
德班 – GAC 顶级域名市场简报

2013 年 7 月 18 日（星期四）– 09:00 - 11:00

ICANN – 南非，德班

主席 DRYDEN:

好的。我们开始吧。早上好。今天早上直到 11:00，我们将聆听 Architelos 公司有关域名市场的简报。

因此，我就不浪费时间了，有请 John Matson 和 Alexa Raad 发言，请他们向我们讲解这份简报。欢迎你们，并感谢你们的到来。

ALEXA RAAD:

非常感谢。我叫 Alexa Raad, 是 Architelos 的 CEO。首先，你们好 -- [非英语]

谢谢。我知道你们昨天晚上忙到很晚。感谢你们今天早上抽出时间来到这里。我们的议程安排非常满。如果可以的话，让我们转到下一张幻灯片。

这张幻灯片主要是让你们了解域名市场的大致情况，我们已经实现的成果、我们工作的方向以及新 gTLD 计划可能带来的结果。

下一张幻灯片。

首先，介绍一下我们是谁以及我们为什么在这里。事实上，我们为好几个不同的组织做过这种市场简报。Architelos 是大约两年半以前由我和 John 成立的。我曾经担任 .org 的 CEO，为期大概三年半。在此之前，我是 .MOBI 的 CMO。因此，我帮助在最后一轮 TLD 中启用 .MOBI。因此，我不仅启用了 TLD，还管理过一家大型注册机构。

对于我们的其他合伙人，每一个人都在实际建立、管理注册机构或 TLD 方面有着不俗的业绩记录。接下来，有请 John 介绍他自己。

JOHN MATSON:

早上好。我叫 John Matson。我是 Architelos 的 COO，很高兴来到这里。就像 Alexa 所说的，我们为几个组织做过这样的简报。之前，一些 GAC 成员也单独看过此讨论。他们鼓励我们向整个 GAC 展示这个简报。所以我们非常高兴来到这里。

我原先不是从事这个产业的。我来自商业航天航空业。大约在 5 年以前，我是 KPMG 的顾问。当时我是 KPMG 的合作伙伴。在新 gTLD 计划中我接触到了 ICANN。

自那以后，我与 ICANN 合作了几个项目并遇到了 Alexa，然后我们成立了这家公司。但是，今天能来到这里我们感到非常兴奋，并期待与大家分享我们在市场方面的见解。我们想要强调的一点是，我们会尝试分享商业与经济方面的考虑。我们在这里不是来讨论政治和问题的，而是尝试与你们分享 DNS 市场的动态以及我们的观点。我们期待与大家对话。欢迎大家随时打断我们并提出问题。我们也会向你们提问。我们期待互动式的讨论。

下一张幻灯片。

请播放下一张幻灯片。

我们知道并非所有人都能从自己的位置看清楚这些幻灯片。因此我们会下发一些材料。但是在开始任何讨论之前，我们希望讲清楚的一个概念是今天要与大家分享的整个框架结构。

这个饼图分为三个部分。上面的是第一部分，相当于从 12:00 到 1:00 的区域，代表你知道自己所了解的事物。这部分在所有事物中只占很小的比例。

下一部分代表你知道自己有不了解的事物。你们知道有很多事物自己并不了解。我们在这里还提供了数学公式。大家都知道，在这个世界上有很多事物你们并不了解，我就知道我不懂粒子物理学。但还有太多我不了解的事物是自己所不知道的。正是这些事物会伤害到我们。这些事物会导致意外的后果，可能会对我们造成破坏和干扰。所以我们今天的其中一项工作就是分享一些你们可能不知道自己还不了解的事物，或者为大家讲述一些你们知道自己并不了解的事物。这就是我们今天会议的框架。

下一张幻灯片。

先活跃一下会场气氛，我们都喜欢让时光倒流。假如现在是 2000 年，你们还记得当时的情景吗？在 2000 年时，在座的各位中有多少人使用过 DNS？很少，在座的各位中只有 2 位在 2000 年使用过 DNS。之后这个数字是怎么变化的呢？从 2000 年起，经历了 Napster 的兴起和衰落。我们在 2000 年时有 4000 万个域名，4000 万。现在的域名数量超过 2.58 亿个。Google 在 2004 年首次公开募股 (IPO)，这仅仅是在 9 年前。

我以前从事航空航天领域的工作。令我兴奋的一件事是，现在你花费 20 万美元就可以找到旅行社享受一次太空之旅。你可以慢慢攒钱。有星际旅行社能够帮助你实现这个愿望。我过去不知道还有这项服务。

但是这个世界在不断变化。我们努力想知道的是，随着世界的不断变化，将会发生什么。我们以前不知道将会收到多少个新 gTLD 申请。我在开始评估流程时曾统计过这个数字。我们想可能是 300? 400? 或许收到了 500 个申请。

差不多 2000 个? 数量真是非常惊人。

下一张幻灯片。

以后的几年中情况会是怎样的呢?

我们不知道。但希望新 gTLD 今年能够授权第一个申请。世界可能会发生政治变化。我们看到古巴就发生了一些情况。太空旅行可能会实现。互联网也可能会存在一些我们不知道的危机。可能会出现一些具有破坏性的技术。

有一点是大家无法预料的，比如到 2020 年我 60 岁时将会发生什么事情，对这一点我非常确信。

但我们今天要讨论的是根据我们的洞察力及现有的知识，我们认为在今后的几年内 DNS 市场将如何变化，同时还会尝试提供一些情景。

下一张幻灯片。

所以我们将现在看作是这个行业的革新时代。同时我们也迎来了很多机会，包括当前的注册机构将在新的业务模型中进行革新，以及有新的申请人进入这个市场。但这些革新可能会为这个行业带来发展，也可能使这个行业衰退。

我们希望尽量从个人的角度讨论这些问题。因为在座的各位可能在各自的市场领域中都有 ccTLD。由于市场的因素使这些 ccTLD 发生变化，而不仅仅是因为新 gTLD。有关这一点，我们将略微展开讨论一下。

下一张幻灯片。

我们讨论一下 DNS 市场的基础。Alexa，下面请你为大家演讲。

ALEXA RAAD:

谢谢。下一张幻灯片。

好的。刚才 John 说了，我们开始讨论 DNS 市场的基础。大家知道，这个市场有多大不只是取决于域名，而且还取决于注册机构。有很多次我都听到有人说，这是这个市场的第一次扩张。其实并不是。但这次却是规模最大的一次扩张，这次是新 gTLD 的最后一轮，将会对互联网产生巨大影响。我们现在有 2.57 亿个域名。正如 John 刚才所说的那样，域名市场正在迅速崛起。年增长率为 8% 至 10%。顺便问一下在座各位中有其他行业背景的同事，你们知道其他哪些行业在经历了金融危机、市场灾难，以及楼市低迷之后还能保持年增长率为 8% 至 10% 的势头？有多少？

寥寥无几，是吗？

选择最初的 TLD 时不是根据市场情况，当时没有人进行市场调研。没有人说“好，这些是客户可以选择并且可能会喜欢的域名”。那时在选择域名时非常随意，com、net、org、.mil、.gov 等等。我们在 2000 年进行了第一轮域名选择，当时也不是根据市场需求，而是为了满足利益主体、相关利益主体，以及聚集到一起的赞助商的

