

**ICANN 理事会要求  
针对竞争、消费者信任度和消费者选择的定义、  
措施及目标征集意见**

由消费者信任度工作组准备，  
供 ALAC、GAC、ccNSO 和 GNSO 审议

**背景信息**

本意见书草案旨在回应 ICANN 理事会的一项决议。该决议要求制定在启动后审核（[《义务确认书》](#)<sup>1</sup>所要求）中用于评估 gTLD 扩展计划的定义和标准。

ICANN 和美国国家电信和信息管理局 (NTIA) 于 2009 年 9 月 30 日签署了《义务确认书》(AOC)。AOC 第 3.c 条承诺“*促进 DNS 市场的竞争力，提升消费者信任度，增加消费者对该产品的选择*”。

第 9.3 条对此进行了扩充说明，并要求 ICANN “*在实施前*” “*彻底解决*” “*竞争、消费者保护、安全性、稳定性和灵活性、恶意滥用问题、主权问题，以及权利保护*”。

第 9.3 条还要求 ICANN 在授予首个新 gTLD 一年后举行一次审核，以“*以检查引入或扩展 gTLD 对促进竞争、提高消费者信任度和扩大消费者选择范围起到多大作用*”。

在针对问责制和透明度的 AOC 审核期间，机构群体的讨论涉及标准的制定，即，可用于评估 ICANN 在问责制和透明度关键面工作表现的目标措施。而且，讨论还辩称这类标准将帮助 ICANN 以实际改进绩效的方式集中管理资源。由此，部分社区群体成员鼓励 ICANN 理事会针对其他 AOC 审核和承诺建立标准，其中包括公众利益、消费者信任度、竞争及消费者选择。

由于 AOC 并没有对竞争、消费者信任度和消费者选择或其措施下定义，因此 ICANN 理事会于 2010 年 12 月作出决议，要求 ALAC、GAC、GNSO 和 ccNSO 就竞争、消费者信任度和消费者选择确立定义、措施以及这些措施的三年目标提供建议。ICANN 理事会第 2010.12.10.30 号[决议](#)<sup>2</sup>如下：

鉴于 ICANN 承诺在《义务确认书》中促进竞争、提高消费者信任度、扩大消费者选择范围

---

<sup>1</sup> 《义务确认书》：<http://www.icann.org/en/documents/affirmation-of-commitments-30sep09-en.htm>

<sup>2</sup> 针对消费者信任度的 ICANN 理事会决议：<http://www.icann.org/en/minutes/resolutions-10dec10-en.htm#6>

鉴于在新 gTLD（无论是使用 ASCII 还是其他语言字符集）运作满一年时，ICANN 承诺安排一项审核，以检查引入或扩展 gTLD 对促进竞争、提高消费者信任度和扩大消费者选择范围起到多大作用。

兹此发布决议：ICANN 理事会要求 ALAC、GAC、GNSO 和 ccNSO 提供建议，以便为域名系统中的竞争、消费者信任和消费者选择确立定义、措施以及这些措施的三年目标，2011 年 3 月 13-18 日在旧金山召开的 ICANN 国际公开会议上将对提出的这些建议进行讨论。

为响应 ICANN 理事会的决议，GNSO、ccNSO 和 ALAC 中的机构群体成员在 2011 年 6 月召开的新加坡会议上着手组建相关工作组。该工作组邀请 GAC 参与其工作，并欢迎针对此意见书草案的 GAC 回应。

消费者信任度、选择和竞争工作组首先于 2011 年 9 月 7 日得到 GNSO 委员会的特别许可。ALAC、GAC 和 ccNSO 原本也可予以正式批准（[链接](#)）<sup>3</sup>，但这并不是参与工作组的必要规定。经特许成立的草案工作组明白其目标是征集意见，以供 GNSO、ccNSO、GAC 和 ALAC 的审议。上述 ICANN 理事会决议明确要求以上各机构提供意见。各 AC/SO 可针对工作组的意见草案独立工作，而且可同意草案的全部、部分内容或全部否定意见书草案，因为这对如何回应 ICANN 理事会决议起决定性作用。

工作组明白此意见书旨在为 ICANN 理事会提供对《确认书》审核小组有用的定义、衡量标准和目标。该小组将在新 gTLD 启动一年后集会。然而，工作组了解，此意见书不能预先决定或限制《确认书》审核小组的工作范围。此外，此意见书不是为了建议政策更改或政策制定需求。

该意见书未考虑绩效考核所造成的任何潜在后果，只是尝试根据 ICANN 理事会决议确定标准。而且，任何给定标准或目标的建议并未给 ICANN 或合同签约方带来任何法律义务或责任。

工作组尽其所能忠于 ICANN 理事会决议和《义务确认书》，建议了可供考核并将有助于对新 gTLD 计划及其如何促进“竞争、消费者信任和消费者选择”进行所需评估的标准。

此外，工作组预测 ICANN 理事会可能希望及早确立定义、衡量标准和目标，以在今年评估新 gTLD 时，将其作为 ICANN 管理目标的一部分。工作组建议 ICANN 工作人员开始收集合适的评估标准，并在 ICANN 理事会处理来自 AC 和 SO 的意见时就公布基准数据。

ICANN 理事会还应考虑收集新标准的资源条件，即，内部工作人员，以及外部第三方通过调查和其他数据收集工作提供协助所带来的开支。

最后，在审核此意见书的过程中，必须在评估衡量标准时考量每个术语的定义。这二者互为补充，如果单独进行考量，相关语境可能会丢失。

---

<sup>3</sup> 消费者衡量标准章程：<https://community.icann.org/display/CMG/3.++WG+Charter>

## 意见书范围

工作组章程对意见书的范围进行了限制，引用了根据《义务确认书》的要求就定义和衡量标准征求意见以对 gTLD 扩展进行审核的 ICANN 理事会决议。

从互联网最终用户的角度出发，工作组承认通过其规定的有限范围只能评估部分选择。考虑到这一点，对选择的全面审查不仅要衡量注册管理机构和注册服务商的多样性，还要审查用户可用于无需了解 TLD 或根本无需直接使用 DNS 而访问互联网资源的选项。

