

新 gTLD 宣传计划

本文只有在理事会批准新 gTLD 计划后才会发布。在理事会批准前不会进行任何正式宣传。

理念

正如我们所知，若获得批准，启动新通用顶级域名将从根本上改变互联网的格局。如此重大的改变将最终对每个国家/地区产生影响，在如今这个高度关联的世界中，也同样会深刻影响大多数人。

因此，必须也应该制定一个影响广泛的国际宣传计划。正所谓水涨船高，其目标对象将远超出 ICANN 的普通受众，最终面向大众以及一系列特定的受众：简明广泛的宣传可提高理事会成员的基本认知。您的家人亲眷可能不需要知道具体细节，但有必要了解互联网正在发生变化。不属于技术群体的企业需要了解，一个支持创新和盈利的新平台已经建成。

这项工作若顺利开展，应该可以制造热点。我们希望目前未参与的人也能就此展开讨论，希望能够激发他们的想象力。此计划不仅说明新商机的创造，还涉及这些新域名将启用的网站可能带来的业务，并使互联网常用用户有更多的选择。该计划不仅阐明新 gTLD 运作的实用性，还使人们开始思考他们可以如何使用这种新工具，以及作为人类如何能够受益。

目标

此宣传计划的主要目标是，提高新 gTLD 计划的成功可能性，并确保尽可能明确全面地宣传新 gTLD — 既宣传由此带来的机会，也明示申请和运营新 gTLD 可能面临的风险。

要实现这一目标，需要大幅提高全球对新 gTLD 计划的认知度。此宣传计划将针对对象、内容、时间、地点和原因方面，提高全球相关方和申请人对新 gTLD 的认知度。

在 ICANN 机构群体的协作支持下，将使用各种媒体和营销工具开展宣传。我们的外展活动将基于 ICANN 的五大地理区域开展：非洲、亚洲/澳大利亚/太平洋、欧洲、拉丁美洲/加勒比地区和北美。关键计划文档将以六种联合国官方语言（阿拉伯语、中文、英语、法语、俄语和西班牙语）版本提供。

要点

1. 互联网的前景日益广阔。
 2. 利用互联网的大多数组织都会在一定程度上受到影响；但对某些组织而言，这是一个绝好的机会。
 3. 新 gTLD 是一个创新平台。
 4. 风险与回报并存，潜在申请人应仔细评估新 gTLD 计划，然后再决定是否继续申请。
 5. 新 gTLD 计划的制定过程透明、包容且全面。
 6. 我们做出了极大努力来解决所有相关各方关心的问题。
 7. 最重要的是确保互联网的安全性、稳定性和灵活性。新 gTLD 不会影响互联网的稳定性。
 8. 为了加强财产、消费者和其他互联网相关内容的保护，额外的保护措施已经到位。
 9. 国际化域名支持使用拉丁字符以外的文字访问互联网。
-

语调和文风

新 gTLD 很复杂，所以我们传达的信息必须尽量简洁、直接且有说服力，以吸引受众的兴趣和关注。避免使用技术专业术语至关重要。我们必须在技术层面追求准确性，但不能过于技术化。此计划不仅是一项技术变革，还是互联网使用方式的转变，我们需要有创意才能获得充分的关注。

无论目标受众是否有意申请，我们在介绍该计划将对他们产生哪些影响时，使用亲切而有吸引力的语调可使新 gTLD 更“真实”。

语调可以稍微犀利一些，更好地阐明机遇的独特性和创新潜力。

认识到自己的角色是管理者而非拥护者，我们将保持中立，不过在全面阐明问题所有方面的同时，也会宣传参与制定新 gTLD 计划的相关各方的积极工作成果。例如，说明投资机会的材料既会描述风险，也会说明可能的回报。

我们的宣传中不会这样说：“您应该投资自己的 TLD。”我们是不断变化的重要资源的管理者，而不是可能不适合所有人的特定创新方案的拥护者。因此，我们将采取“比赛实况解说员”方法。我们不会告诉您支持哪支球队，而只是说我们喜欢这项运动。若获得批准，新 gTLD 将成为互联网的一次历史性变革。合适的做法是激发和培养人们的自然兴趣，即新 gTLD 如何带来关于域名使用的创新和技术革新。我们不会使用命令的口气，而是将建立认知度，为 ICANN 机构群体的成就而自豪，并积极宣传这些成果。因此，虽然我们的宣传忠于事实，但也会令人感到鼓舞。

实物标志（以徽标和难忘标语如实展示新 gTLD 计划的本质）对于语调和文风的真实生动起到重要作用。

主题

鉴于互联网的前景日益广阔，长远的主题将是互联网扩展。新 gTLD 将扩展域名空间和互联网的范围，进而提高创新潜能。IDN 通过允许用户完全以其本地语言字符访问互联网来扩展域名空间，使互联网具有空前的全球包容性。