需求，当时大家认为使用 .aero、.coop 或 .biz 这些域名很好。我在 2004 年参与了启动 .MOBI 这个域名的工作。这个域名用于移动互联网。

如果大家回想一下上一张幻灯片中你不知道自己所不了解的事物，至少在我看来，扼杀了 .MOBI 业务模型的其中一个因素就是 iPhone。 .MOBI 就是移动网站的标志。

试想一下，如果你的手机是智能手机，能够登录任何站点，包括 com、net、org、.CO、.UK，并且能够扩展，将会怎样？ iPhone 的用户界面完全废弃了 .MOBI 的最初承诺。正是那些你不知道自己所不了解的事物完全改变了你的行业。

对吗？

再回到那些我们不知道自己不了解的事物。我们知道新 gTLD 已经来临。我们不知道将会有多少申请人。如果今天大家要从学术领域将原始 TLD 细分，可以分为 7 类。后来又有了我们所谓的赞助商 TLD。换句话说就是， .MOBI 将一组行业整合到了一起，例如，移动行业。我们现在有 255 个 ccTLD，有 40 个 IDN 顶级域名。这是互联网命名结构中将发生的最大变化。

可能还会新增加 1000 个顶级域名。好的。下一张幻灯片。

我们讨论一下注册机构的结构。因为用词非常重要。用词就是选择词汇 - 选择强调我们假设如何讨论业务模型，以及政策等内容的词语。

最初的时候是注册机构、注册商和分销商，对吗？

在旧模型中，一家传统的注册机构可能会有多个注册商。注册商可以直接向注册人销售域名，也可以通过分销商销售。

这就是 VeriSign 和 Afilias 在注册 .info，NeuStar 在注册 .biz 时的业务模型。好的。下一张幻灯片。

这是以前的情况，现在你们有后端注册机构，这个机构不但有其自己的 .info，例如上面的示例，而且他们还提供后端服务，换句话说就是，具备更多的能力，如果你需要，可以用于其他各种顶级域名和其他 ccTLD。大家已经看到 Neustar 就是这种情况。大家看到 Afilias 和 VeriSign 也是这样。例如，Neustar 支持 .co，co 代表哥伦比亚。它是一个 ccTLD，但在新 gTLD 中却做为顶级域名销售。

下一张幻灯片。

我们看到，在这个市场开放后，进来了很多新的竞争对手。他们正在改变这些注册机构的结构和业务模型。例如，minds and machines 就是一个后端服务提供商。他们也申请了自己的顶级域名。对于他们来说，这个市场是个全新的领域，他们不仅与其他申请人竞争某些字符串，而且还提供后端服务，并与旧提供商进行竞争。

大家有什么问题吗？下一张幻灯片。

gTLD 合同持有人：我先说明一下 gTLD 合同持有人与注册机构之间的区别。很多时候我们在讨论中都将这两者混用，甚至 ICANN 也是这样。但它们并不是同一个事物。gTLD 合同持有人只是一个与 ICANN 签定合同以管理顶级域名的企业。他们不提供技术服务，不运营自己的后端服务，不运营基础设施。他们依赖其他人提供这些服务。

你们知道电信业中有多少 gTLD 合同持有人吗？是的，非常多。在电信业中，有些企业不必建立自己的后端服务，他们只需进入并购买这些服务即可。如果大家同意，可以将他们称作营销助手。性质相同。下一张幻灯片。

顺便说一下，大多数新加入的企业都选择不构建自己的后端服务。他们而是选择将这些工作外包给后端服务运营商。

下一张幻灯片。

下一张幻灯片。

好的。

我们需要讨论一下注册机构的职能。严格来讲，我现在使用注册机构是因为大家已经拥有后端和前端服务。注册机构的职能包括两种，对吗？

一个是共享的注册系统。这个系统用于注册域名。这是我们所知道的。某个域名可用吗？如果不可用，就会得到一个反馈，内容为“抱歉，域名已被使用”。

如果域名不可用，则说明它是一个非常简单的系统。查一下平面文件数据库。如果里面有，那很好，输入即可激活。

但是，并不是由于你已经注册了一个域名，这个域名就一定能够解析。这是解析系统的问题。这时你需要以后端服务运营商，甚至是提供商的身份，通过某种方式确保域名能够在指定的服务级别内得到解析，你有能力确保现在注册的域名能够正常使用，无论在全世界哪个位置登录互联网都是这样。

现在，请注意这时有了收入。这就是你的成本结构。

这就是为什么新 gTLD 合同持有人没有继续决定构建他们自己的后端基础设施的原因。构建这个系统的费用很高，你需要大量资金。除此之外，你还要确保这些基础设施的安全，确保这些基础设施能够抵御攻击。所以，一个可能拥有 1000 个域名的注册机构，和一个拥有 10 万个域名的注册机构在解决方案成本方面的差别并非只有这么多。因为你还需要人员来运营数据中心。你需要拥有解决方案、安全保护设施，等等。

好的。

下一张幻灯片。

下面交由 John 为大家演讲。

JOHN MATSON:

我喜欢用数据说话。所以我不期望大家一定能读懂这张幻灯片。我们只希望大家能够对此幻灯片中不同象限内的曲线和斜率有所了解。

左边是整个市场。红色的是市场的 gTLD 部分。蓝色的是市场的 ccTLD 部分。这也是 Alexa 之前谈到的部分。总体来讲，市场在持续增长。从这段时间的经济因素上看，回顾下 2007 年，我们知道那一年所有市场或市场内所有行业的经济都在反复上下浮动。但是目前市场在持续增长。我们要看清这个事实。因为在这 7 年多的时间里，当今很多处于管理岗位上的企业经营者都只负责管理层的工作。

他们只知道行业总体上是持续增长的。这与大家知道的很多其他市场大不相同。这是顶点。

我们看下面底部，这是市场份额的分割情况，整体市场份额为 100%。在 2007 年，gTLD 的市场份额约为 63%，而 ccTLD 为 37%。现在 gTLD 为 57%，而 ccTLD 则为 43%。所以从总体上看，ccTLD 在这 6 年中从整体 gTLD 市场夺走了一些市场份额。

我们看顶部，似乎这两个领域的受管理的域名总数都有所增加。换句话说，虽然两个市场都出现了良好增长，但没有明显的差异。还有，就是不同市场的增长呈现出不平衡。我们来看一个例子。下一张幻灯片。

Pat，感谢 VeriSign 发布的数据。这张幻灯片显示了三个 TLD，分别是 .com、.net 和 .org，显示了这些受管域名在每年的比例变化。大家可以看到，趋势线开始减缓，这是 2012 年与 2011 年的对比情况。接着看 2012 年，我们可以看到出售的域名总数增速似乎也开始减慢。我们再看其他方面。下一张幻灯片。

仍然不需要大家读懂全部内容，这是欧洲，这些是欧洲的 ccTLD。这是 DENIC、DE。曾经的增长率约为 5%。现在增长率下降了将近 2% 到 2.5%。减慢了很多。大家可以看到，这些曲线的斜率方向都相同。另外需要大家了解的一点是，其实在新 gTLD 进入市场之前，就已经有所变化了。