访问互联网内容和服务的替代方法（手机应用程序、搜索引擎、社交门户网站、QR 码等）日益普及，并且本身在创新和竞争力方面对 ICANN 监管的 TLD 造成了威胁。因此，应在与 ICANN 相关的消费者信任度、消费者选择和竞争方面对其进行全面评估，尤其是对于普通和新的 gTLD。

政府咨询委员会 (GAC) 此前已表明了自己的观点，即任何 gTLD 扩展的收益应超出其成本。在对意见书草案提出的建议中，美国政府重申了这一立场，建议工作组制定足以评估扩展计划的实际收益和成本的衡量标准。工作组指出，ICANN 理事会决议和《义务确认书》均未要求对扩展的收益与成本进行全面评估和比较。然而，工作组制定了许多衡量标准，提供了有关 gTLD 扩展计划的收益和成本的有用数据。

## 工作组的机构群体代表

消费者信任度、选择和竞争工作组根据《义务确认书》的要求对审核新 gTLD 计划的 ICANN 理事会决议做出了回应。工作组参与者和 ICANN 工作人员的姓名列在附件 A 中。此列表包括 ALAC、CBUC、IPC、NCSG、RySG、RrSG、NCA 小组的代表以及个人参与者。

工作组已达成共识，如《工作组指南》<sup>4</sup>中定义的：“共识 — 指一种立场，即除少数成员之外大部分都予以认同”。附录 C 中列出了两名工作组成员的反对意见，以及另一名工作组成员对此反对意见的回复。

## 制定此意见书的流程

工作组于 2011 年 6 月在新加坡会议之后开始定期召开会议。工作组成员起草了一份章程，规定了 ICANN 理事会征求意见的所有机构群体小组需要考虑的注意事项。该章程于 2011 年 9 月 7 日获得 GNSO 的批准，可在[此处](#)<sup>5</sup>查看。

除了其两周一次的电话会议外，工作组还在几届 ICANN 会议上召开了公开讨论会议，包括向 GNSO 委员会做出的例行简报。布拉格会议期间，工作组在其公开会议上向 GAC 提交了一份简报。

---

<sup>4</sup> GNSO 工作组指南：<http://gns0.icann.org/council/annex-1-gns0-wg-guidelines-08apr11-en.pdf>

<sup>5</sup> 消费者衡量标准章程：<https://community.icann.org/display/CMG/3.++WG+Charter>

此意见书的初步草案在 2012 年 2 月 22 日获得工作组的批准，并提交给 ICANN 工作人员用于征询公众意见。工作组评估并考量了收到的意见，构建了此意见书终稿并将其提交给 ICANN 理事会。此意见书还将发送给 ALAC、GAC 和 ccNSO 以供参考，因为他们也可能会根据 ICANN 理事会 2010 年 12 月的决议制定意见书。

## 关于定义的建议

工作组一开始就针对 DNS 和 ICANN 的 gTLD 扩展计划考虑了消费者信任度、竞争和消费者选择的定义。作为门槛问题，工作组对*消费者*的定义如下，这对三个定义的术语中的两个都至关重要。

**消费者**定义为：实际和潜在的互联网用户和注册人。

与《义务确认书》一致，这一*消费者*的定义旨在关注扮演互联网用户或域名注册人角色的任何人或任何实体的利益。

该定义的重点并非在于实体的本质，而是在于他们使用 DNS 进行解析或注册域名时所扮演的角色。因此，任何实体都可以被视为消费者，包括个人、企业、政府、非盈利性组织等。如果任何这些实体在 DNS 中还扮演着其他角色（如注册管理执行机构或注册服务商），那么他们的利益与此定义无关。

包括*消费者*的上述定义，工作组还建议为 AOC 和 ICANN 理事会决议中的关键词给出以下定义：

**消费者**定义为：实际和潜在的互联网用户和注册人。

**消费者信任度**定义为：消费者对域名系统的信心。这包括：(i) 对域名解析一致性的信任度；(ii) 对 TLD 注册管理执行机构实现其提出的目的并遵守 ICANN 政策及适用的国家法律的信心度；以及 (iii) 对 ICANN 合规性职能部门的信心度。

**消费者选择**定义为：在域名文字和语言以及就域名注册人提出的目的和完整性提供有意义选择的 TLD 方面，可供用户选择的范围。

**竞争**定义为：TLD、TLD 注册管理执行机构和注册服务商在实际市场竞争方面的数量、多样性和可能性。

关于这些定义的说明：

说明 1。“消费者”这一术语专门用在组建该工作组的《义务确认书》和 ICANN 理事会决议中。工作组将“消费者”定义为“实际和潜在的用户和注册人”。一些意见反馈者认为，在所有出版物中使用的正确术语应为“互联网用户”而不是“消费者”，无论其是否为注册人，“消费者”都是“互联网用户”。

说明2。“消费者信任度”定义具有三个方面的内容：

第一，对于在电子邮件地址、应用程序和网页浏览中引用的域名，互联网用户需要对解析这些域名的可靠性和准确性有信心。

第二，域名注册人需要对其选择的 TLD 注册管理机构会实现其提出的目的并保证提供满意的选择有信心。例如，一家致力于将注册迁至 .bank gTLD 的银行希望能够相信 .bank 会实现其仅允许合法银行使用该域名的承诺。注册人还相信 ICANN 会督促 gTLD 运营商履行其承诺，并遵守 ICANN 政策及任何适用的国家法律。

