《政策》第4条之(i)和《规则》第15条的规定，专家组决定将争议域名“阿斯顿马丁.com”转移给投诉人 Aston Martin Lagonda Limited。



独任专家：廉运泽

(签字)

二〇一二年九月九日