

---

ICANN69 | 虚拟年度大会 — 域名业务：你想知道的一切，提问或讨论  
中欧夏季时间 2020 年 10 月 19 日星期一 — 10:30 至 12:00

欧赞·萨辛 (OZAN SAHIN): ……笔录，点击 Zoom 工具栏中的“隐藏字幕”按钮。本次会议提供阿拉伯语、中文、法语、西班牙语和俄语的同声传译服务。这些将通过 Zoom 进行，远程同声传译由 Congress Rental Network 运营。……参与本次会议的所有参与者均可在聊天室里发言，方法是在聊天室里使用下拉菜单，选择回复专家组成员和与会者，这样所有人都能看到你的评论。请注意，在这种形式下，只有专家组成员之间可以进行私人聊天，某位专家组成员向另一位标准与会者发送的消息将被会议联合主持人和其他专家组成员看到。好了，下面交给唐娜·奥斯汀 (Donna Austin)。

唐娜·奥斯汀: 非常感谢，欧赞。欢迎大家参加本次第一次全体会议，这是 ICANN69 关于“域名业务：你想知道的一切，提问或讨论”会议。我们今天举行这个会议的原因是大约 12 个月前，注册服务机构利益相关方团体的主席格雷姆·邦顿 (Graeme Bunton) 为 ICANN 董事会做了类似的准备，并从董事会那里收到了一些非常好的反馈，说这样做很有用。显然，我们原本希望今年早些时候能在坎昆做类似的事情。但这一直没有发生，我们确实认识到，为社群举办这次会议仍然很重要，这就是为什么我们

---

*注：本文是一份由音频文件转录而成的 Word/文本文档。虽然转录内容大部分准确无误，但有时可能因无法听清段落内容和纠正语法错误而导致转录不完整或不准确。本文档旨在帮助理解原始音频文件，不应视为权威性的会议记录。*

---

今天在这里开会的原因。在今天的议程中，来自注册管理机构利益相关方团体和地理名称专家组的乔纳森·罗宾逊 (Jonathan Robinson) 将为我们简要介绍注册管理机构和注册服务机构市场。来自地理 TLD 团体的库尔特 (Kurt)……将为我们简要介绍 gTLD 和地理名称的一些不同的商业模式，而 Prudent Digital 将介绍注册服务机构在这方面的情况，最后我们会安排时间进行问答。所以我们的安排相当紧凑，在我们过渡到不同的发言人时，希望大家能够理解我们。我们想指出的一件事是，一个健康和充满活力的域名行业对于我们这些参与 ICANN 的人来说非常重要，我之所以这么说是因为在 ICANN 的预算中，有很大一部分收入来自于注册管理机构和注册服务机构，我不想讨论你们是否知道这些费用到底是谁支付的，但对于社群而言，重要的是要明白，一个健康和充满活力域名行业对 ICANN 和社群来说都是好事，因为它支持着我们 ICANN 在这些会议上所做的工作。所以请记住这一点，如果你们想知道为什么我们对 ICANN 很重要，这就是一个很好的理由。下面交给乔纳森·罗宾逊，他将为我们提供一些背景信息，然后介绍注册管理机构和注册服务机构市场，接着会列举一些注册管理机构和注册服务机构的例子。所以，乔纳森 (Jonathan) 交给你了。

乔纳森·罗宾逊：

谢谢大家，欢迎大家参加本次 ICANN69 期间的注册管理机构和注册服务机构利益相关方团体网络研讨会和全体会议。我叫乔纳森·罗宾逊，是利益相关方团体的主席，我在利益相关方团

---

体内代表 ALILIAS，与你们许多人不同的是，我在域名行业工作了 20 多年，只是有点不好意思承认，包括在加入 ICANN 之前，我也在相关行业工作，所以我将介绍幻灯片的第一部分，详细讲解主要背景和市场概述，请翻到下一张幻灯片。你们很多人当然都知道，ICANN 成立于 90 年代末。关键是那时还没有分成注册管理机构和注册服务机构。大家非常熟悉的 TLD 有 COM、net 以及所有只有一个运营商的域名，全球出现了许多新兴域名，域名销售直接来自于注册管理机构，所以最终客户在某些情况下能够直接联系注册管理机构，或者通过固定的企业，比如我过去供职过的一家与最终客户有关联的公司，组合域名注册属于增值服务，只在某些市场出售。如上所述，ICANN 由于一大堆原因应运而生，我现在不想讨论这个。但是，这包括一个关键组成部分，即市场中鼓励竞争，并在域名行业引入和促进竞争。在 ICANN 的核心使命和核心价值中，有些东西仍然需要从旁观察。竞争是在 1999 年通过一些关键因素引入的，我在这里列举了几个。首先有一个合同协议框架，由注册管理机构和注册服务机构与 ICANN 之间签订，这就是为什么我们如今把他们称为签约方的原因。这样说不偏不倚，因为这些企业需要签约才能在这个重要的行业内提供域名服务，正如唐娜 (Donna) 所说的，由于一些原因，我们依赖这些企业，包括业务部分。因此，将 gTLD 分给注册管理机构和注册服务机构是市场竞争的一个关键的早期组成部分。除此之外，ICANN 还承诺引入后续轮次的新 gTLD。请播放下一张幻灯片。最初引入了 5 个试验床注册服务机构，那是 1999 年引

入竞争的一次试验，到 1999 年后期，还加入一些其他的注册服务机构。但是，大规模引入竞争性注册服务机构的工作并未停止，并在 2000 年真正起飞，因此，从早期开始，就有了我们如今所看到的竞争激烈和多样化的注册服务机构市场，格雷姆 (Graeme) 稍后会向大家介绍。在这之后不久，新 gTLD 以一种谨慎和分阶段的方式被引入，我们称之为“轮次”。2001 年，我们进行了第一轮，引入了现在大家比较熟悉的 BIZ、.pro 和一些赞助 TLD，如 aero、coop 和 museum。这让市场稳定了一段时间，到 2004 年，又进行了一轮针对 TLD 的引入，大家在列表中可以看到现在比较熟悉的 .Asia、.jobs 等等。然后，在经过最初几轮的 TLD 引入试验之后，就到了 2012 年，我们可以粗略地称之为大爆炸式的引入，当时有超过 1000 个新 TLD 在经过复杂而精密的申请流程后被引入，并最终加入到根区。它们在互联网上变得活跃起来。笼统地讲，我们现在可以把这些域名称为新 gTLD，虽然有人说新 gTLD 最早可以追溯到 2001 年，但市场一般把 2012 年这一轮大爆炸称为新构建。请播放下一张幻灯片。我刚才提到了签约方都与 ICANN 签订了合同。这就是他们的定义。有 3 个非常关键的协议，即我们在这里提到的注册管理机构协议，这是注册管理运行机构与 ICANN 之间的协议。注册服务机构认证协议，这是注册服务机构与 ICANN 之间的协议，以及合同，这是注册管理机构与注册服务机构之间的协议。在我看来，有一点是这个行业所独有的，但肯定也是突出的一点，就是所有这些签约方都同意不仅要遵守目前广大社群内各共识方制定的规定，而且还要