第三，消费者需要对注册管理机构运营商和注册服务商努力减少注册滥用、确保尊重知识产权、防止欺诈、犯罪和其他非法行为有信心；并对 ICANN 实施为防止这些滥用而施加给注册管理机构运营商和注册服务商的要求有信心。如果消费者认为新的 gTLD 无法阻止这些滥用，消费者将对域名系统失去信任。

信任者 (信任行为的实施者)	受信者 (被信任方)	方面 (信任的范围)
注册人和用户（在《义务确认书》中称为“消费者”）	整个域名系统	所有方面，包括域名解析的一致性
	TLD 注册管理执行机构	实现其提出的目的并遵守 ICANN 政策及适用的国家法律
	ICANN、注册管理机构运营商和注册服务商	努力减少域名系统的滥用情况
	ICANN	能够实施施加给注册管理机构运营商和注册服务商的要求，包括尊重知识产权和避免/努力减少欺诈、犯罪或其他非法行为。

说明3。只有少数工作组成员反对将“国家法律”纳入“消费者信任度”的定义中。提倡纳入该词的成员认为政府和 GAC 希望 ICANN 及其合同签约方尊重适用的国家法律，引用 ICANN 基础文件几处说明：

- 《组织条例》：“企业应从整个互联网机构群体的利益出发开展运营，根据相关国际法律及适用的国际公约和地方法律原则开展活动”
- 《申请人指南》：“国家法律”可在政府异议、GAC 提前警告和/或 GAC 建议中被引证
- 《义务确认书》：“9.3.1 此外，ICANN 还承诺在适用法律许可范围内强制实施与 WHOIS 相关的现有政策”
- 《章程》：对于 ccTLD：“指出这些政策与 ccTLD 管理机构适用的法律存在冲突”

此外，欧洲委员会的一套 2011 年工作文件中也说明了国家法律的重要性，指出新 gTLD 计划将由政府通过政治角度进行判断。

说明 4。在“消费者选择”定义中，注册人的“有意义”选择是指注册人可以在与其域名相关且价格合理的 TLD 之间进行选择，并预计注册管理执行机构能够提供较高的服务质量。对于互联网用户，“有意义”选择的作用在他们挑选诸如搜索结果、参考、广告所显示的竞争性超链接时表现得十分突出，因为这时 TLD 能够提供链接资源的背景、内容和质量的相关信息。

说明 5。竞争与消费者选择的概念密切相关。工作组采纳了以下区分：很明显，消费者选择体现在可供注册人和用户选择的 TLD 的质量和多样性方面。而当多家供应商就他们所提供 TLD 的质量、价格和多样性展开竞争时，竞争就是显而易见的。竞争可能表现为各种形式，其中之一是价格，但机构群体不应从一开始就认为新 gTLD 空间中的竞争法则仅仅基于价格。除价格变动外，竞争还可能基于安全、滥用保护以及注册管理机构选择提供的其他差异性服务。

说明 6。“竞争”的定义涉及所有 TLD，并不仅仅是 gTLD。工作组认识到，ccTLD 也是 gTLD 的潜在竞争者。

说明 7。竞争会提高生产效率，并给消费者带来好处，如定价、运营质量、服务和消费者选择方面的改善。但是，新 gTLD 的激增也会以网络犯罪、欺诈、消费者混淆和保护性注册等形式给消费者和其他市场参与者带来成本，目前尚不清楚竞争或其他控制是否会消除或大幅减少这类成本。

说明 8。所有定义都是单独提供的。但是，必须全面考量这些定义才能确定“引入或扩展 gTLD 对竞争、用户信任度和用户选择的提升程度”（《义务确认书》第 9.3 段）。

## 关于定义的术语的衡量标准和 3 年目标的建议

ICANN 理事会决议要求对这三个定义的术语的衡量标准提出建议。以下是工作组建议的衡量标准，包括说明评估获取和报告每个衡量标准的难度的各栏以及数据来源。衡量标准的范围仅包括一级和二级域名注册。三级和更高级别的域名注册不在该范围之内，使用《申请指南手册》中列出的地理名称除外。

ICANN 理事会决议还要求对这些衡量标准的 3 年目标提出建议。对于一些衡量标准，适当的目标可能会改进目前扩展 gTLD 空间的绩效。对于 URS 投诉等另一些衡量标准，在目前扩展 gTLD 环境中可能没有对应的等效数据。

工作组建议 ICANN 理事会要求 ICANN 工作人员为所有适合目前扩展 gTLD 空间的衡量标准制定基线值，以便根据相对于目前绩效的更改情况制定未来目标。**例如**，新 gTLD 的 UDRP 投诉的 3 年目标可以如下制定：

目标类型	UDRP 投诉目标的理论示例
每年所有新 gTLD 的总数	新 gTLD 的 UDRP 投诉的总数每年应少于 1000。
新 gTLD 的事件发生率（每 1000 个注册）	新 gTLD 的 UDRP 投诉率（每 1000 个注册）应小于 1。
相对于之前的时期	2015 年新 gTLD 的 UDRP 投诉数量应小于 2014 年 UDRP 投诉数量的 10%。
相对于旧 gTLD	2015 年，新 gTLD 的 UDRP 投诉率（每 1000 个注册）应比旧 gTLD 的投诉率低 50% 以上。

根据 ICANN 理事会决议要求，工作组还建议在信息足以提出适当目标的情况下为衡量标准指定 3 年目标。关于衡量标准表格中使用的术语的说明：

- “旧 gTLD”指在目前扩展之前运营的 gTLD。（即 2012 年 1 月之前）
- “注册管理执行机构”指与 ICANN 签订合同运营 gTLD 的实体。
- “注册管理机构服务提供商”指为注册管理执行机构提供全面的后台技术运营的第三方实体。此术语并不包括后方紧急注册管理执行机构 (EBERO)。
- 特定衡量标准的“相对事件”会按每个评估的 gTLD 区域的注册总数划分原始数据。这样是为了利用建议较大或更大的 gTLD 的经验将小的或新的 gTLD 放在可比较的基础上。
- “获取”指收集表格中每个衡量标准所需的原始数据的可行性和难易程度。
- “报告”指在汇编和公开表格中的每个衡量标准时所面临的挑战。