从总体上来看，这个市场在新 gTLD 进入前就已经出现变化。增速已经减缓。下一张幻灯片。

什么原因呢？为什么市场会在那些年的快速增长之后突然放缓？增长率为 8% 到 9%。为什么？我们看到的一些情况会令我们产生疑问，市场是不是饱和了？在某些市场中，比如德国市场，是不是已经达到饱和点，新业务的实际产生量和新域名需求的产生量已接近饱和，注册人的购买需求或能力在降低？这并不一样。是有起伏的，因为我们可以看到，俄罗斯、中国或其他市场的增长率显著更高。所以是有机遇的。但是起伏性较大，或者说全世界的增长不平衡。我们看到，域名导航的相关性有所下降。比如有两个孩子，一个 14 岁，另一个 10 岁。他们一定不会直接键入域名。他们也不知道什么是域名。他们只知道在不输入域名的情况下，如何浏览互联网，并访问自己想去的地方。那么域名的相关性对我们看到的情况有什么影响？全球经济困境。经济最终是否会影响我们，并且是否会真正开始导致我们的域名数量减少？投机者，也称域名投机商，持有大量域名组合。他们拥有大量资金。但是这些资金也需要进行分配，用来购买特定的东西。并不是说有无穷尽的资金可以用来购买域名。这些资金可能会被抽回，用来购买市场中的新 gTLD。所以说，在到达续约期时，域名组合就可能会缩水。但是，我们可以看到，仍然有一些因素可以对总体市场减缓做出合理的解释。下一张幻灯片。

ALEXA RAAD:

那么，什么能够改变域名市场的动态格局呢？有一件事经常被大家忽略，甚至有时在谈及它时也没有在意，那就是最终用户。归根结底，是最终用户推动了需求。他们的行为、他们的期望、他们的需求，还有他们不曾想到的需求。是这些推动了市场需求。就拿 iPhone 来说。或者是 iPad。看到它之后，人们才发现自己需要这样

一个设备。人们的行为、对这个设备及其使用方式的喜爱，都有着重大的影响力，不仅影响着 .mobi，还影响着我们在互联网上遨游的方式。各种应用就是这样应运而生的。所以说，互联网最终用户，他们的行为，还有他们浏览互联网的方式、寻找信息的方式、他们期望的获取信息及识别自身身份和进行通信的方式，这些都是行为的驱动因素。

在我成长的这一代电子邮件问世，我们通过电子邮件沟通。如果大家 -- 在坐有多少人家中有小孩了？好。相对于短信，他们使用电子邮件的频率如何？时代变了。他们现在 -- 尽管过去在我们的时代，电子邮件曾经是互联网中风光无两的应用，但现如今 Twitter、短信之类的事物在改变着下一代的行为。所以这些都是我们需要记住和思考的东西，因为这些变化最终会影响我们的行业。颠覆性技术 -- 哦，抱歉。还有一点。有一条适用于消费者的定律。那就是，消费者都希望产品性能更好、价格更低、速度更快、操作更简便。这也是最终推动产品采用率和创新，让产品性能更好、价格更低、速度更快、操作更简便的驱动因素。颠覆性技术之所以产生，通常是因为空间效率不足，或者是因为最终用户的行为，以及他们对更优秀、更快速、更低价产品的需求，这些都推动了对颠覆性技术的需求。大家想想 Twitter。在 Twitter 问世之初，我认识的一些 50 岁以上的朋友对它嗤之以鼻，因为在 Twitter 中，每条消息不能超过 140 个字符。为什么要这么做呢。

>> [发言人关闭了麦克风。]

[笑声]

ALEXA RAAD:

到 2012 年，这些人将年满 60 岁了。而正是由于能够以很小的篇幅快速通信和发布信息的特点，Twitter 获得了极大的成功。事实上，如果我们想想某些新闻，通常都是从 Twitter 和 Facebook 率先传开的。人们不会第一时间通过传真发送资讯，比如关于“阿拉伯之春”的新闻。人们通过 Twitter 和 Facebook 进行交流。完全不一样了。

另一个变化是获取手段。我相信，会有那么一天，我们和自己的孙子孙女们忆旧，说我们曾经要步行上学，来回都要走个上坡路；我们的电脑有各种连接线，有键盘；我们还要根据自己所在的国家或地区切换键盘。如果你到其他国家去，那么键盘布局是不一样的。所有这些都是创新和改变的机遇。大家可以看看 iPhone Siri。它可以通过语音进行搜索。大家还有多少人记得互联网早期的布尔搜索命令。And、or、if。随着搜索算法的革新，现在只需要输入自然语言就可以进行搜索了。同样地，输入法也发生了变化。相对于手机，电脑大大改变了互联网上的数据通信，而互联网正是数据的来源。最后是管制与放宽管制。在多大程度上放宽空间管制？我们可以看看航空业。放宽航空业管制不仅促使飞行速度、路线、价格、机票价格和乘客群体发生了改变，而且，大家有多少人乘坐过泛美航空公司的航班？大家还记得泛美航空吗？很讽刺，是吧？不复存在了。为什么？就是效率太低。放宽管制就等于敞开了市场的大门，泛美航空公司在竞争中的动作不够快。是吧？所以，有时候巨无霸也有淘汰出局的一天。总而言之，变革势不可挡。总会来的。只是时间问题。下一张幻灯片。

首先谈谈域名。域名到底是什么？我有时候觉得域名就像是股票。大家知道，股票的价值今天是这个样，明天可能就会上涨 50 倍。为什么？因为我们觉得，域名还有某种心理价值。它有价值是因为这种原因。但说到底，域名只是一种实用工具。它是一种指示物。它是 IP 地址中可供人们识别的标签。这就是它背后的前提，因为电脑能够通过记住数字来识别和指向资源。我们却不行，我们只能识别域名，所以通过域名识别资源至少可以让人们的使用效率大幅度提升。但是，域名的市场价值与域名的基本实际作用并没有太大关联，它的价值与人们对它的预期联系更为密切。是吧？有道理么？这是一个非常重要的区别，这种区别突出了大家看得到的商业模式、投机者、二级市场、流量，还有付费流量。为什么我的网站有 Alexa 的最佳 Cookie，但还是无法盈利？如果我把网站卖了，价格肯定无法与 Alexa.com 等网站相提并论，顺便说一下，Alexa.com 是一个工作网站，流量非常大。它不是我的。总之，域名只是一个标签而已。重要的是域名下的 IP 和 DNS。而不是标签本身。重要的不是符号。是它背后的思想。是吧？下一张幻灯片。

所以要向 Pat 道歉，我们拿 VeriSign 做个例子。大家都知道 .com 吧？那我们就拿一个域名好了，希望更多人能够享受在 ICANN 的乐趣。价值很高，对吧？其实你们可以将它买下，上次我查到的价格是 9.99 美元。VeriSign 大约可以拿到 7.85 美元。顺便说说，Google 这个互联网上流量最大的网站之一，对 VeriSign 的价值为 7.85 美元。当我们考虑到它们为了使更多人在 ICANN.com 和 Google.com 上享受乐而需要使用各种支持资源，在这方面大家觉得它们需要有多少投入？大家是否还记得我们说过的，共享注册服务与解析之间的区别？共享注册是一项收入来源。而解析则是呼叫中心。是吧？Gambling.com 并非商标，对 VeriSign 的价值为 7.85 美元。2005 年，

该域名在二级市场卖出了 2000 万美元的高价。大家知道在哪个市场，你可以从经销商那里买到一辆车，开出停车场，车的效能完全一样，它同样是梅赛德斯奔驰，与停车场上的其他车相比，它的区别可能只在于它是黑色的，但到了明天或明年，却可以卖得几百万美元了。

>> [发言人关闭了麦克风。]