受未来共识性公共政策的约束。GNSO 制定公共政策和 gTLD 政策，而 GNSO 理事会则有一个结构化、记录在案且高度组织的流程，我们称之为政策制定流程，然后 ICANN 章程定义了哪些内容能、哪些不能成为共识性政策的主题。这是一个重要结构，因为在某种程度上，业务中的签约方需要知道自己合同中哪些部分可能会或可能不会随着时间的推移或在任何特定的时间点发生改变，以便了解 ICANN 章程中所定义明确界限，签约方被称为……在任何 PDP 开始的时候，都要检查是否合法，看看是否符合这个结构。这对于提供业务确定性的基线至关重要，gTLD 注册管理机构和注册服务机构的运作依赖于这个基线。除了 gTLD 之外，我们显然还有 ccTLD，这也很值得探讨。这不是本次讨论的主题，但按照已注册域名的数量来看，ccTLD 市场占全球市场的近 50%。SLD 或二级域约占 45%。不管怎样，它们并未与 ICANN 签订类似的合同协议。这些 ccTLD 不受相同的共识性政策的约束，也不像 gTLD 那样受制于这些共识性政策的构建。下一张幻灯片。我们喜欢把 gTLD 几大类。可能有一些出入或重叠。某些类别的定义不是绝对的。但在一般情况下，正如我之前所暗示的，包括纯通用类。这些没有注册限制。比如你们看到的这些。还有因其扩展名而带有推断含义的通用名称，注册人对这类名称情有独钟，然后还有一些利基和垂直市场的名称，这里是指非常具体的目标垂直市场，稍后会进行一些介绍或讨论，到时我们可以看看这是如何运作的。然后还有经验证的 TLD，注册管理机构会根据各种原因仔细验证注册人的性质，使他们能够遵守运营指南

或限制。我们提到过品牌 TLD，稍后在本次全体会议上将有一个品牌来做介绍。品牌 TLD 受到特殊禁令的约束，这个禁令到目前为止在我们这个行业或者说在这个引入点是比较不寻常的。也就是说这些注册管理机构要承诺不通过第三方出售他们的域名，而只能在该品牌自身的范围内进行处理。最后，在这张幻灯片中还有一个地理 TLD，这些 TLD 与特定的地理区域、领土或城市相关，作为新 gTLD 申请流程的一部分，这些地理 TLD 必须获得政府的无异议信函，可能还要满足关联要求。换句话说，注册人必须符合作为公民或与该 TLD 相关区域有某种形式的地理联系。下一张幻灯片。除了 TLD 的类型，我们再来看看商业模型的多样性，这是积极的方面。这也是我们希望通过在市场上引入竞争和选择所看到的。因此，由此产生了许多不同的商业模式。主要是 2012 年新 gTLD 项目，其次还出现了某些可能在一家特定公司内拥有多个 TLD 的实体，由此带来了经营性协同效应。有些运营机构提供自己的注册管理机构基础设施，而许多会通过第三方提供服务，我们称之为注册管理机构服务提供者。相对于 TLD 的数量而言，少数提供者支持大多数 TLD，其中许多注册服务提供者都有自己的注册管理机构。品牌 TLD 则采用各种方法来使用其 TLD，其中有一些创新和有趣的例子，看到一种变化可能会加速一些东西是令人鼓舞和非常积极的，不仅让企业实现了有机发展，而且还在行业中产生了由收购驱动的变化，这导致了注册管理机构和注册服务机构进行业务整合以简化规模，还有商业模式，其中最戏剧化的是有些注册管理机构和注册服务机构在相同的公司实体内进行了

---

整合，这被称为垂直整合。最初在将注册管理机构与注册服务机构分开后引入竞争时是禁止这样做的。下面再来看看第三个层面的多样性，即有哪些关键指标，我们如何衡量成功，当然不能只用受管理的域名来衡量。也就是任何 TLD 下的 SLD 或域名的数量。我们可以考虑续约情况、市场的持续增长。TLD 的公共可见性如何，或者它们是不是在任何给定的 TLD 中注册的功能强大且有特定基础的域名，以及由此产生的或相关的客户意识。还有特定 TLD 的衡量或感知价值，比如，如果是品牌，则可以看看特定品牌所有者的采用程度等问题。还出现了其他形式的创新，当然还要实现 TLD 背后的原始愿景，包括商业可行性和盈利能力。我将带大家查看 3 张图形幻灯片，其中阐述了市场发展的一些关键组成部分，然后就交给格雷姆来介绍注册服务机构方面的情况。看看这张图，值得注意的是，垂直尺度始于 1.25 亿，而不是始于 0，重点看看最上面的灰色区域。最上面的这个部分是指新 gTLD。令人鼓舞的是，从 2015 年左右开始，已注册域名的数量显著加速增长，尤其是新 gTLD，保持了良好的正增长趋势，至少在总体情况上以及从 SLD 的 TLD 数量来看，市场在不断增长。所以在这张幻灯片中，最上面的是新 gTLD，中间的橙色表示赞助 TLD。最下面的是传统 TLD。下一张幻灯片。在我们制作饼图时，是从 TLD 本身的情况来看的。令人吃惊的是，如果把 COM、net 和 org 都加起来，传统 TLD 的市场占有率超过 80%，虽然在许多情况下，新 gTLD 的表现确实令人鼓舞，但如果仅按受管理的域名数量来看，市场明显偏向于传统 TLD。请播放下一张幻灯片。这张幻



---

幻灯片以图形方式说明了我刚刚谈到的 ccTLD 的情况，在全球可供注册人选择的所有 TLD 中，ccTLD 市场的规模相当明显，以及我之前提到的 50 或 45、50+ 有多重要，我认为其中最重要的是，在全球 TLD 中，其他 nTLD 约有 3000 万，约占全球市场的 8%。这是一个非常好的进步。具有极其出色的多样性和选择。但在市场份额和市场开发方面仍存在一些挑战。下一张幻灯片。下面交给格雷姆·邦顿 (Graeme Bunton)。