### 消费者信任度的衡量标准

此处重复“消费者”和“消费者信任”的定义以供参考：

**消费者**定义为：实际和潜在的互联网用户和注册人。

**消费者信任度**定义为：消费者对域名系统的信心。这包括：(i) 对域名解析一致性的信任度；(ii) 对 TLD 注册管理执行机构实现其提出的目的并遵守 ICANN 政策及适用的国家法律的信心度；以及 (iii) 对 ICANN 合规性职能部门的信心度。

消费者信任度的衡量标准	来源	获取和/或报告的预期难度	3 年目标
<b>关于对注册和解析的信心度的衡量标准：</b>			
[1.1] DNS 服务可用性 %。（目前 SLA 为 100%）	ICANN	无说明	100%
[1.2] 注册数据目录服务 (RDDS) 的可用性 %。（SLA 为 98%）	ICANN	无说明	98%
[1.3] 共享注册服务 (SRS, 使用 EPP) 的服务可用性 %。（SLA 为 98%）	ICANN	无说明	98%

消费者信任度的衡量标准	来源	获取和/或报告的预期难度	3 年目标
[1.4] 相对于 gTLD 扩展之前的经验，对 DNS 的已知消费者信任度进行调查。调查至少会衡量下述几个方面：对网络钓鱼、由网域商代管并投放广告的网站、恶意软件和垃圾邮件的经验；对新 gTLD 的困惑；用户在到达有意义的二级 TLD 方面的体验；注册人使用其他 gTLD 的体验；注册人和互联网用户在应对域名恶意抢注问题方面的经验。调查将每两年进行一次（两年一度）。	调查供应商	对调查问题获得一致意见的难度一般。 调查成本约为 10 万美元。	应显示所有调查衡量标准的改进情况
[1.5] WHOIS、联系信息和投诉等注册服务商服务的正常运行时间 %，假设在新 RAA 中为这些衡量标准建立 SLA。	注册服务商	对注册服务商汇编和披露正常运行时间统计数据存在疑虑（除非 RAA 要求）	RAA 中的 SLA
<b>关于对 TLD 运营商实现其做出的承诺并遵守 ICANN 政策及适用的国家法律的信心的衡量标准（见第 6 页说明 3）：</b>			
[1.6] 向注册管理执行机构发布的违规通知的相对事件（对于合同或政策合规性问题）。应统计所有违规相关的通知。	ICANN	无说明	明显低于旧 gTLD 中发生的相对事件
[1.7] 向注册服务商发布的违规通知的相对事件（对于合同或政策合规性问题）。应统计所有违规相关的通知。	ICANN	无说明	明显低于旧 gTLD 中发生的相对事件
[1.8] 提交到 ICANN Internic 系统的注册管理机构和注册服务商普通投诉的数量。	ICANN	可能难以根据现有 Internic 数据与新系统的对比确立基线	低于旧 gTLD 中发生的相对事件
[1.9] UDRP 和 URS 的联合投诉的相对事件。由于仅新 gTLD 中需要 URS，因此 UDRP 和 URS 的联合投诉应与旧 gTLD 中的 UDRP 投诉进行比较。	RPM 提供商	获取数据的难度一般	低于旧 gTLD 中发生的 UDRP 相对事件
[1.10] UDRP 和 URS 联合违背注册人的决策的相对事件。	RPM 提供商	获取数据的难度一般	低于旧 gTLD 中发生的 UDRP 相对事件



消费者信任度的衡量标准	来源	获取和/或报告的预期难度	3 年目标
<p>[1.11] 知识产权索赔的数量及与新 gTLD 相关的域名监管成本，在新 gTLD 授权之前以及 1 年和 3 年之后立即评估。</p> <p>发生的域名知识产权案件不得包括 UDRP/URS 申请，这属于消费者信任度衡量标准的主题。</p> <p>(1) 应衡量发生在以下 3 个领域的真诚提出的知识产权索赔的相对事件：</p> <p>    关于新 gTLD 中二级域名针对注册人的知识产权索赔；</p> <p>    关于新 gTLD 中二级域名针对注册服务商的知识产权索赔；</p> <p>    关于二级域名和 TLD 针对新 gTLD 注册管理机构的知识产权索赔。</p> <p>(2) 获取方由于侵犯或以其他方式违反知识产权而获取的二级域名的数量</p> <p>(3) 知识产权所有者进行域名监管和执行工作的成本。</p>	<p>专注知识产权的实体</p>	<p>专注知识产权的实体（如 INTA、AIPLA 等）提交的独立报告或进行的调查</p> <p>难以确定可靠而又无偏见的来源。</p> <p>如果进行调查或采样，数据必须具有统计意义。保密和法律限制可能要求通过第三方进行数据收集以及匿名/集中报告。</p> <p>提案：就参与的兴趣和意愿对知识产权组织进行民意测验，帮助为此调查/研究筹措资金。</p>	<p>在此期间内逐渐减少</p>
<p>[1.12] 注册管理机构限制争议解决程序 (RRDRP) 引发的违背注册管理执行机构的决策。</p>	<p>RRDRP 提供商</p>	<p>无说明</p>	<p>无负面决策</p>
<p>[1.13] 对适用的国家法律的合规性顾虑的数量，包括报告的数据安全违规。</p>	<p>LEA/GAC</p>	<p>困难，因为执法部门和政府可能不会报告此数据</p>	<p>第 2 到 3 年事件逐渐减少</p>
<p>[1.14] 域名滥用的数量和相对事件，包括执法机构要求的滥用。</p>	<p>注册管理机构， LEA</p>	<p>获取和报告的难度一般</p>	<p>明显低于旧 gTLD 中发生的事件</p>
<p>[1.15] 来自新 gTLD 中的域的垃圾邮件的数量和相对事件，这可以通过专用电子邮件地址和方法进行衡量。</p>	<p>SpamHaus</p>	<p>无说明</p>	<p>明显低于旧 gTLD 中发生的事件</p>
<p>[1.16] 新 gTLD 的钓鱼网站导致的欺诈交易的数量和相对事件。</p>	<p>APWG/ LEA</p>	<p>无说明</p>	<p>明显低于旧 gTLD 中发生的事件</p>
<p>[1.17] 检测到的使用新 gTLD 的钓鱼网站的数量和相对事件。</p>	<p>APWG/ LEA</p>	<p>无说明</p>	<p>明显低于旧 gTLD 中发生的事件</p>
<p>[1.18] 检测到的使用新 gTLD 传播的僵尸网络和恶意软件的数量和相对事件。</p>	<p>APWG/ LEA</p>	<p>数据来源尚不清楚。据 APWG 称，可能需要 LEA 提供帮助</p>	<p>明显低于旧 gTLD 中发生的事件</p>