最初面向具有营销思维的潜在申请人（无论是代表企业、政府、机构群体，还是其他）的具体主题是，新 gTLD 是一个创新平台；任何新颖的创意都可能成为下一个成功典范 – 下一个 Facebook 或 YouTube。此主题将表述为：

- 下一个成功 .thing 网站将花落谁家？由您决定！
 - 新 gTLD – 支持创新。
 - 域名是什么？您自己定义！
-

目标受众

最初的宣传面向商业群体、潜在申请人和技术群体。这些目标受众范围涵盖五个区域（包括发展中国家），至少将使用六种联合国官方语言向其展开宣传。尽管最终用户不是第一个宣传阶段的主要目标，但他们也会开始了解互联网正在发生变化。后续阶段将扩展目标受众范围，以消费者和最终用户作为更主要的目标。这是因为新域名必须首先可用，这样最终用户才能受益。帮助最终用户受益的是申请和实施新 gTLD 的实体。

相关方泛指政府、大型企业、机构群体和其他组织。具体而言，我们将面向企业市场销售人员、广告商、投资者、地方市政当局、非营利组织、宗教团体、贸易协会、专利持有者、商标代理人 – 也就是那些应该了解新 gTLD 计划、该计划将如何影响他们、新 gTLD 最终会怎样改变互联网格局的人。有些人意在投资；有些人希望保持重要的文化特色；有些人旨在保护其权利和知识产权。

申请人是指已经计划申请新 gTLD 的实体。

在此意义上的技术群体包括注册管理机构/注册服务商、软件和 Web 应用程序开发商及路由硬件制造商，他们需要确保做好相关的技术准备，使消费者能使用新 gTLD 访问网站。

材料将会符合各个群体的利益；在特定目标受众中针对具体问题提供特定的工具。将会宣传此计划的关键要素，如异议程序和新权利保护机制，使最可能受影响的人能够知悉这些机会，并了解参与其中的程序。示例：展示商标保护的播客将面向商标代理人；有关品牌建设的播客面向营销专员。

核心部分，第一阶段

新 gTLD 宣传计划包括四个独立阶段。

第 1 阶段：启动前，定义为正式启动计划前为期四个月的活动期，以申请期开始为标志。

第 2 阶段：启动中，定义为接受申请期间的 60 天。

第 3 阶段：启动后，定义为从申请期结束到下一轮申请开始之前的时间。

第 4 阶段：TLD 启用/纳入根区域

该计划在理事会规定的宣传期内侧重**四种关键宣传方式**：

1. 按地区定制的涵盖电视、电台、印刷品和网络广告元素的协调促销活动。
 - 最初的广告途径：国际商业电视、报纸和网站、谷歌广告。制定一则活跃、欢快、抢眼的广告（可采取视频和印刷品形式），激发人们的兴趣并吸引他们访问新 gTLD 网站：*下一个成功 .thing 网站将花落谁家？由您决定！* 这样可以给人们带来即将成功的无限期待。
2. 顶级国际**新闻**报道。
 - 确保对该计划进行广泛/全球性的新闻报道 — 采访主要电台和新闻编排人员，最初面向全球和地区性电视频道以及主流商业报纸。
3. 五个主要**地区宣传/路演**。
 - 将在各 ICANN 地区举行地区宣传活动。对于每个地区将访问三个国家，在每个国家均举行重要演讲、记者招待会和外展活动。
4. 社交媒体和其他**网络媒体**。
 - 制造强大的网络影响力，任何目标受众均可获取详尽明确的信息，还辅以社交媒体通知。通过活跃的 Facebook 页面和 TwitterFeed，引起社交媒体关注，吸引博主。将在网站和社交媒体使用富有感染力、友好的播客和视频博客，面向忙碌的受众采用简洁扼要的语言。所有这些手段可为相关方提供有关该计划特定方面的更多信息 — 商业潜力、申请流程概览、异议流程、风险以及申请方法。

材料

1. 网站
2. 持续更新的常见问题
3. 情况说明书

4. 新 gTLD 和 IDN 的术语表
 5. 新 gTLD 时间表
 6. 倒计时时钟
 7. 教育视频
 8. 视频博客
 9. 面向广告商的建议征求书
 10. 广告材料
 11. 社交媒体 – Facebook 页面、TwitterFeed、博客
 12. 演示文档
 - a. 新 gTLD 基础
 - b. 如何申请 – 申请流程概览
 - c. 商机
 13. 演讲
 14. 提供给新闻机构的成功故事。
-

时间安排

启动准备工作正在进行中；将在理事会批准《*申请人指南*》后实施为期四个月的启动前计划。

评估衡量标准

1. 网站统计数据
2. 启动地区宣传期间访问的国家
3. 外展活动的参与者
4. 反馈调查
5. 收到的申请
6. 社交媒体监督
7. 所做的访谈
8. 媒体剪辑
9. 启动后研究。