格雷姆·邦顿：

我将从相对较高的层面来介绍注册服务机构目前的业务情况。看看他们的格局和市场是什么样的。然后我会更深入地介绍我们的零售和批发注册服务机构的情况。谢谢乔纳森的介绍，你非常好地介绍了历史背景，所以我不会再深入讲解了。但是要记住的是，注册服务机构的创建是为了让注册人能够注册和管理域名。正如乔纳森所说的，他们的创建是为了发展和促进竞争、创新、市场增长，以及满足当地的需求。所以注册服务机构就是乔纳森所说的注册管理机构与最终用户之间的管道。如果有人要购买域名，所有这些 gTLD 域名都必须通过注册管理机构购买。下一张幻灯片。注册服务机构分为 3 个主要类别。有零售注册服务机构，比如 GoDaddy、name.com、HiChina 等品牌。还有基于批发商和分销商的注册服务机构。比如……我自己的机构，Realtime 和 KeySystems……以及 CSC，然后还有一些有趣的候补机构，专门从事捡漏和售后等业务。非典型 TLD 包括 Snapnames 和 Encirca 等，我们今天不讨论候补类



别。因为时间有限，有很多内容需要讲。请播放下一张幻灯片。乔纳森刚才提到了，注册服务机构与 ICANN 签订合同，我们就来谈谈注册服务机构的业务认证。根据最近几个月的最新数据，目前有 2451 家 ICANN 认证注册服务机构。但这些属于 426 家不同的注册服务机构家族，也就就是说一家注册服务机构拥有多组凭证。规模最大的家族拥有超过 1200 个认证，大多数都用于进行捡漏，而第二大家族则拥有大约 500 个。用 2,451 减去大约 1700，其得数才是唯一注册服务机构企业或实体的真实数量。大约有 64 家注册服务机构拥有一个以上的凭证。8 家拥有超过 10 个凭证。他们中的大多数都不从事捡漏业务，也就是获取注册过期的域名，多个凭证都是用过收购获得的。我的公司就有 4 个凭证，除了第一个，其余 3 个都是通过收购另一家注册服务机构获得的。地理位置具有多样性，我们将详细讨论。从广义上说，ICANN 收入的 35% 来自于注册服务机构。这是通过注册费产生的，所以我们要为每个注册的域名向 ICANN 支付认证费、申请费。下一张幻灯片。这张地图展现了注册服务机构的地理多样性。美国最多，如果只看唯一的注册服务机构家族，美国可能有 1700 家，大家可以在这张图上看到相当明显的差距。南美洲一家也没有。拉丁美洲有几家，开曼群岛和……中亚也很少。这些地方还有改善的空间。我想我们可以回到正题了。请播放下一张幻灯片。我看到聊天室里有个问题，我可以先试着简单回答一下，为什么南美和非洲这么少？我稍后会在零售部分中稍加探讨，但这很复杂，需要看规模。所以请大家到时稍微注意一下。先来看看注册服务

机构的市场份额。这里列出了排名前 15 的注册服务机构。显然，GoDaddy 遥遥领先。就像是注册管理机构中的 COMM，注册服务机构这边非 GoDaddy 莫属。接下来是 NameCheap 和我的公司 Tucows，但我的公司拥有 TUCOWS 和 ENOM。HiChina 和 Alibaba 也同属于一家公司，分别排在第 5 和第 7 位，再往下看其实还有相当多同属于一家公司或一家母公司的情况。这是因为在公司获得凭证的过程中，行业中进行了整合。市场又开始成熟，因为这是一个规模化的业务，我们会看到越来越多的市场整合。所以在注册服务机构中，多样性正在慢慢降低。

下一张幻灯片。这是一个很有意思的问题，因为注册服务机构和注册管理机构联合起来了。我认为这主要是政策方面的原因，但在商业背景下，其实关系相当紧张。这就是我们有不同商业利益的地方。这些分歧往往表现在优先级上，也就是说现在在数千个新 gTLD 属于数百家不同的注册管理运行机构，还有数十家注册服务或后端提供者，所以对于一家要销售域名的注册服务机构来说，每家注册管理机构都必须平等对待，这是合乎情理的。但是，对于我们想要尝试和销售的东西，以及如何建立和运营我们的业务，我们都有自己的优先级。同时，注册管理机构也是如此。但对我们来说，现在有数百家这样的机构，所有这些机构都有竞争优先权，因为注册管理机构必须卖给注册服务机构，他们真的希望我们注意这一点。我们必须通过我们的服务销售他们的产品，这变得很棘手，因为有时我们的利益与他们的利益不同，而且空间有限。这就导致了在完成所有这些工作时会遇到一些困难，对此，我们在注册管理机构

---

那边看到了一些有趣的创新，注册管理机构正在尝试新的和不同的事物，但这些新的和不同的事物离不开注册服务机构的工作，我们需要计划优先级，并为这些工作排队，让一些工程师写一些代码，使之成为可能。所以要确保这值得我们花时间。确定工作的优先次序并非易事，这使注册管理机构和注册服务机构之间的关系有些紧张。把这些注册管理机构的优先事项放在 ICANN 不断变化的技术和监管要求以及政策的背景下来研究合同市场的变化，就像隐私法会改变类似的东西一样。所有这些都是需要注册服务机构开展工作并做出改变，同时还要尝试适应注册管理机构的变化。这最终导致了温和的冲突。下一张幻灯片。好的。下面交给库尔特，他将进一步介绍注册管理机构方面的情况。

库尔特·普里茨

(KURT PRITZ):

我很乐意为大家介绍。我是库尔特·普里茨，在 .org 域名的注册管理机构工作。我们来看看第一张幻灯片。下一张幻灯片。 .ART 经历了轻微增长。在我们了解市场和业务的过程中，发现增长率从线性转变为指数增长。目前，有 137 家注册服务机构在 155 个国家和地区注册了超过 09000 个域名。50% 的销量集中在格雷姆描述的市场中的前 4 家注册服务机构。我们有很好的续约率。除了在我们参加 \$1 Flash Sales 时跌破了 70%，在其他时候都接近于 75%。在第一年结束时，预计续约率会出现新的增长。与大多数新 gTLD 相比，我们的批发价格