消费者信任度的衡量标准	来源	获取和/或报告的预期难度	3 年目标
[1.19] 发现交易或散布用于身份欺诈的身份和帐户信息的站点的数量和相对事件。	LEA/ 政府	将需要政府/LEA 提供帮助	明显低于旧 gTLD 中发生的事件
[1.20] 对新 gTLD 的错误、无效或可疑的 WHOIS 记录的投诉的数量和相对事件。	ICANN	无说明	明显低于旧 gTLD 中发生的事件
[1.21] 新 gTLD 区域出错（如逗号被点号代替、无效 IP 地址、怪异的域名等）的相对事件。	ICANN	获取和报告的难度一般	明显低于旧 gTLD 中发生的事件
[1.22] 在新 gTLD 申请的问题 18 中提出的使命和目的与 gTLD 当前的实际使用情况的定性比较。	ICANN	无说明	无目标；仅进行比较

说明：一些公众意见认识到，ICANN 是注册管理机构和注册服务商合约的合约对方。消费者信任度将不仅基于行业参与者及其在市场中的活动，而且基于 ICANN 的行为和运营。行业参与者和消费者全部需要能够依赖对关键互联网功能（由 ICANN 负责监督）的稳定、安全且可预测的监管。因此，ICANN 在合同合规性方面的表现将对消费者信任度产生影响。有鉴于此，可能有必要将某些 ICANN 合规性绩效衡量标准包括在总体标准框架之内。

### 消费者选择的衡量标准

此处重复“消费者”和“消费者选择”的定义以供参考：

**消费者**定义为：实际和潜在的互联网用户和注册人。

**消费者选择**定义为：在域名文字和语言以及就域名注册人提出的目的和完整性提供有意义选择的 TLD 方面，可供用户选择的范围。

消费者选择的衡量标准	来源	获取和/或报告的预期难度	3年目标
<b>gTLD 注册管理机构利益和限制必须清晰透明，以便注册人和用户在选择 TLD 时能够清楚区分。</b>			
[2.1] 注册管理机构网站应清楚披露利益和限制。	注册管理机构网站的审核	审核注册管理机构提供的各个 gTLD 的条款与条件的难度一般。	所有注册管理机构都应披露（例如，ICM 的 .xxx <a href="#">披露信息</a> <sup>6</sup> ）
[2.2] 注册服务商网站应清楚披露其提供的各个 TLD 的条款与条件中的 gTLD 利益和限制。	注册服务商网站的审核	审核注册服务商提供的各个 gTLD 的条款与条件的难度一般。	所有注册服务商应对所有提供的 TLD 进行披露
[2.3] gTLD 注册管理机构利益和限制应能够被注册人和用户理解。	注册管理机构和注册服务商网站；调查	对注册人和用户进行调查可评估清晰度。	所有披露信息都应使用“通俗语言”
[2.4] 相对于 gTLD 扩展之前的经验，对 DNS 的已知消费者选择进行两年一度的调查。（上文说明了与消费者信任度调查同时进行的调查） 调查应评估新 gTLD 的公众认知。调查还应衡量保护性或重复注册的成本。调查应评估使用新 gTLD 的动机、目的和满意度。	调查 供应商	对调查问题获得一致意见的难度一般。 调查成本约为 10 万美元。	应显示所有调查衡量标准的改进情况

<sup>6</sup> ICM 的披露信息：<http://www.icmregistry.com/about/sponsored-community/>

消费者选择的衡量标准	来源	获取和/或报告的预期难度	3 年目标
<i>在文字和可适用国家法律方面可供注册人和用户选择的选项范围</i>			
[2.5] 使用 IDN 文字或语言（英语除外）的 TLD 的数量。	注册管理机构网站	无说明	相对于 2011 年，使用 IDN 文字或语言（英语除外）的 TLD 的数量有所增加
[2.6] 提供 IDN 文字或语言（英语除外）的注册服务商网站的数量。	注册服务商网站	无说明	相对于 2011 年，使用 IDN 文字或语言（英语除外）的注册服务商的数量有所增加
[2.7] IDN 相对于使用每种文字或语言的 gTLD 总数的百分比应与使用每种特定语言或文字的用户百分比进行比较。	注册管理机构网站及通过统计判断语言或文字使用者的数量	必须确定每种语言或文字的使用者数量的可靠来源	IDN 的百分比在一段时间内应更接近于使用该文字的人口百分比
[2.8] 新 gTLD 注册管理执行机构所依据的不同国家法律制度的数量。	注册管理机构网站	不难，就当每个国家都拥有单独的法律制度	新 gTLD 的选择数量大于旧 gTLD 的选择数量