JOHN MATSON: 我去一个冰箱市场购买了成千上万台冰箱，然后将它们放到仓库中，因为我知道，5 年之后，卖出价格会达到现在买入价格的 100 倍。

ALEXA RAAD: 存在这样的市场，对吗？人们靠这样的市场赚钱。

JOHN MATSON: 大家需要了解的一点是，市场有高效的一面，也有低效的一面。企业的目标是识别并了解这些高效面和低效面，并尽可能地进行相应利用。因此我们要指出的是，当前市场结构存在一些效率不高的情况。因为大家所在的国家或地区都有冰箱仓库，有人会将冰箱储存在这里，然后以 10 倍于购买价格的高价转售，打个比方而已。

ALEXA RAAD: 现在，这种模式适用于下列情况：你有各种不同的域名，但它们几乎没有能够带来收入的流量；你有几个流量巨大的域名，需要耗费

你相当多的精力去处理解析和安全性等问题。如果你的域名存在了相当长的时间，你已达吸引了足够多的用户，你有不同的域名组合，这种模式就会奏效。但有多少 gTLD 真正符合？是吧？下一张幻灯片。

我们说说为什么会出现这些差别。John 之前说过，市场中存在高效的一面。这些高效面是怎么出现的？不知道大家是否记得我们所说的意外结果这个概念。有些事情在做的时候听起来很不错，做起来也是理所当然，但是却出现了始料未及的后果。我们回顾一下 1999 年，那时候报纸都还在普及互联网的概念，人们也开始购买域名，因为他们认为域名具有价值。因此一些品牌也开始购买自己的域名。这就是 IP 和域名商标发展的开端。品牌名是有价值的，所以必须想办法得到其域名。投机行为也闻风而至。因为如果我能加入投机者的行列，购买到 search.com，也许转手就能以高出几倍的价格卖出。域名价值就在于此那时曾经有过这样的服务，根据域名的时间长度和通用域名的数量来评估域名的价值。域名价值就在于此。随着时间的推移，人们认识到并非只是域名本身有价值，如果只有域名本身，那就好比在荒无人烟的地方建了一栋房子，但没有通向这栋房子的路一样。那有什么用？没人来拜访你，你也无法使用基础设施。不是域名本身有价值。而是流量有价值。是的，有价值的是流量。现在互联网上的域名不计其数，你需要一个中间人帮忙引导这些流量。于是就出现了各种搜索引擎。大家都还记得 Lycos 和 Excite 吧？这两个搜索引擎开创了目录的先河。想搜索体育信息？单击体育就行了。只需要这么做。目录已经没有了。流量有价值。Google 无意中发现能打败其他竞争对手的还是流量，流量有价值。Google 引导用户搜索，进而引导流量。那么，如果我将这两个因素合并到一个广告模式中呢？与此同时，投机者们也在思考，既然能

够获得域名，为什么不能将流量都引导到这个域名呢？这样就能赚钱了。于是就产生了意外结果，那就是域名品鉴。先到先得的想法导致产生了域名品鉴这个意外的结果，这对注册机构来说如同暴风骤雨一般的“袭击”。域名品鉴会不断攻击他们的基础设施，刺探哪些域名将变为可用状态。

然后 Google 发现了这些情况，所以他们说，

然后 Google 发现了这些情况，所以他们说：“要改变 AdSense 模式”。Google 有效地改变了其 AdSense 模式，投机者通过购买域名并向其引导流量的广告模式来赚钱，Google 的新模式刚好切中这些投机者的要害，几乎一夜之间就将他们斩于马下。

不错，有价值的是流量。大家有多少次单击过一个域名或者拼错了某个域名，进入的却是一个包含所有这些链接的网站？有帮助么？大家曾经单击过这些链接么？流量本身其实也没有价值。这也是投机者开始考虑到的。这与页面印象没有关系。要有吸引眼球的东西，广告主才肯进行初始投资。今天能找到多少客户愿意出钱来购买这些吸引眼球的服务呢？其实广告主想要的不是吸引眼球的东西。他们要的是后续行动。给我引导流量，然后会带来点什么收获，是吧？如果只有流量，我并不需要。我不会花钱买流量的。

所以实际上有价值的是社群。另外，gambling 流量这时候就有价值了。所以 gambling 域名卖了 2000 万。

然后 Facebook 诞生。Google 起初根本没有注意 Facebook。如果那时候你走进 Google 的办公室，告诉里面的人，有几个才走出寝室并喜欢对谁时髦谁土气指指点点的小孩成立了一个公司，他们一定会对你嗤之以鼻，然后把你赶出办公室。Facebook 的构想是，如果建

立一个社群，把人们聚集到一起形成社交网络，然后让他们能够互相交流并轻松地发布消息，那么他们就能方便地表达自己的想法。为他们提供相关工具，这就带来了价值。现在是什么情况呢？各种品牌一度不得不花大价钱从二级市场中购买投机者出售的通用名称，但现在他们不一定只能在 .com 域名下宣传产品了，而可以到 Facebook 中去宣传推广。比如东芝和丰田，他们就注册了 Facebook.com/Toyota。如果在三年前，你走进丰田的办公室并告诉里面的人：“你们的品牌将依赖上三个毛头小孩创建的公司来营销”，毫无疑问，你会被当做神经病赶出去。但这成了事实。

所以现在品牌追逐的是流量，是 Facebook 上的社群。

顺便说一句，巧合的是，gambling.com 同期以 250 万美元的价格售出。为什么几年前是 2000 万，而现在只有 250 万？它的效用变了吗？它不能引导流量了？是价值，它的市场价值变了。

这里发生的是一场变革。我们开始在移动设备上使用互联网了。不仅是 Facebook 带走了一部分流量，而且还有 2008 年问世的 iPhone。2011 年，移动应用的需求不断增加。大家知道，我们需要购买或下载应用，利用这些应用才能访问想要访问的网站。

2011 年，从苹果下载应用的次数达到了 100 亿之多。2012 年，只有 460 亿次。这条“曲棍球曲线”听起来是不是与早期互联网的情况很相似？

有人在下载软件。有人在使用软件。对了，大家上次单击某个应用进入网站时看到域名是什么时候？好。

现在有价值的是社群。Facebook 已经完胜 Google，成为广告投放的最好平台了。这是史无前例的。

在 Facebook 中开拓流量和社群的广告主和品牌曾尝试过统计有多少个“赞”。但是，最后他们明白了，有多少个“赞”不重要，因为这些也只是噱头。它们无法转化为购买量。我在丰田的 Facebook 主页上点了一个“赞”并不一定表示我在半年之内就要购买一辆丰田车。“赞”本身并不重要。那什么才有价值呢？是那些旨在将特定人群吸引到一起的社群？正是，举个例子。如果有一群汽车爱好者，他们都是真正喜欢古典车的，那么说不定就能在 Facebook 上看到他们。但他们是分散的。

但是如果你成立一个社群，不会赢得广告主的青睐吗？这正是他们的目标。很可能有人喜欢复原古典车，有人喜欢讨论古典车，有人的朋友从事这类工作。如果你卖的东西能够帮助复原古典车，那么这些人就是你的目标市场，而不是那些在 Facebook 上谈论如何钟爱宠物的人。没错吧？

社群本身并没有价值。下一张幻灯片。真正有价值的是社群类型，这些类型的社群能够让人们互相信任，针对稳定的话题经常性地交流。

Facebook 用户缺少了一点，那就是信任。还记得各种隐私问题吗？用户间逐渐在失去信任。大家知道，我在 Facebook 上有将近 1000 位好友。那么有多少我真正认识呢？有多少人向我索要 5 美元的时候我真的会给呢？我并不相信他们。这就是 Facebook 所缺少的。