---

可能略低于平均水平。我们有大量的库存，我们称之为优质域名，但这些域名的价格也低于同类新 TLD。在艺术界的粉丝中，我们有很多著名的第一批使用者或早期使用者，大家可以去 .art 上看看，那里有一些很酷的视频。看看这个市场，格雷姆说注册服务机构喜欢创建简单的类别，.art 就是一个利基 TLD，但它是一个巨大的利基域名。在全世界有 55,000 个博物馆、600,000 家艺术组织以及许多成员。Deloitte 的研究显示，还有 400 万知名艺术家。3000 万 CCI 行业人士和业余艺术爱好者。家庭可能会给自己和孩子注册一个 .art 域名。对我们来说，这是一个很大的市场，能迅速识别 art 这个词。非常明显…….art 创始人 KASIMOF 被《观察家报》评为 Art Power 50 强，其中包括 50 位艺术界的重要人物。有一个很好的迹象是，.art 引起了人们对域名的兴趣，到现在为止主要集中在区块链，作为关键的技术工具。为了应对挑战，首先，我认为整个行业内存在将域名转化为有用的东西的认知障碍。获得域名很容易，但建立电子邮件或网站的任务会让很多社群望而却步。而下一类注册人可以克服这个障碍。学习注册服务机构业务是一种体验。他们似乎很乐意和摇钱树一起工作。对于许多 TLD 来说，广告费用遥不可及，并且需要很多年才能得到回报。此外，似乎应该在注册管理机构和注册服务机构之间建立一种互惠互利的公平竞争环境，以促进市场的发展。随着时间的推移，后端市场的注册服务提供者由于竞争而变得更加透明，但早在 2012 年，就有一些在控制不力的情况下过度收费的问题。新 gTLD。我应该将大 ICANN 添加到这个列表中。在

在我看来，ICANN 在 20 年前就竭尽全力为注册服务机构市场的启动创造了一片沃土，但却倾向于在 2012 年采取这种方式引入新 TLD。我会在鸡尾酒会上探讨这一点。最后一个挑战是缺乏意识。世界上有多少人了解域名在保护知识产权和易用性方面的作用。如果 ICANN 是域名的全球协调者，那么我们应该倡导他们采用。如果不是，那将是谁。我将用我剩下的时间来谈谈创新。关于艺术的创新是把大量的注意力和资源投入到创新中。一个创新是域名算法，这是一个大数据算法，用于评估域名。我们用了 6 个月的时间，搜罗了艺术界内外线上和线下资源的字词和字词组合，并基于 14 个属性用算法来评估字词组合的价值。结果是有大量优质域名库存，权衡后的结果令人欣喜，比如在我们销售的艺术类域名中，有 5% 是优质域名。65 到 70% 的收入来自优质域名。客户似乎很高兴以第一年的价格买到他们的域名。下面我想介绍另一个创新 .art 数字孪生，即将域名附加到艺术作品而不是组织上。事实证明，DNS 这个区块链是一个完美的分散式系统，可以存储和查找关键艺术品信息。数字孪生存在的理由是将艺术和文化对象的信息转化为价值。为此，数字孪生利用了 First Arts 作为 DNS 中以及顶级域名服务中指定的 TLD 的独特地位。我们利用 Getty Trust 制定的艺术识别标准，形成一个对象 ID。而且我们使用工业 4.0 中描述的概念，这是第 4 次工业革命的另一说法。数字孪生解决方案会为每个对象而非组织提供了一个唯一域名，这个域名会随着该对象的转移而转移，并提供一种出处或监管链的形式。数字孪生拥有额外的域名数据字段。我们所做的就是

---

增加额外的 WHOIS 或采用数据字段，以识别艺术品。注册人可以通过这些数据字段在 DNS 记录中存储任何内容。所有东西都在域名中。你可以随心所欲地使用它，并使用区块链交易来建立一个值得信赖的监管链。该技术如何运转？下一张幻灯片。将数字孪生放到一个网站中来讲，网站所有者，也就是艺术品所有者可能有一个艺术证书，或模板提供的组织信息的标准方式，或者以其觉得有用的任何方式使用域名。但是，如果以数字孪生的形式查询该域名的 WHOIS 数据，就会看到额外的 WHOIS 数据字段，其中艺术品识别信息是在注册时输入的。下一张幻灯片。每个域名注册会触发 2 个区块链交易，并将数字孪生应用到区块链中。你们可以访问域名查询网站，即……ETHEHEUM 进入了区块链交易。你可以输入域名，而不是 42 个字符的 ETHEREUM 地址。当所有者或标识信息发生变化时，就会触发另一个区块链交易。这是证明艺术品是否可靠的有力武器。有一个重要的特点是注册人在域名注册过程中或在 .art 上可以使用自己的区块链钱包，其中包括一个参考号。下一张幻灯片。产品结构看起来就是这样的。另一个特点是它提供了灵活性并且令人满意。标准化是 WHOIS 中……注册人可以灵活地将域名用作一个存储信息的域名，以便证明艺术或文化对象的真实性和价值。此外，同样的发展还可以用于数字复古汽车，甚至人的头衔。.art 域名很高兴 OOB 颁发了一项美国专利。6 天前就颁发了，距离初次申请只有 3 天。那么价值取向是什么呢？艺术品本身所包含的信息才是艺术品的价值所在。这很美好。我给你 10,000 美元，哦，这是伦勃朗的作

---

品。我给你 1000 万美元。艺术品所有者如何将这些信息以口头声明或一沓文件的形式，也可能是使用分散式 DNS 和区块链的标准化方式呈现出来。每个个人和组织可能会注册数十个、数百个、数千个甚至更多域名，我们需要向一个全新的客户展示 DNS 的效用。新市场有 1 亿件专业艺术作品、8 亿业余爱好者，博物馆里有 10 亿件物品。还有其他评估应用程序，例如存储数字信息以保存文化遗产对象或提供博物馆艺术作品访问入口的应用程序，否则将由于奇怪的疫情或目前正在存储和展示中而无法查看。我们已经在 IP .art 和我们的实施中推出这些应用。截止目前，我们大概有 150 个注册，根据我们最近在一些线上节目的努力，这只是一个开始。

非常感谢。我不知道下面该交给谁，请告诉我由谁来介绍 Fox 注册管理机构部分。

克鲁·戈尔

(CREWS GORE):

……有不同类型的注册管理机构，我们属于品牌注册管理机构。对于不熟悉 Fox 的人来说，我们是一家美国的大型媒体公司。作为一家大型公司，我们发现自己管理着许多域名。因此有机会申请自己的域名扩展名，8 年多前我们申请了 .Fox，我很高兴向大家介绍我们今天所取得的成就。请播放下一张幻灯片。.Fox 的机会。品牌 TLD 的优点在于，域名扩展名仅由公司自己使用，因此 .Fox 仅可由 Fox 使用。右边是 Live .Fox 的一个