消费者选择的衡量标准	来源	获取和/或报告的预期难度	3 年目标
<p><i>用于评估之前的注册人是否主要出于保护性目的而选择新 gTLD 的衡量标准。每种衡量标准都是保护性注册的潜在指标，但不是准确的指标。必须联合而不是单独考量这些衡量标准。目标将适应保护性注册可能出现的过度统计问题。</i></p>			
<p>[2.9] 保护性注册不算作是对注册人可用的选择的改进。在此衡量标准中，“保护性注册”属于预注册和域名阻止情况。衡量每个新 gTLD 的（预注册和域名阻止情况）在总注册量中的份额。</p>	<p>预注册结束时的区域速览</p>	<p>可获得，因为注册管理机构必须在开放注册开始前公布区域</p>	<p>预注册后的注册量大于总注册量的 85%。 预注册后的注册量应逐渐增加</p>
<p>[2.10] 在扩展之前，在旧 TLD 中已有相同域名的新 gTLD 注册的相对份额。在此衡量标准中，将重定向到旧 TLD 中的域名的注册计算在内。</p>	<p>区域数据</p>	<p>在授权新 gTLD 之前，需要所有旧 gTLD 区域的速览</p>	<p>“重定向”注册量小于所有新注册量的 15%； 这一百分比应逐渐降低</p>
<p>[2.11] 进行自动分析或网上调查，以确定新 gTLD 中“重复”注册的数量。在此衡量标准中，“重复”注册是指注册人报告的与旧 gTLD 拥有（和仍然保留）相同域名的注册。</p>	<p>网上调查</p>	<p>可获得，使用 ICANN 或外部调查工作和建议</p>	<p>“重复”注册量小于所有新注册量的 15%； 这一百分比应逐渐降低</p>

消费者选择的衡量标准	来源	获取和/或报告的预期难度	3 年目标
<b>新 gTLD 中消费者选择的其他衡量标准</b>			
[2.12] 衡量所有新 gTLD 中的注册人增强的地理多样性，作为 gTLD 扩展提供的新选择的体现。（不计算隐私/代理注册或未解决的注册）	区域和 WHOIS 数据	工作组已探索但尚未发现地理多样性的指数或统计衡量标准	此多样性应高于旧 gTLD 的多样性；多样性应比上一年有所增强
[2.13] 进行调查或研究，以确定用户通过不会披露 TLD 的工具访问互联网资源的频率。（例如，不显示 URL 的 QR 码、搜索结果、应用程序等）	网上调查或实证研究	用户调查可能过于主观，因而无法提供相关数据。请参阅上文（第 13 页）提及的消费者选择用户调查	无目标
[2.14] 相对于 gTLD 扩展之前的经验，对已知消费者选择进行两年一度的调查（将与第 8 页建议的消费者信任度调查同时进行）。调查应评估新 gTLD 的公众认知。调查还应衡量保护性或重复注册的成本。调查应评估使用新 gTLD 的动机、目的和满意度。	网上调查或实证研究	用户调查可能过于主观，因而无法提供相关数据。请参阅上文（第 13 页）提及的消费者选择用户调查	应显示所有调查衡量标准的改进情况
[2.15] 网站流量是一个信任度、选择和竞争指标。新 gTLD 中的用户流量应与旧 gTLD 中当时的用户流量进行比较。如果无法获取综合流量数据，则应进行抽样。	DNS 捕捉工具（如 Alexa）	需要研究并确认数据来源	进行比较，以说明新 gTLD 流量相对于旧 gTLD 流量的增长情况

## 竞争的衡量标准

此处重复“竞争”的定义以供参考：

**竞争**定义为：TLD、TLD 注册管理执行机构和注册服务商在实际市场竞争方面的数量、多样性和可能性。

竞争的衡量标准	来源	获取和/或报告的预期难度	3 年目标
[3.1] 扩展前 <sup>1</sup> 后的 TLD 总数，假设 gTLD 和 ccTLD 在竞争同一注册人。	ICANN	无说明	在 2011 年增加 2 倍 (311 <sup>1</sup> )
[3.2] 扩展前后的 gTLD 数量 <sup>2</sup> 。	ICANN	无说明	在 2011 年增加 10 倍 (18 <sup>2</sup> )
[3.3] 扩展前后唯一的 gTLD 注册管理执行机构 <sup>3</sup> 的数量。	ICANN	无说明	在 2011 年增加 2 倍 (14 <sup>3</sup> )
[3.4] 扩展前后唯一的 gTLD 注册管理服务提供商 <sup>4</sup> 的数量。	ICANN 和注册管理执行机构	无说明	在 2011 年增加 2 倍 (6 <sup>4</sup> )
[3.5] 扩展前后注册服务商的数量 <sup>5</sup> ，以及注册服务商所在国家或地区的表征。	ICANN	无说明	无目标； 与 2011 年相比 (1000 <sup>5</sup> )
[3.6] “新成员”管理的新 gTLD 注册管理机构的相对份额。在此衡量标准中，“新成员”是指由未运营旧 gTLD 的注册管理执行机构管理的 gTLD。“新成员”是其所有权不属于旧 gTLD 注册管理机构的所有者的成员。	ICANN； 新 gTLD 的区域文件	获取难度一般。	无目标，但新成员应运营相当比例的新 gTLD
[3.7] 为评估新 gTLD 对竞争的影响，应衡量每个 gTLD 和 ccTLD 每周或其他时间间隔内二级域名注册的数量。应与这些数据一起提供 TLD 属性（例如，开放/关闭的注册、运营国家/地区、单一注册人等）。	区域文件和/或第三方	无说明	无目标
[3.8] 新 gTLD 空间中“唯一”二级域名注册的数量，在该空间中，同一字符串不会在每周或其他时间间隔内显示为任何其他 TLD 中的注册（与在“消费者选择”调查中确定的网站流量一起分析的数据）。	区域文件和/或第三方	无说明	无目标