所以说，如果你能将信任的人以及经常联系的人聚到一起，组成一个社群，那对于广告主，特别是你本人而言，都将有非同一般的价

值，因为这些都是你希望接触的人。如果你是一位汽车爱好者，当然不希望和研究园艺的人交流心得。

下一张幻灯片。

我们谈论的另一个概念是将“原因”、“现状”和“方式”区分开来。是吧？

你们当中有多少人仍然拥有家用录像带？真是非常少见。你们当中有多少人拥有 8 轨磁带？你们还记得 8 轨磁带吗？好的。这是因为满足需求的方式有很多种。因此 -- 抱歉，我们回到这个话题。

“原因”实际上是想问你们为什么要这样做？为什么想要这个？需求必须与真实需求联系起来。人类的需求并没有改变。我们始终需要认识自我。我们始终需要交流。我们始终需要告知他人信息，自己了解信息，并获得娱乐。这就是为什么，例如，如果你让某个人单独禁闭，这会是最严酷的惩罚。因为人类有自我表达、沟通的需求。对吗？“对象”是我们用来满足这些需求所采用的方法。

在交流中，我们需要告知我们的需求以便彼此沟通。这意味着我们需要移动。

你们知道，我们过去有马车。现在我们有了飞机。方法变了，但是需求始终如一。想想搜索引擎和网站。这些是“方式”。域名便是方法。现在你使用域名来创建网站。但是这些都是满足最终用户的方法。我需要创建一个网站，来告诉人们我销售的产品以及提供的服务。

但是现在可能有其他方式来满足我的需求。如果使用这些方法可以更好、更快、更便宜，那么我也会这样做。

下一张幻灯片。

是否还有其他方法，能让域名不那么重要？John 提到了直接导航与搜索的比较。如果回忆早期阶段的 Internet，用户在浏览器上设置收藏夹列表，你会将网页保存在你的收藏夹列表中然后从中回到网页。你们当中有多少人真的会经常使用收藏夹列表？与搜索相比呢？

现在都是用搜索，你甚至不需要输入就能搜索，如果你在搜索中键入 CNN，不需要输入 .com、.co、.uk，就会出现一个列表，带你前往该网站。而以前，浏览器会显示 404 错误。对吗？搜索技术的发展日新月异，你不需要记住 TLD。下一张幻灯片。

我们讨论过移动技术、移动互联网和移动设备的使用。看看就在这 4 年间，情况发生了多大的变化。2008 年到 2012 年。我们目前还没有 2013 年的数据。但是在 2010 年到 2012 年之间，移动设备的互联网流量就以超过 2 倍的速度增长。例如，如果你想想在移动设备上使用互联网的情景，你不太可能会看到域名。也不太可能会键入完整的域名。

这正是因为输入方法变得更简单，你不需要这样做。对吗？下一张幻灯片。

如果域名变得不甚显眼，如果新技术、突破性的技术的出现，以及人们对更好、更快、更便宜的需求，例如，我不想打字也不想记住大量地址，是否会让域名变得不那么有用？域名也是导航到某个网站、页面或一点信息的方法。

现在的二维码几乎给域名或 IP 地址蒙上了一个面具。因为你在访问网络时，已经在产品，甚至酒店、优惠券和交易上看到越来越多的二维码。你过去在报纸上看到或从互联网上打印下来的那些内容，你可以单击酒瓶上的二维码。然后你就能够了解有关这种酒的所有信息，酒厂等等。你所需要的就是带上你的手机并拍摄照片，因为相机也做了改进，你甚至可以点击它。同时，顺便说一句，你完全不会看到域名。

记得注册机构做了什么。他们解析了流量。在这里，有人解析到域名的流量。那么他们是否会因为该域名而得到报酬呢？下一张幻灯片。

顺便说一下，还有许多其他例子。

我们这一行需要了解本行业的情况并探索域名的所有不同类型，等等。同时，外部的世界涌现了突破性的服务，满足了域名所无法满足的需求。例如，Facebook 得益于它可以轻松为个人提供一个身份。这些网站可以让个人轻松地表达自己的观点并发布到网上。Twitter 也是如此。

所以现在有了条形码，3D 条形码可以实现与二维码相同的功能。我们有短代码，短信。例如，在非洲，移动互联网最初的应用方式便是短代码，用于发送和接收付款。

现在有地理代码、许多社交媒体。现在不只有 Facebook。很显然，有 Flickr、myspace 等等，以及 URL 缩短器。因为，当我们添加更多内容，当网站成长时，我们需要直接导航到该网站的一个部分，你不想使用冗长的链接，现在有些服务能让链接变得非常短、快速并且好记。当然，也有移动应用程序。下一张幻灯片。

在此之前，我先停一下。有问题吗？好的。顺便说一下，我们在其他行业见过这种情形吗？下一张幻灯片。

顺便说一下，仅仅在我的谈论所涉及到的这段时间内，即过去的 10 年间，我们就将这些巨大的改变，这些影响了其他行业的改变视作理所当然。

回到原来的话题，在过去，如果你想买一台电脑，笔记本电脑是非常昂贵和稀少的。电脑带有大量的配件。你必须自己安装软件并进行设置。它们都非常昂贵。而现在你能够以 \$100-\$199 美元的价格买到一部手机，而它的容量比你在 2004 年买的电脑还要大。是吗？下一张幻灯片。

新闻行业已经完全改变了。过去，你可能在早上的报纸上发现爆炸性的新闻。

一个趣闻就是，在埃及最近的事件中，当 Morrissey 想要发表声明时，不会打电话给 CNN 的记者。而是在 Facebook 上发布。他在 Facebook 上发布自己的计划和自己的观点。这是前所未有的。由于这些方式能够更好、更快、更便宜地传递新闻以及让普通大众传递即时新闻，现在不必再等待第二天早上的头条，你有 Twitter。关注 Twitter 动态消息的人能立即了解最新情况。

这样完全改变了人们获取新闻的方式。事实上，请单击下一张幻灯片。《新闻周刊》在历经 79 年之后发行了它的最后一期报纸。

《新闻周刊》，它的记者曾获得过普利策奖，是美国新闻媒体的标杆，已停止发行纸质新闻。如果你在 8 年前告诉《新闻周刊》的编辑像 Twitter 和 Facebook 这样的小公司，他们肯定不会相信你。

下一张幻灯片。

重申一下，在这个案例中，出版行业已经改变了。但是需求并未改变。需求仍是告知、沟通与娱乐。过去，大型连锁书店排挤小书店的生存空间。然而猜猜现在大型连锁书店怎么样了？它们都关闭了。为什么？因为有了更好、更快、更便宜的方式。现在我能购买 20 本书，并将这 20 本书装在小型平板电脑中随身携带，可能需要花费 \$100 或 \$199 美元。并且我可以找到试读。你不能在书店中翻看某个章节。但是你可以在网上这么做。你可以在购买某个东西前，先下载它的样本。对吗？所以说，出版行业已经改变了。下一张幻灯片。

音乐行业已经改变了。为什么？在过去，如果你喜欢一首歌，你会走进商店然后购买专辑。

你知道，在那些商店里，你可以走进去浏览专辑并挑选。现在一切都变了。现在没有实体媒介。你可以试听歌曲，你可以创建并分享音乐。但不幸的是，有些时候是非法的。然而事实是，互联网以及分发、下载音乐的技术显著改变了公司的财富，在过去很长一段时间内，这些公司通过挖掘人才并让他们发布专辑赚得盆满钵满。