---

直播邀请示例。这是我们进行大量沟通交流的地方，我们很高兴可以使用短域名，因为我们拥有 .Fox 整个域名空间，可以决定要使用的域名，这给我们带来了非常多不同的机会。因为我们拥有自己的 .Fox 注册管理机构，所以我们无法向自己收取注册 .Fox 域名的费用，与可能拥有的其他域名扩展名相比，注册新域名时无需向我们自己支付注册费用。库尔特还谈到了一件事，就是他们有许多注册服务机构合作伙伴，这与品牌域名有所不同，我们只有一个注册服务机构合作伙伴，目前注册的 .Fox 域名超过 100 个，我认为这是一个伟大的成就。因为对你们而言，这不完全与我们的注册量有多少相关。这取决于我们想要注册的实际域名。还要确保它们有内容，或转售成有用的内容。 .Fox 提高了安全性和品牌知名度。营销团队特别喜欢这个名称，因为 .Fox 是一个只有 3 个字母的扩展名。它很短，而且是唯一的，人们知道它和什么有关。对于安全性，拥有自己的域名空间的好处是它可以加速 SSL 验证。我们与大型 SSL 认证机构建立了合作关系。我们知道，由于我们是 .Fox 域名扩展名的所有者，因此所有在 .Fox 注册的域名都要通过 Fox 注册，其他任何机构都不行。所以他们能够在域名注册后立即对其进行认证，并颁发 SSL 证书。只需要这一步，即可帮助我们的安全团队审批 SSL 证书电子邮件，或添加一个特定的 DNS 记录，以便更快地验证域名。我们面临的一个挑战是，对所有新 TLD 进行新 TLD 意识测试。很多人仍然不知道有这些新域名扩展名，也不知道它们是真实存在的，所以我记得当新域名扩展名推出时，我们认为只要在前面加一个 WWW，每个人都会

---

立即接受它们，但人们肯定会受到教育，但这比想象中所需的时间要更长，这是一个持续不断的过程，每个人都要在行业内推广新 TLD。下一张幻灯片。我在最后一页展示了 Live .Fox 的例子。另一个用例是我们的 .Fox 域名服务器，我们可以授权给 DNS .Fox，大家可以在我们任何大型网站（如 Fox sports.com）或其他网站的 WHOIS 信息中看到。然后这张图是 Wayfinder.Fox，这实际上是一个已经在 Fox 进行了几年的项目，我们在洛杉矶的所有电梯和几乎所有 Fox 电影公司周围都印刷了广告牌，无论你是演职人员，还是想要找到需要去的地方的后勤人员，都可以输入 Wayfinder.Fox 找到你要去的电影公司。这个应用程序可以准确为你显示要去的任何洛杉矶的 Fox 电影公司。还有几个新的用例。首先是 MaskYourself.Fox，《蒙面歌手》是一档在美国开始流行起来的电视节目。第 4 季正在热播中，营销团队决定将 MaskYourself.Fox 作为新的宣传网站，你可以让自己变成某个蒙面歌手。这是消费性的。Activate.Fox 是我们正在做的东西。我们可以在这上面为想要激活其应用程序的人使用缩短器，如果你想让 activate.Fox.com 激活你的订阅，我们就可以使用诸如 activate.Fox 之类的缩短器，我们正在做 go.Fox，这是一个只在 Fox 内部使用的新网站。现在，我们在发送给员工的电子邮件中只会使用 .Fox 域名扩展名。为进一步保障安全，每一封仅使用 .Fox 域名的电子邮件将被用于重定向。这样，我们的员工就不会被欺骗或受到攻击。我们确实有高流量的重定向。还有 News.Fox 或 Football.Fox。我们可以看到这个

---

域名扩展名的潜力。我们已经创建了很多不同的重定向，以转到人们可以看到和搜索的内容。这是一个额外的方式，我们一直在尝试提升 .Fox，并确保实际的查看者可以到达他们想看到的页面。下一张幻灯片。这应该是我的最后一张幻灯片了，下面将交给地理 TLD 团体。

其他发言人：

谢谢，我是……我们想非常简单地介绍 3 个案例，这些案例展示了 DNS 市场中地理位置的多样性。下一张幻灯片。下一张幻灯片。这张地图显示了我们是谁。红色表示成员，我们将谈谈 .beam……他们都在欧洲，我们的大多数成员都在那里。请播放下一张幻灯片。请播放下一张幻灯片。谢谢，在此之前，简单说几句。我们想介绍一下 .Amsterdam 去年委托进行的这项研究，它涉及到乔纳森提出的一些意见，即我们如何衡量 gTLD 之后的成功？我们应该考虑的关键指标是什么，因为域名管理是其中之一，但必须意识到还有许多其他指标，在 gTLD 的背景下，这是相关的。请播放下一张幻灯片。请播放下一张幻灯片，谢谢。这项研究的目的是为了确定地理 TLD 的成功性，研究人员试图了解有哪些适当的指标，并以此构建了一个用于确定地理 TLD 成功性的地理 TLD 新基准。他们研究了地理 TLD 的动机，经济动机是显而易见的，因为……一个成功的新 gTLD 商业模式才能保持活跃，但就我们的地理 TLD 而言，我们认为创建数据 TLD 的文化和政治原因也是相关的。在基准方面没有改进，但研究人员正在研究如何将不同的衡量标准纳入该基准。基准是基于……的域名，这是当时唯一可以客

---

观衡量的地方。还有该区域或城市的 GDP 以及居民人数，所以基准中的关键指标是每十亿美元区域 GDP 的域名数量。下一张幻灯片。我们跳过基准部分。请翻到下一张幻灯片。这是这次演讲中对我来说最重要的部分。这个部分是说我们如何才能达到这些指标并对其进行扩展，整合一些我们正在考虑的东西，以此来衡量这些地理 TLD 的成功性。还有实际使用情况，要将其放在注册名称和标识符的背景下来看，有多少公司采用该域名作为其主要网站。我们在下一张幻灯片中提供了一些例子。第一个案例是 .WIEN，它由一个营利性公司运营，与维也纳市政厅签订了协议，所以这就是我们常说的商业模型和政府模型。下一张幻灯片显示了 .WIEN 的增长和采用情况，从一开始，注册量就很稳定，历史最高记录为 16000+ 个注册。按通用 TLD 的标准来看，注册量并不是很大，但这些都与经营该域名的公司有关，因为它使该公司得以生存，并表明随着时间的推移采用率……。下一张幻灯片。域名的可见性在这个城市中也是非常令人印象深刻。这是行业中的一个趋势，在地理 TLD 的很多例子中都能看到。这是关于可见性的部分。我们可以跳过这一部分。请翻到下一张。这个例子是 .Stockholm，另一个模型。与前一个不同，这非常有趣。请换到下一张幻灯片。.Stockholm 是一个单一注册人地理 TLD，由这个城市的市政厅进行管理。低于 100。市政厅决定采用 .Stockholm 作为可能的网站，同时进行网站改造。.Stockholm 的代表去年在大会期间向我们做了一些介绍，还必须考虑如何衡量采用的成功性，并且他们在恢复正常的几周后并没有失去 SCL 排名。这是