竞争的衡量标准	来源	获取和/或报告的预期难度	3 年目标
<b>有关域名注册价格的衡量标准（参见附录 B 的法律声明）</b>			
[3.9] 向公众提供的新 gTLD 域名的 <i>批发</i> 价格。（不算限制注册人的 gTLD）。	第三方供应商收集的注册管理机构和注册服务商数据	难以获取。 （参见附录 B 的法律声明）	无目标；与 2011 年和不受限制的旧 gTLD 相比
[3.10] 向公众提供的新 gTLD 域名的 <i>零售</i> 价格。（不算限制注册人的 gTLD）。	第三方供应商收集的注册管理机构和注册服务商数据	难以自动收集。 （参见附录 B 的法律声明）	无目标；与 2011 年和不受限制的旧 gTLD 相比
[3.11] 对通过使注册人和用户从中受益的创新开展的非价格竞争的定性评估，特别针对所服务的新兴市场。	研究	ICANN 研究的成本通常为 10-20 万美元。	无目标



## 附录 A

工作组成员：

Jonathan Zuck — IPC/工作组主席（接替者）  
Rosemary Sinclair — NCSG/工作组主席（前任）  
John Berard — 工作组的 CBUC/GNSO 联系人  
Olivier Crepin-Leblond — ALAC  
Steve DelBianco — CBUC  
Carlos Dionisio Aguirre — NCA  
Alex Gakuru — NCSG  
Michael Graham — IPC  
Cheryl Langdon-Orr — ALAC  
Evan Leibovitch — ALAC  
Tobias Mahler — 个人  
Jonathan Robinson — RySG  
Tim Ruiz — RrSG  
Wendy Seltzer — NCSG

ICANN 工作人员：

Berry Cobb  
Gisella Gruber  
Julie Hedlund  
Margie Milam  
Brian Peck  
Nathalie Peregrine  
Paul Redmond  
Michael Salazar  
Maguy Serad

[工作组参与度记录的链接](#)<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> 工作组参与度记录：<http://community.icann.org/display/CMG/WG+Attendance+Log>

## 附录 B

### 关于收集域名价格的非公开数据的 ICANN 法律部声明。

在为竞争制定衡量标准时，工作组就收集和发布批发和零售域名价格的数据向 ICANN 法律部征询了意见。ICANN 法律部的回应如下。

感谢开展这些有建设性的工作来满足理事会对机构群体就此消费者衡量标准问题提供帮助的要求。该团队清楚地考虑了消费者选择的诸多方面，并且对提出的衡量标准的广度也考虑周详。尽管我们不想限制提议的工作，但总顾问办公室还是对消费者衡量标准中收集与价格相关的信息存在顾虑。就此收集和比较非公开的价格相关信息存在反垄断方面的问题，特别是在市场参与者可能会访问收集的信息的情况下。这并不意味着限制工作小组审核通过引入新 gTLD 来制造竞争的可能方式，而是避免机构群体的讨论延伸到可能会引发反竞争行为问题或导致施加反竞争限制结果的内容。

ICANN 目前不赞成向其注册管理机构和注册服务商收集非公开价格信息。要求合同签订方提交非公开价格信息会改变 ICANN 与其合同签订方的关系，并对 ICANN 作为此编制的机密信息的持有者带来风险。此外，根据《义务确认书》的要求，审核小组成员不只有 ICANN。现在或将来对 TLD 行业感兴趣的任何人都有可能成为小组成员。如果拥有整个行业的非公开价格信息（最初并非从 ICANN 获得的信息）的审核小组成员存在潜在的反竞争行为，即使对信息的使用进行了限制，也会对整个 ICANN 带来重大风险。

在考虑价格相关信息时有一个顾虑，即信息是否公开，将来的审核结果是否可能会导致有关价格的建议。在此情况下，不建议考虑任何有关价格的建议，因为这会引起法律和问责制问题。ICANN 不鼓励提出法律上不可行的建议。这种结果不符合您的团队、审核小组或 ICANN 的需求。我们期待在您完成工作的过程中与您合作继续就此问题提供指导。

*说明：在感谢法律部提出这些顾虑之余，工作组还表示本意见书草案中提议的任何衡量标准均不要求 ICANN 提出任何有关注册服务商和注册管理机构如何为其域名定价的建议。*

*本意见书也不假定 ICANN 本身由于其合同方角色将负责收集或公布任何保密数据。可以雇用第三方根据保密条款来收集数据，然后集中和/或使用匿名标签报告结果。*

## 附录 C

以下是来自非商业性利益主体组织的 **Wendy Seltzer** 和 **Alex Gakuru** 提出的反对意见：

NCSG 认为，许多“消费者信任度”衡量标准都基于一个错误的前提，即 gTLD 应是可预测的，而不是开放用于创新且意想不到的新用途。

这些衡量标准误将一个平台 — gTLD — 作为最终产品。平台的主要价值在于其生产性 — 其被第三方用于新的、意想不到的用途的能力。准确来说，由于多数创新都是无法预料的，因此，无法通过一组衡量标准对其进行预测。而且，中间方控制其平台的动机将转变为对最终用户自由表达和创新的限制。

我们不希望在一张打印纸上讨论“信任度”，因为任何人都可以在这张纸上制作海报，同样，我们也不会要求道路系统询问其司机在到达目的地后计划做些什么，因此，我们不应基于用户活动来判断 DNS 注册管理机构。