下一张幻灯片。视频娱乐行业也是如此。你们当中有多少人记得 **Blockbuster** 或你当地的视频商店，记得不得不去购买视频、租借视频？这些商店现在怎么样了？不见了。仅仅在几年的时间里。为什么？因为你现在可以下载 - 你现在可以坐在这里，在电视上收看节目或在平板电脑上观看电影。你的电视现在可以观看流媒体点播电影。你不需要等待一部电影。如果你不愿意，你也不需要电影院等待。你可以观看流媒体点播电影。顺便说一下，如果你想休息一

下，可以暂停电影。所以更好、更快、更便宜打败了非常成功的商业模式。下一张幻灯片。

那么，为什么我们能幸免于此？为什么 10 年间并没有发生太多变化呢。还是说已经发生了？我们刚向你们展示了 2.5 亿域名。并且似乎还在增长。但是，如果你透过现象审视趋势，则会发现改变正悄然发生在市场中或正在利用我们劣势的技术领域。所以 bit.ly 和 tinyURL 利用我们的缺陷，允许客户或允许最终用户导航仍然具有相同文件名结构的短 URL。因为在互联网最初开始和发展时，互联网遭遇了内容的困境。这样的结果是，最后有人说，好吧，我可以帮忙将内容组织为目录或搜索引擎。如果互联网真的组织完善，而所有内容恰如其分，则 Google 不会有机会崛起。

Google 成功的事实成就了一个全新行业，即搜索引擎优化。你们是否认识在 1999 年从事搜索引擎优化的人员？不认识。这些人使用工具来有效地 -- 我不知道你是否要称其为愚蠢或诡计 -- 影响搜索引擎让你的显示结果更靠前，因为这很重要。

但是，总的来说，广告投放仍然与在线使用脱节。越来越多的人通过手机、平板电脑和电脑上网。他们在网上。但是广告投入仍然在电视和平面媒体上。为什么？因为很难确定你的目标市场。你可以获得页面展示次数，你可以吸引人们的眼球。但是你是否能够有效识别出想为自己的改装车购买某个部件的用户？下一张幻灯片。

新 gTLD 的影响。John？

JOHN MATSON:

谢谢 Alexa。

我们说过这是一次互动交流。不仅是要求你举手。如果你对 Alexa 刚才谈到的内容有问题，在我们继续之前，有人要提问题吗？我知道你们是一个害羞的团队。我确信你们所有的谈话都是如此安静并有礼貌。没关系。

对于你们的 gTLD，由于刚才的谈话，我们希望取得的一个结果就是尝试将新 gTLD 放到完全的市场环境中。

有时候因为人们对新 gTLD 谈论地如此之多，它变得太过夸张，就像它就是整个市场一样。当然，它并不是。它是形成充满活力不断变化的日常市场的一个方面。它是重要的一个方面吗？它是我在这辈子看到的最大一个吗？兴许吧。但是就如 Alexa 所说，改变是不可避免的。你们都是带来那一改变机会的重要部分。所以现在，让我们谈谈新 gTLD。下一张幻灯片。

发生了什么？减少了准入壁垒。如果我想要一个新的 gTLD，如果我在两年前想要一个 TLD，是不可能得到的。现在我可以申请并获得一个 TLD。这从根本上定义了准入壁垒的减少。意料之外的新参与者。就像我所说的，我们中的某些人很明显在盘算谁将会申请。你知道，我不认为所有人都预见了我们获得的反应和申请。供应商和消费者有了更多选择。从根本上来说，这是整个项目背后的推动力之一。我们如何提供更多选择、更多竞争力？我们清楚地看到了。现在，市场中的现有参与者正在发生改变，倾向于更慢地做出反应。过去，市场参与者会非常快地投入，以便占领市场和提供后端资源。但是现在，现有参与者也会遭遇市场的最终改变。虽然在过去，现有参与者倾向于低估后进竞争者。高风险、高回报的商业模式。你知道，我认为在三四次会议之前的任何 ICANN 会议中都没有见到风险投资。他们甚至还不了解 DNS 产业。为什么？如果你将

出售域名所获得的所有收入加起来，可能有 200 万美元。它并不是资本市场非常注意的产业。突然之间，现在这里似乎出现了一些商机。竞争和机会。与价值链的整合，我们将用几分钟时间详细探讨一下。但是你需要了解并适应的一件重要事情是，力量的平衡将改变，因为这是正在发生的事情。这是自然的进化。随着新 gTLD 的影响，我们将看到利润和收益在价值链上的迁移。我们说这一重大成功会改变所有事情。如果你考虑所有这些申请人，只要有一个人认清这一点，反应快速的跟随者会马上涌入市场。所以对于将要发生的事情，还存有许多模糊之处。下一张幻灯片。

这就是我们所说的层次。我并没有期望你们阅读全部内容，但是我们在这个级别下拥有监管机构、注册机构和分销商。然后我们有合同持有者、注册商、分销商和支持服务。支持层。最后我们有最终用户、注册人和广告商。如果你要说这个层次中的大钱在哪里？大钱在底层吗？还是所有钱都在顶层？是在顶层。广告投放基本上取消了 - 大约 500 亿的广告投放在了互联网上，如果互联网上的时间与其他媒体上的广告投放时间相等，则还应多 500 亿。因此，在上层有着大量的金钱和资本。但是挑战在于，你如何进入到该上层？你可以通过注册机构、合同、注册商、注册人，对我们的讨论非常重要的所有方面来实现。我们原先的做法称为控制性供应和人为稀缺性。我为这种偏离的行为道歉。但是我们采用了称为人为稀缺性的做法，这就是为什么你会看到二级市场。如我们曾说过的，事情有点超出平衡了。通过新 gTLD 计划，你将明确看到域名供应量的增加。供应的增加。但是我们不确定是否要应用。我们不确定会发生什么。你知道，Alexa 谈论了许多事情，他说域名也许没那么重要。如果都可以掩盖住，那么，我为何需要智能域名。我难道不能使用随便什么作为域名，并使用二维码解析，我不需要吗？那项技术的

价格是多少？未来的情况下，市场总是有效的，所以真正有趣的问题是，新 gTLD 计划具有的缺陷和新的优势是什么？如何解决库存和供应的问题？下一张。

你们知道这些数字。1,900 个申请、1,400 个独特字符串、目前大约有 100 个自动撤销，其中有些会评估失败，有些会失去争用集，我们大概会有 1,000 到 1,200 个新字符串。这个数字非常大。有些人认为 10 年后我们将拥有 50,000 个字符串。我不知道。我知道如果其中某些字符串非常成功，则会像我们知道的那样改变形势，那么如何管理和运作 TLD？大概其中的 600 个将成为品牌。品牌的一个巨大商机便是解决这个问题。我记得当我在 90 年代中期从事咨询工作时，有关网站的事情出现，当时没有任何公司想要成立网站。为什么我需要网站？为什么我可能需要网站？我们与他们交涉并告诉他们，我们对市场人员交谈，我们说，嘿，有一天你的所有品牌都会放到网上去。他们说不，不会的。我们说是，会这样的。在今天，会有一个主要品牌在考虑营销策略的任何部分时不考虑网站吗？我们会问这个问题，如果你想控制自己在网上的存在，不想向 Facebook.com 或其他供应商屈服，为何不使用自己的 TLD 来提供商机、控制和灵活性？如果一些品牌在其技术使用方式上大获成功，其他品牌现在是否能效仿？不知道。再想一想“传统观点”这四个字。在任何新的商业风险投资中，没有使用互联网的新业务，有 50% 都失败了。并且在三年内，分别有 70%、75% 和 80% 失败了。为什么我们认为我们的行业能够幸免或有任何不同呢？所以我们不是要指出，新 gTLD 会惨败，而新业务也将失败。因此 ICANN 非常明智地做出了担保，承诺对于如何让注册机构能够转型设立了专门的流程，因为该注册机构可能行不通。这个精心设计的计划可让市场人员采取行动，掌握成功和失败。下一张幻灯片。