---

2 个在完全不同的域名上运营的城市模型。还有商业模型。请换到下一张幻灯片。这是最后一个案例。这与其他两个有很大差别。它不受边界限制，因为它代表的是一种文化语言，而且根据定义，它本身也不是一个地理 TLD，因为 .EUS 代表的是巴斯克语，不是一个地理区域。下一张幻灯片。这里显示了社会采用情况，因为运营 TLD 的非营利性公司也想知道有多少注册人正在将其域名用于主要网站，有多少人正在使用域名……。其中有 85%，在这里可以看到，这些类型的指标是按地理 TLD 来看的，并且正在研究符合该基准的方式，所以我们可以从更广泛的角度来看，而不是在管理的基础上。这就是我们现在的情况。如果有任何疑问，我都很乐意回答。谢谢。

未知发言人：

谢谢。非常感谢库尔特、克鲁和纳乔 (NACHO) 进行了清晰、有趣而多样的演讲。希望我们达到了想要达到的目标，阐明了一些关键示例的范围，对我来说，这让我清楚地了解了新 gTLD 确实引入了我们正在寻求的竞争和选择，自 2012 年以来出现了截然不同的类型和商业模型。已经说过好几次了，受管理的域名并非衡量成功的唯一标准。但新 gTLD 注册管理运行机构面临着重大的挑战。我不认为我们想回避这个问题。当然，简单地遵守 ICANN 合同和所有义务是基本水平，但之后你会发现，要达到这一点，在意识和接受度方面都极具挑战性，并且还有其他运营和实际障碍，包括格雷姆谈到的要与注册服务机构合作，对我来说，关键在于业务和 ICANN 社群，签约方被普

---

遍看作或经常被视为一个统一机构，在 ICANN 社群内有一个成功的财务盈利和组织存在形式，但事实上，有更多微妙层面的情况，这证明了在遇到困难和其他挑战时存在商业摩擦，当然，对于一些较小的 TLD，固定的成本基础是一个真正的挑战，这包括支付给 ICANN 的费用，我不会再停留在这个问题上了。我只是想提醒大家。请在窗格中提问。我们想要进行互动。非常感谢大家的参与，希望听到你们的声音，我们会尽最大努力在问答环节回答聊天室里的的问题，抱歉，我们最后会来回答那些没有回答的问题。交回给你。--

格雷姆·邦顿：

谢谢，乔纳森。我与他们讨论过注册管理机构和注册服务机构之间的紧张关系，前面已经占用了太多的时间，我们只剩 8 分钟来介绍后面的部分。我会快一点说。首先是零售和批发方面，然后是企业注册服务机构方面，之后我们将进入问答环节。注册产品是注册服务机构的基本业务，所有注册服务机构基本上都是一样的。在用户体验上有一些细微差异，比如你可以把它做得很简单，也可以做得很复杂。只有一些差异，大部分都是一样的。你可以从提供建议时就开始竞争。你可以竞争和竞价。当然，所有注册服务机构的批发价格都是一样的。这里会有一些限制条件。你能容忍以多低的利润率来经营你的业务？你可以提供更昂贵的产品，但在客户服务和客户体验上进行竞争。你可以在你所销售的 TLD 的可用性上进行竞争，因此你可以只销售几个 TLD，也可以销售尽可能多的 TLD。许多公

司实际上会在销售额外服务上竞争，比如电子邮件、Web 托管、网站构建和 SSL，这可能是所有这些注册服务机构最重要的业务，大体上大多数注册服务机构不靠卖域名赚钱。即使是最大的机构 GoDaddy，根据财务报表，在他们的收入中，只有不到一半 — 詹姆斯 (James) 纠正我了 — 来自于域名，这并不是收入的主要来源。他们的主要收入来自于其他服务，如托管和电子邮件。而且还可以在本地知识上竞争，所以你可以针对某一特定的垂直市场提供比别人更好的服务。下一张幻灯片。业务规模非常重要。我之前就提到过。比如，你花了 8 美元从注册管理机构那里拿到域名，然后以 10 美元卖出。赚 2 美元。在多伦多雇用一名初级工程师，一年给他 8,000 美元的报酬。那么你需要有 40,000 个新的或续约的域名才能够支付这位工程师的工资。这太多了，40,000 个域名太多了。有些注册服务机构会说他们的规模很小，比如只有 100 个域名。很难以这么小的规模来构建业务。你还需要考虑付给 ICANN 的费用，以及其他常规行业费用。这些管理开支会让你焦头烂额。结合这一切来看，维持 ICANN 认证需要相当大的业务规模，但利润却极小。有趣的是，也很难证明 ICANN 的费用是合理的。所以大多数注册服务机构都不参与。在 600 或 700 个现有的注册服务机构家族中，大约只有 100 个加入了注册服务机构利益相关方团体。这是因为他们中有许多都相当小。无论如何，他们可以将参与活动的机会留给有能力参与的大型注册服务机构，因为大型机构可以协调利益。这看起来很复杂，有很多数字。但它真的很重要，因为这基本上是 DNS