ICANN 计划对 gTLD 成功目标进行的审核不应影响利用各种服务相关的市场决策。

具体而言，NCSG 不赞成 gTLD 级别第二组“信任度”衡量标准 — “关于对 TLD 运营商实现承诺并遵守 ICANN 政策及适用的国家法律的信心的衡量标准”：即 1.9、1.10、1.11、1.13、1.14、1.15、1.16、1.17、1.18、1.19、1.20。而且，将未经验证的投诉作为衡量标准（1.9、1.11、1.20）的基础也是不恰当的。

分开来讲，NCSG 不赞成为“重定向”、“重复”（2.10、2.11）和“流量”（2.15）衡量标准设定目标。所有这些标准均假定使用新 gTLD 是为了向不同相关方提供相同类型的服务，而某些标准却可用于向包括现有注册人在内的各方提供不同服务。

以下是来自 ALAC 的 **Evan Leibovitch** 对上述反对意见的电子邮件回复：

*2012 年 8 月 12 日 14:44，Wendy Seltzer <wendy@seltzer.com> 写道：  
具体而言，NCSG 不赞成 gTLD 级别第二组“信任度”衡量标准 —  
“关于对 TLD 运营商实现承诺并遵守 ICANN 政策及适用的国家法律  
的信心的衡量标准”：即 1.9、1.10、1.11、1.13、1.14、1.15、1.16、  
1.17、1.18、1.19、1.20。而且，将未经验证的投诉作为衡量标准  
（1.9、1.11、1.20）的基础也是不恰当的。*

不妨暂时这样说…

本组织中的许多成员都知道，我一直是一名更持怀疑态度的参与者，从一开始我就非常担心有关明显缺乏非注册人最终用户的问题。我非常感谢自那以来组织（特别是 Olivier 和 Cheryl）为解决我担心的问题所做的工作，尤其是在前言中所做的更改，特别是添加了 2.13 等针对用户的衡量标准。

同时，我希望确认，从公共利益（甚至是“对 DNS 的公众信任”）的角度看，1.10、1.13、1.16、1.17、1.18、1.19 等衡量标准都至关重要，可帮助建立公众自信，即域名系统的增长并不会伴随着攻击和欺诈互联网最终用户机会的增加。

（话虽如此，但我完全同意 Wendy 的以下观点，即与那些已证实的投诉相比，为未经验证或未经证实的投诉的分配的价值应小得多，或者最好是完全放弃这些投诉。在证实之前应假定投诉是不存在的。投诉量的增长只是表示对合法站点骚扰的增加 — 只有在作为对注册人进行骚扰的衡量标准时，“投诉”衡量标准才有其用处。）

*分开来说，NCSG 不赞成为“重定向”、“重复”（2.10、2.11）和“流量”（2.15）衡量标准设定目标。所有这些标准均假定使用新 gTLD 是为了向不同相关方提供相同类型的服务，而某些标准却可用于向包括现有注册人在内的各方提供不同服务。*

在衡量标准 2.10 和 2.11 方面，我并不赞同 Wendy 的看法。虽然这些标准并不适用于每一种分析，但多数情况下，它们确实能够解决普遍（我认为是在草根级别）投诉问题，即 gTLD 扩展是一种“勒索性”尝试，以强制现有域名所有者购买他们并不需要（但必须“留下备用”）的域名。这些衡量标准可用于指示保护性域名购买需求认知方面的趋势。

至于衡量标准 2.15，我认为我赞同 Wendy 的观点。就其本身而言，我并不认为流量是一个与信任度或信心有太大关系的衡量标准。

— Evan

## 尾注

<sup>1</sup> IANA.org db (<http://www.iana.org/domains/root/db>)。扩展前有 311 个 TLD，假设 gTLD 和 ccTLD 在竞争同一注册人。在根区域授权的 326 个 TLD 中，截止 2012 年 1 月的数量为 311：

293 个国家或地区代码 TLD (38 个为 IDN)

18 个通用 TLD (4 个通用、3 个受限通用、11 个行业类别)；排除 .gov、.mil、.int

<sup>2</sup> 扩展前的 gTLD，包括 4 个通用、3 个受限通用、11 个行业类别 (排除 .gov、.mil、.int、.edu、.arpa) — **17**：

AERO	亚洲
BIZ	CAT
COM	COOP
	INFO
JOBS	MOBI
MUSEUM	NAME
NET	ORG
PRO	TEL
TRAVEL	XXX

<sup>3</sup> 扩展前唯一的通用注册管理执行机构的数量 — **14**：

VeriSign 全球注册管理机构服务

Telnic Ltd.

NeuStar, Inc.

DotAsia Organisation Ltd.

DotCooperation LLC

Afilias Limited\*\*\*

mTLD Top Level Domain Limited dba dotMobi\*\*\*

博物馆域管理协会

Employ Media LLC

Public Interest Registry (PIR)

Fundacio puntCAT

Societe Internationale de Telecommunications Aeronautique (SITA INC USA)

Tralliance Registry Management Company, LLC.

ICM Registry LLC

\*\*\*注册管理执行机构的总数应为 14，因为 dotMobi & RegistryPro 为 Afilias 的全资子公司。但是工作组没有时间确定注册服务商的附属机构数量并保持此草案的一致性，dotMobi 和 RegistryPro 具有唯一性

<sup>4</sup> 扩展前通用注册管理服务提供商的数量 — **6**：

VeriSign 全球注册管理机构服务

Afilias Limited

NeuStar, Inc.

CORE Internet Council of Registrars

Public Interest Registry (PIR)

Midcounties Co-operative Domains Ltd

<sup>5</sup> ICANN 委任的注册服务商清单 (<http://www.icann.org/en/registrars/accredited-list.html>)

**1000** 2012 年 1 月之前的注册服务商\*\*\*\*

\*\*\*\*此数字反映了所有委任的注册服务商，并不代表附属的实体