内容看不太清楚，所以让我读出来。记得层次这个概念，注册和监管的最后一层是最终用户和注册人。所以我们它从左边移到右边。这里是最终用户，你有应用程序和平台、社交媒体、搜索、Web 服务、注册商、合同持有者、注册机构和监管机构。这就是我们看到的这个市场的信息链和价值链。

让我们看看一些参与者。我们知道 VeriSign，他们是注册机构和合同持有者。我们知道有些参与者只是合同持有者、PIR。有些参与者则在申请成为合同持有者和注册商并进行垂直整合。有些似乎不是真的要申请。有些参与者是注册机构，他们想在市场中向上发展，成为注册商并进行垂直整合。有些参与者是注册商，想在市场中向下发展并涉足注册业务。市场中有些大型参与者，他们现在有机会运营注册机构。但是你观察到了什么？从企业观点来看，一个非常有趣的现象是，只有一个参与者把握住了机会，可以涉足整个价值链。这是个了不起的机会，可以向全世界提供整合的、易于使用的服务。我开始感兴趣这个机会将带来什么结果。下一张幻灯片。

Alexa。

ALEXA RAAD:

谢谢。对于这些机会是否能成功，有许多讨论。我们不知道。我们没有魔法水晶球。但是至少你可以知道可能的结果。最好的结果和最坏的结果。真相可能就在这中间。

我们可以说，最坏的结果是这是一场可怕的经验。所有的新 gTLD 都以这种或那种方式失败了。为什么？也许市场排斥它们。在其市场已经发展之后，已经有技术或产品进入市场。也许有其他代替品可以满足潜在新域名和标识符提供的需求。搜索、二维码以及我们甚

至可能没有的其他技术。我们不知道。如果这些技术让域名不再重要该怎么办？所以另一方面，你无法看到的是，是否至少有一个域名能真正获取重大成功。我会向你指出，这个重大成功很可能不是我们所熟悉的业务模式。域名具有价值，我将域名销售出去，仅此而已。

因此，如果有一个重大成功，那意味着，他们做出了正确的事情。他们让某样东西变得更好、更快、更便宜。有些人获得了价值价格 -- 价值主张的权利，有些人获得了分发的权利。如果域名免费会怎么样？整个注册商市场的基础在于，假设人们会为其房屋的基础材料、房屋的身份付费。网站、托管服务、电子邮件，人们为这些付费。如果这些免费会怎么样？我们能实际实行商品定价吗？下一张幻灯片。

无论什么技术、什么产品，有一条法则始终适用。它被称为扩散曲线。它是应用的法则。你们对它熟悉吗？你们当中有多少人熟悉这条法则？很好。它基本上是说，如果你想要预测，例如你是否将到达此临界质量，这是大多数注册机构会做的事情，你需要占据潜在市场的 16%。但是请注意我说的话。潜在市场。了解你的市场客户是谁，以及如何争取到这些客户。获得 16% 的潜在客户，你就能到达曲线拐点并将到达临界质量，如果你没有，从最好的方面说你也是个失败者。你获得了一些采用者和创新者，但一段时间后没有续约，人们不使用你的 TLD，搜索引擎不能识别你，你也是个失败者。下一张幻灯片。

所以，应用怎么样？好吧，这里有一些合理猜测。非理性的繁荣往往也会改变你的观点，是吗？我们认为应用将比预期要慢。有几个原因。并非是因为没有人积极申请新 gTLD，而是因为 -- 请想想最终

用户。申请和申请提供者需要花时间来一致地认可 TLD。互联网是这样一个杀手级的应用，因为我能将一个应用程序从赞比亚发送到加拿大，就像我将它从华盛顿发送到巴黎一样简单。如果出现不一致，最终用户将会不满意。然后就会产生困惑，为什么不起作用？这是域名，对吗？我以前有过域名，它能正常工作。为什么不能收到我的电子邮件。对于小型 TLD 来说，说服应用程序提供商接受他们并建立自己的代码以便过滤垃圾邮件，变得更加困难。如果你的 TLD 只有 200，垃圾邮件过滤提供商或电子邮件提供商除了帮你忙以外，记住你的 TLD 有什么好处？可用的教育 -- 有关新 TLD 的可用性和差异。为什么这个比那个更重要？你觉得安全意味着什么？你觉得信任意味着什么？你觉得社群意味着什么？教育将是昂贵的。IDN 应用与 ASCII 不会一样。它会更慢。原因是作为杀手级应用的电子邮件，IDN 上的电子邮件无法统一地工作。如果你的域名仅用作导航助手、指示器，为什么你要付两倍或三倍的价格？对吗？

所以，最可能的是这些域名将用作现有网站的指示器。如果它们能够指向现有网站，搜索引擎又有多大可能会指向这些域名呢？下一张幻灯片。

好的。我们来看下一张幻灯片 - 大家有什么问题吗？好的。看来有很多问题 - 请提问。

>>

非常感谢。我叫 [音频不清晰]。我来自丹麦。在你刚才讲的商业案例中，有两个结果，一个是失败，一个是非常成功。你说有两种趋势，一种趋势是保护性注册，这种情况适用于很多申请，即使他们的商业计划可能不是最好的，但他们仍能申请成功。另一方面，你

说你们引入的新 gTLD 系统很复杂，这无疑会使搜索引擎对于用户更加重要，所以你们是否存在于互联网上并不是那么重要，这两个因素在某种程度上实际相互对立，那么到达哪个程度企业才会放弃在互联网上注册？你说他们以非常低的价格在互联网上注册，如果他们已经进行了一些营销工作，那么很多人会知道他们的域名，即使他们不使用这个域名，仍然会保留吗？谢谢。

ALEXA RAAD:

很好。这个问题包含三部分内容。我尽量快速回答这些问题。请记住，这取决于你们对成功的理解。对于一家注册机构来说，成功意味着销售出了域名，但这相对来讲有些目光短浅。因为除非经常使用这些域名，否则你将无法使用域名后面的内容，尽管这些内容对最终用户和注册人来讲很有价值。如果能够很好地运营这些域名，会产生巨大的商业效益。对吗？

对于第二部分，大家还记得我们曾说过，域名只是一个标签。一个包装箱上能贴几个标签？可以贴很多个。对吗？如果我想要的只是一个废弃域名呢？我的应用、我的 QR 码，以及通过技术获得的其他内容都将指向这个域名。这个域名是 .blog、.web 还是 .com 真的很重要吗？如果你能向我保证域名能够得到很好的解析，确保其安全性，那么这个域名或许很重要。但并不是由于域名可以使用就很重要。域名不再具有价值。正是因为它是一个好域名，所以它不具有价值。