---

行业的基本数据。最上面的方框列出 100 个域名十年内的续约率。垂直列就是续约率。从 100 个域名开始，如果续约率为 60%，则到第十年剩一个域名。如果续约率为 80%，到第十年还有 13 个域名。假设你花了 8 美元从注册管理机构那里获得了一个域名。然后以 10 美元卖出，那么正常情况下，一个域名赚 2 美元。但是为了吸引客户，你打了个折，第一年以折扣价卖出。比如说，第一年的折扣价为 5 美元，因此你以 5 美元卖出了这个域名。但批发价是 8 美元，你亏了 3 美元。如果续约率为 60%，则到第十年结束时，你还是亏 3 美元。初次亏本销售并不能获得长期收益。你只能通过将续约率提高到 70% 来盈利，这属于基本的经济学知识，即如何经营一家注册服务机构。也就是能否找到一种吸引新客户的方式，让你能够以某个价格长期盈利。这里有更多复杂的因素，客户现在跟着你的时间越长，他们将来跟着你的时间就越长。这个生存曲线并不完全准确，但很接近。重要的是，如果太积极地吸引客户，就没法赚钱了，要赚钱只能通过其他服务，这就是为什么大多数公司的大部分收入并非来自销售域名的原因。如果有人想深入了解，我很乐意在另一个背景下谈谈这个问题。请播放下一张幻灯片。续约率是注册服务机构业务的核心。你要吸引客户并希望他们年复一年地续约，因为这样你才能赚到钱。众所周知，吸引客户比留住客户更难。使用率对注册服务机构同样非常重要，这是续约率中的关键因素。你想要留住客户，就要鼓励他们在电子邮件中使用这些域名。将域名与服务紧紧连在一起的就是这些其他服务。比如，我的电子邮件就连在这个域名

---

上。我不能失去它。或者我的网站等类似的东西。总之，使用率对注册服务机构而言也非常重要。请播放下一张幻灯片。下面是批发方面。我的公司 TUCOWS 主要是一家批发注册服务机构。我们卖给分销商，然后他们再卖给最终用户，也就是购买域名的公众。这样做的根本原因是让分销商专注于核心业务，这可能是销售域名，也很可能不是。最常见的是托管公司，但很多时候是一大堆不同的垂直行业。它可能是房地产或广告公司，也可能是 Web 开发商。我们好像还看到过一个专门销售轮胎的公司。但重点是，它允许人们建立一个业务，这个业务在某些方面可以结合域名，但不一定是核心业务。这样人们就可以从事他们最擅长的领域。另一个重点是，绝大多数销售域名的公司实际上并不是认证注册服务机构。他们是分销商。TUCOWS 的平台上有大约 36,000 家，也有其他一些大型的批发分销商。记住这一点很重要。如今，大多数域名是由大多数销售域名的公司的注册服务机构销售的。不是注册服务机构。请播放下一张幻灯片。成为一家批发注册服务机构需要面临一些有趣的挑战。因为你想要尽可能吸引更多公司，所以一般会与尽可能多地 TLD 整合。我的公司 TUCOWS 在过去 8 年左右收购了 2 家欧洲注册服务机构 ASKIO 和……。主要是因为整合不同的 TLD 能使自己变得更强大。你要确保能覆盖尽可能多地东西。有趣的是，我们的分销商能够满足注册服务机构无法满足的当地需求和地理多样性。我们的分销商几乎遍布世界上每一个国家和地区，但也有一些明显的例外。利用分销商这个机制可以向服务欠缺的市场进行销售。他们会说当地语言。他

---

们可以把域名卖给那些原本无法使用的人，让他们在国外的注册服务机构使用。分销商也能借此扩大规模。他们可以从小做起，逐渐积累。当他们有足够的受管理域名时，就可以一次直接认证一个 TLD，慢慢地成为 ICANN 认证注册服务机构，而不是从头开始做起，我认为这一种成为一个成熟的注册服务机构的阶梯。批发商一般会与分销商进行价格竞争。API 质量也是一个大的方面。API 又新又快又好，功能齐全，而且不会总是出问题。这是比较批发注册服务机构的关键因素，还有其他额外的服务，比如可以通过提供电子邮件和托管等服务来进行销售。我说完了，下面交给布露登斯 (Prudence)。

布露登斯：

我是 MarkMonitor 政府和行业关系团队的成员。我们是企业注册服务机构。请播放下一张幻灯片。格雷姆耐心地解释了批发注册服务机构和零售注册服务机构以及它们的服务和运作方式。今天我想讨论的是企业注册服务机构的情况。你可以期望从公司注册服务机构那里得到什么，与公司注册服务机构之间存在哪些微妙的差别。请播放下一张幻灯片。假设你是一家注册服务机构，这与公司注册服务机构稍微有点不同。零售注册服务机构往往服务于个人或中小型企业，而公司注册服务机构则与跨国公司合作。有时还有专门的跨国组织或法律公司，比如由不同的卫星办公室组成的律师事务所，因此这是一种不同的东西，基本上我们必须以不同的方式提供服务，因为企业不同于个人。个人注册人要建立一个业务并注册一个，也可能是

5 个或 6 个域名……而企业则要在全球范围内推出品牌、产品或服务。因此，我们想要做的或者我们往往会发现的是，我们需要在每个国家和地区获得认证才能处理这种类型的扩张。这意味着我们需要直接认证很多扩展名，才能处理企业这种全球性质的细微差别。同时也因为我们面对的是一个企业，管理注册过程的方式截然不同。一个人有了一个想法，就会通过注册一个域名来实现这个想法。而对于一个企业来说，当他们来找你，为其品牌在全球范围内注册 40 个域名的时候，在这段时间内会召开一系列会议并进行很多背景介绍，以便完成这项工作。例如，他们会召开业务会议，以协调……。还会进行审批，比如审批预算等等。我们必须意识到这一点，并在处理注册时就一系列指示进行沟通。此外，对于企业客户，我们必须有一个更高层次的方法，因为……知识产权也会影响域名组合，企业注册服务机构往往需要了解客户的知识产权，并为他们的商标和名称提供支持。所有工作都要放在一起。噢，抱歉。我会离麦克风近点。电子邮件也是如此。要能够为企业制定注册策略和注册政策。当他们准备进行域名注册时，他们可以在注册服务机构的指导下进行注册，以帮助他们浏览扩展名……这是我们企业注册服务机构的另一个要素。我们有一个咨询途径。我也会详细介绍这一点。现在，为了确保我们提供最有效的服务，我们会提供额外的注册工具来帮助我们的客户，所以正如我之前提到和暗示的那样，我们要了解客户的知识产权组合，利用知识产权、贸易、商标信息交换中心和拦截服务等，让我们的客户可以在优先注册阶段注册域名，并使用

---

商标进行独家注册，还要防止他们的商标产生多个扩展名。企业注册服务机构会使用商标……由于与企业合作有细微的性质差别，并且我们需要处理不同类型的注册项目，比如计划……、在全球协调时间发布产品，我们企业注册服务机构不像零售注册服务机构那样有自助服务模型，个人可以去门户网站申请注册或注册域名，由于涉及这么多的复杂因素和不同的情况，我们倾向于提供一个专门的支持人员或客户经理，这是一种针对公司的需求而提供的咨询途径。我们把我们的支持人员称为 CSM，CSM 需要拥有丰富的经验，比如说全球各地不同的注册要求，以及他们在技术上的效率，这样我们才能……比如 SSL 证书和其他类似性质的东西。企业注册服务机构与零售注册服务机构或批发注册服务机构之间的另一个主要区别是，我们的组合是不同的，有时你会有个人注册人，他们拥有 10 或 20 个域名组合。而对于企业，因为他们有一些不同的品牌，一些不同的产品，他们有成千上万的域名组合，成千上万的域名都有其内在价值，因为他们要处理不断变化的高流量网站，这是非常宝贵的，我们作为企业注册服务机构需要非常重视安全性。所以我们一直在和客户一起倡导内部安全实践。让他们了解注册政策是一个[听不清]，我们还将对注册管理机构采取更具战略性的办法。我们会与注册管理机构协商，以确保他们能够提供额外的支持性服务，例如注册管理机构锁定。确保他们鼓励我们的客户使用尽可能安全的域名。除此之外，我们还看到了 SSL 证书、注册锁定和[听不清]等决策性服务，我们不一定要提供广告或促销。我们会为每个企业提供量身定制

---

的服务，因为不存在 2 个完全相同的企业。总是会有微妙的差异，比如说扩张计划或计费政策等类似性质的东西，我们一般不会向公众提供域名。我们主要与企业合作，所以如果鲍勃 (Bob) 想注册域名，他不一定能直接与我们合作。但如果鲍勃隶属于一家大型企业，而该企业想注册域名，那么该企业就可以直接来和我们合作。就是这样。下一张幻灯片。这是提问部分。下一张幻灯片，因为我们有问答环节，所有我会跳过这部分，谢谢大家。如果你们有任何问题，请随时提出来。交回给格雷姆。

格雷姆·邦顿： 全都交回到唐娜那里。

唐娜·奥斯汀： 谢谢，格雷姆。接下来要对注册服务机构做个总结。你想做这件事吗？

格雷姆·邦顿： 我们只有几分钟时间了。如果有需要，大家可以看一下幻灯片。

唐娜·奥斯汀： 谢谢。感谢大家参与本次网络研讨会。我知道我们的时间很短，但如果现场有任何问题想问的话，我们会一直留意问答窗

---

格，还要感谢一些来自注册管理机构和注册服务机构的同事参加本次会议，协助回答聊天室中提出的问题，同时也谢谢大家。大家有问题吗？如果有的话可以举手。我看到有人举手了，但我不知道是谁。戴维 (David)，你举手了吗？

发言人：

我是乔纳森。我简单说两句。我们需要通过问答窗格来提问，所以如果能通过问答窗格提问，那就太好了。第二，在这些不同的介绍和讨论中，令我吃惊的是经济方面的挑战。对我们来说，在某些方面，作为运营商，这涉及域名行业中的业务，我听到格雷姆和其他人提出了一些挑战，看到商业模型的多样性是非常有趣的，当听到布露登斯谈论企业注册服务机构时，也提到了这些工作在经济学方面的多样性，这是一个专注于注册的不同方面。我对此也有很深的体会。……这是一种完全不同的商业模式。我看到聊天室里有个问题，看看有哪位同事想回答这个问题。

格雷姆·邦顿：

我是格雷姆。我来回答这个问题。简单来说，将客户从一个平台转移另一个平台是一项技术挑战。特别是在批发模型中，需要维持两个 API，因为不能强制切换。鼓励大家使用 API 是因为大家想要整合，节省开支并运行多个认证。但整合需要花费很多时间和精力。从事收购的注册服务机构当然希望尽快做到这一点。总体情况就是这样，只是需要时间和精力。



---

唐娜·奥斯汀： 谢谢，格雷姆。你之前回答过劳里·舒曼 (Laurie Schuman) 提出的关于捡漏的问题。但我又看到了一个，你还能回答吗？

格雷姆·邦顿： 谢谢。我是格雷姆。我真的不太了解捡漏业务。这可能是我的弱点，所以我觉得我在这方面不是很在行。我不知道有多少机构在从事这项业务。肯定很少。我觉得我不太能回答这个问题。聊天室里或许有了解这项业务的人可以来回答。

唐娜·奥斯汀： 谢谢，格雷姆。劳里 (Laurie)，也许你可以问问大家，可能会得到答案。我们还有 4 分钟，帕特·凯恩 (Pat Caine)，请讲。

未知发言人： 我不知道其他参与者如何访问音频。他们只能通过问答窗格提供，我们会尽可能回答。

唐娜·奥斯汀： 帕特 (Pat) 好像按错按钮了。谢谢大家，我们还有 3 分钟，我们确实希望能有多一点时间进行问答，但我们一直在关注窗格的情况，我希望大家都觉得这个环节很有帮助。这是我们作为签约方经常谈论的事情，但是我们觉得社群对这个行业的了解

还不够。我知道有一些关于这个问题的讨论可以作为网络研讨会来举行，但我认为重要的是要在 ICANN 会议期间举行。今天的出席率确实很不错。有些人不一定能经常看到，因为同时还有其他相当的会议，所以我希望大家从注册管理机构和注册服务机构的角度发现了这件事的有趣之处。如果大家喜欢，我们可以做得更多，也许未来会看到更多。过去我们总是不珍惜经常面对面召开会议的机会，我简单总结几句。注册管理机构和注册服务机构的业务在某种程度上是相互独立的，但我想这是一种共生关系。特别是随着新 gTLD 的引入，业务上会有一些摩擦，新 gTLD 注册管理运行机构希望开展与过去不同的业务。他们需要为新的事物开发解决方案，这会给注册服务机构带来了一些挑战。所以，这清楚地表明了注册管理机构和注册服务机构的业务并不是千篇一律的。他们相当多样。他们可能不是人们通常认为的样子，所以我希望大家对注册管理机构和注册服务机构的行业和市场有一个很好的了解，如果有机会的话，也许我们可以在另一次 ICANN 会议上或某个时间再来讨论这个问题。谢谢大家。衷心感谢各位发言人。你们做了很多工作和努力，花了很多时间来准备演示文稿。还要感谢卡洛斯 (Carlos) 和玛丽 (Marie) 让我们处于正确的轨道上以及整理我们的演示文稿，感谢工作人员所做的工作。谢谢大家。会议到此结束。

[会议记录结束]