这些信息有用吗？好的。很好。

有很多关于安全性和滥用的问题。我们来看下一张幻灯片。新 gTLD 会导致对互联网的滥用行为更猖獗吗？

我们不知道。但我们知道如果你们现在不设立一个标准，将来如何衡量是否存在互联网滥用行为？所有人类，无论你的文化背景、年龄和国籍如何，我们确定是否发烧的标准是看体温是否超过华氏 98.6 度，如果我不知道这个标准，我如何确定你是否发烧了，发烧的严重程度如何？如果你发烧到了华氏 99 度，可能还可以存活。但如果你发烧到了华氏 104 度，那就很危险了。

如果互联网是一种我们赖以生存的公共设施，而不再是一种奢侈品的话，我们就会制定一些标准来衡量空气质量和水的质量，确定这些公共设施的质量是否良好，是否清洁，是否安全以及是否稳定可靠。我们的标准包括水质指数。空气质量指数。它们测量的是污染或颗粒的百万分率。这就是我们对于互联网滥用行为采取的措施。我们以前曾说“好的，我们有域名空间质量指数”。我们使用每个域中有几百万个滥用行为这一标准来衡量滥用行为。所以基本上可以说我们创建了一个均衡器，因为我们对每个人都是使用这个标准进行衡量的。我们说，就像空气质量、水质那样，如果滥用行为数量少于 100 个，说明你的域情况非常好。

但如果超过 1 万个，说明你的域比较危险。

所以按百分比来衡量，基本上如果超过 1%，说明你的域名存在某种滥用行为。可能是网络钓鱼、恶意软件、垃圾邮件或者僵尸网络。

好的。下一张幻灯片。

我们现在如何对互联网进行评级？我们现在的安全情况如何？

大家看一下互联网和这 2.57 亿个域名，其中包括 300 多个 TLD，所有这些 TLD 都是在今年 1 月至 5 月 31 日期间注册的。在这 2.57 亿

个域名中有 61% 属于需要“小心谨慎”的类别。只有 4% 的域名属于“非常出色”的类别。

所以总体来说互联网属于需要“小心谨慎”的类别。这些数据够直观吧？好的。下一张幻灯片。John，下面请你为大家演讲。

JOHN MATSON:

我是一名数据工程师，这也是我今天参加这次会议的原因。刚才 Alexa 已经说过，我们从很多服务提供商那里收集数据源。我们关注的其中一件事情是，我们需要得到有关互联网质量的客观评价。我们要的不是数据或者我们生成的数据。这些是 Architelos 收集，然后经过标准化处理，最后报告的数据。

大家在这里看到的是从去年 12 月份到今年 5 月份期间检测到的总体互联网滥用趋势。我们的系统告诉我们，在每个时间点都有大约 100 万个域名被列入阻止列表中。这些域名涉及垃圾邮件、网络钓鱼和恶意软件。大家可以看到在过去的 5 个月中，红色部分是被这些服务检测到的新域名。绿色部分是被这些服务从阻止列表中删除的域名。我们看到总域名数量增加了大约 25%。

我们要做的工作是通过提供数据来了解我们当前的互联网滥用情况。我们的目标是围绕这些数据所反映的情况开展社群对话。我们还会请求针对所提供的信息给予反馈并进行讨论。

下一张幻灯片。

但我们还希望所有这些域名在 TLD 中都有一处对应的位置。所以我们说，我们使用所有这些 TLD，无论是 ccTLD 还是 gTLD，我们有超过 10 万个域名，这些域名加起来约占互联网上全部域名的 99%，我

们来看看这些域名的性能如何。这些是按照我们讨论的四个类别划分的滥用行为百万分率排名情况。所以，如果某个 TLD 的衡量结果小于 100，我们说这个 TLD 非常好。

如果衡量结果在 100 至 1000 之间，我们说这个 TLD 比较好。

如果衡量结果在 1000 至 10000 之间，我们说这个 TLD 需要“小心谨慎”。如果衡量结果大于 10000，我们说这个 TLD 很危险。

正如 Alexa 所说的，我们的目标是努力建立一个标准。

很明显，这会导致很多问题。我们很高兴与大家一起讨论如何建立这个标准。无论何时建立评级标准，在不同的领域都会有不同的标准。

我们在进行分析时继续观察的是价格情况。价格在这里起什么作用？注册域名有哪些限制？如何应用这些限制？我们将进一步分析这些信息。但我们希望至少为大家提供一些见解。

Alexa，下面请你为大家演讲。

ALEXA RAAD:

谢谢。另一方面 -

主席 DRYDEN:

Alexa，请稍等。我们这次的会议室使用时间是到 11:00。所以请快速讲解要点，不要影响下一个会议开始。谢谢。

ALEXA RAAD:

没问题。还有两张幻灯片。另一件事，我们已经根据我们运营和启动 TLD、管理注册机构以及处理这些问题的经验建立了 NameSentry。我们在建立时就想，互联网滥用是一个问题，我们需要检测、确定并跟踪这一问题。如何通过一种适当的方式减少滥用问题？GAC 发布了一些安全保护措施。请看下一张幻灯片。

GAC 提供的保护措施确实可以帮助避免一些滥用问题，但你还需要做一些工作，还需要监控一些内容 - 下一张幻灯片。你需要监控命名空间。如果有地方出错了，你需要能够检测出来 - 下一张幻灯片。

如果有地方出错了，你需要能够对这些内容进行监控。然后你需要将问题通知给相关负责人进行处理。你需要得到这些人员的反馈结果。如果有人传播恶意软件，你需要知道这些通知的结果。如果你不停止，不暂停域名，那么我们会替你这么做。

所以 NameSentry 不但发挥着保护和监控的作用，而且还通过将滥用的内容通知给注册商和注册人等来减少滥用行为。我们可以继续介绍下一张幻灯片。NameSentry 可以自动完成整个通知过程，包括告诉注册人域名是什么、IP 地址是什么、注册商，如果有 WHOIS 信息，也可以告诉他们，这样他们就可以直接采取正确的措施。

下一张幻灯片。

它还可以跟踪其他一些行为，比如滥用减少是否一致。如果你有相关政策，就必须在整个域名中一致地应用政策，这并不是因为用户之间会相互通信，而是因为你需要应用一致的政策。所以它还会生成一份审核和跟踪文档。

我们是要向大家展示标准是什么，大概解释一下方法是什么，并和大家讨论安全保护措施的相关内容。我们要讲的内容就是这些。

主席 DRYDEN:

感谢你们所做的精彩简介。我希望如果在今天的简介之后 GAC 成员还有什么问题，我们可以代为转达，因为我们没有太多的时间为大家解答问题。

谢谢大家。我们也要感谢 Architelos。

[掌声]

>>

抱歉，主席女士，请问会议结束了吗？完全结束了吗？我还想说一句。

主席女士，我想我们要代表在座的每个人向你、你们的副主席，以及你们的整个团队表示诚挚的谢意，感谢你们不知疲倦的辛勤工作，感谢你们为这个项目做出的巨大贡献。我们很抱歉有时候在时间上给你们带来了压力，但实属无奈。非常感谢你们。我们非常高兴在后面的会议中继续与你合作。感谢大家。尤其是要感谢那些在幕后工作的同事，还有那些帮助我们相互沟通交流的翻译人员。非常感谢你，主席女士。祝你会后旅途愉快！

[音频结束]