

## 域名货币化

本文介绍了互联网政策制定的重要领域域名货币化的基本信息，ICANN 最近正在准备通过社群自下而上服从多数的政策制定结构来解决这一问题。本文旨在为新加入 ICANN 的成员以及熟悉 ICANN 事宜但可能不了解域名货币化问题的成员提供信息。无论是新加入的成员还是长期以来的成员，我们都鼓励您不但要阅读完本篇介绍文章，还要再了解更多有关 ICANN 社群工作的信息。有关域名货币化的其他信息以及我们在讨论问题时提及的其他主题，我们都提供了相关的 URL。

我们还欢迎您订阅每月一期的“ICANN 政策更新”，以便通过电子邮件接收 ICANN 政策制定活动的定期更新。若要订阅，只需访问 <http://www.icann.org/newsletter/>，在 ICANN 订阅网页输入您的电子邮件地址，然后单击“ICANN 政策更新”即可。

国际参与及合作对目前 ICANN 政策制定活动取得成功和发挥效力至关重要，但如果没有像您这样来自世界各地的志愿者的奉献，我们就不可能在未来获得成功。无论您所代表的互联网利益是来自想要进一步参与该问题的国家/地区、互联网个人用户群体、公司或是组织，ICANN 都为您提供了共同打造互联网未来的平台。

如果希望了解该问题或如何参与 ICANN 政策制定活动的更多信息，请发送电子邮件至 [policy-staff@icann.org](mailto:policy-staff@icann.org) 联系 ICANN 政策制定部。

感谢您的关注和参与。

### 什么是域名货币化？

您可能会认为，“品鉴”(Tasting) 和“停放”(Parking) 这两个词说的是外出就餐，与域名系统 (DNS) 没有什么关系，这样想很自然；然而它们现在却已成为描述域名货币化的流行说法。“域名货币化”这个术语广义上是指通过域名获得收入的途径。为每个顶级域 (如 .AERO、.COM 和 .ORG) 维护权威数据库的注册机构显然会获得收入，那些向域名注册人收取费用的注册商和分销商也是如此。但是，人们通常所说的货币化做法是指使用域名获得收益的方法<sup>1</sup>。此处描述了其中三种方法：*点击付费*、*停放* 和 *品鉴*。

---

<sup>1</sup> “GNSO 关于域名品鉴的问题报告”中引用了几篇文章的内容，这些文章可提供有关域名货币化做法的更多信息，具体包括：（请注意，这些文章并非出自 ICANN，故其内容不完全代表 ICANN 的观点）CircleID

简要问题：域名货币化

---

，“How Domain Traffic Testing/Tasting Works”（域名流量测试/品鉴的工作原理）  
[http://www.circleid.com/posts/how\\_domain\\_name\\_tasting\\_works/](http://www.circleid.com/posts/how_domain_name_tasting_works/)（2006年4月24日）；CircleID，  
“The Parked Domain Monetization Business”（停放域名的货币化业务）  
[http://www.circleid.com/posts/the\\_parked\\_domain\\_monetization\\_business/](http://www.circleid.com/posts/the_parked_domain_monetization_business/)（2005年12月1日）；  
华尔街日报，“Thanks to Web Ads, Some Find New Money in Domain Names”  
（因为网络广告，域名成了新的赚钱方式）[http://online.wsj.com/public/article/SB113200310765396752-FYV6dsilRSON1fsiVu\\_bLf\\_5nI8\\_20061116.html?mod=rss\\_free](http://online.wsj.com/public/article/SB113200310765396752-FYV6dsilRSON1fsiVu_bLf_5nI8_20061116.html?mod=rss_free)（2005年11月15日）。

**点击付费 (PPC)** 是指某个人 (注册人) 所注册的域名可能会吸引大量的互联网用户来访问。然后, 该注册人会在此域名下提供一些可创造收入的内容或到其他网站的链接, 这些内容和链接通常是与该域名相关的产品或服务的广告。用户每次访问该网站并点击其中一个链接或广告时, 都会为该注册人带来收入。一般情况下, 该域名越受欢迎 (即能够吸引很大的流量), 每次点击为该注册人所带来的收入就越多。尽管每次点击的金额通常并不高, 但通过全年所有点击而获得的累计金额则可产生极大的利润收入流; 当注册人拥有多个域名时, 情况则更是如此。

域名 *停放* 在 ICANN 通用名称支持组织 (GNSO) 的“*关于域名品鉴的问题报告*<sup>2</sup>”中有描述, 具体如下: “域名停放是指一种由注册商、个人注册者和互联网广告发布商所采用的做法, 目的是为了实现在直接输入地址访问流量的货币化。直接输入地址的访问流量是指要访问网页的互联网用户直接将 URL 输入浏览器, 而不是从其他网页 (如搜索引擎结果页) 点击链接进入浏览器。域名停放的支持者认为, 这种做法可使用域名来向互联网用户提供相关广告和增强的搜索选项, 而不会显示‘404 文件未找到’等常见的错误页面。”

域名 *停放* 可将互联网用户带到 *登录页面*, 该页面中包含可为网站拥有者或网站拥有企业创造收益的链接, 创收方式与上述 PPC 模式相似。产生流量的方式有几种, 其中包括过时的书签、人工键入注册域名或搜索引擎产生的结果。例如, 注册人可能会注册一个域名, 但尚不打算创建自己的网站。相关注册商可能会将注册人的域名停放在有付费链接的网站上。互联网用户每次尝试寻找该域名对应的网站时, 都将直接进入具有一系列广告链接的 *停放* 页面, 这些广告中的商品和服务通常都与该域名相关。如果用户点击其中的任意一个链接, 则此次点击便会为注册商带来收入, 另外还会根据注册商域名停放计划的条款为注册人带来收入。据估计, 大型注册商每年通过域名停放网站的 PPC 收费可获得数百万美元的收益。

域名 *品鉴* 是这样一种做法, 即一方注册域名来品鉴该域名的价值是否足以与相关的注册费用相当。域名的价值一般通过带有 PPC 广告的域名网站的使用情况进行衡量。通过评估到该域名的流量及从 PPC 广告获得的收入来确定该域名是否值得保留。在大多数 gTLD 中, 注册商都可以在 5 天内撤销注册, 并从注册机构那里获得注册费的退款。创建此附加宽限期 (AGP) 的目的是为了允许注册商纠正合理的错误, 不过现在它已经成为域

---

<sup>2</sup> 该报告的网址为: <http://gns0.icann.org/issues/domain-tasting/gns0-domain-tasting-report-14jun07.pdf>

简要问题：域名货币化

名品鉴的基础，这是因为某些注册商允许其注册人客户在 AGP 期间删除域名并得到已付给注册商的全部或部分注册费退款。AGP 使各方注册人能够每月注册数千万个域名，然后在 5 天的 AGP 内撤销注册，仅保留可获得最大收益的域名。为了解决此问题，某些注册机构（如 .org）已经采取了加收删除费的方法来限制利用 AGP 进行域名品鉴。

ICANN 董事会前成员 Joichi Ito 将品鉴描述为：“其特征是先申请数百万个域名，设置页面并在这些页面上运行广告；一天之后，删除没有任何流量的域名；三天之后，删除仅有一些流量的域名；五天之后，删除可勉强维持流量的页面；最后，仅保留 1% 具有足够流量、值得保留的域名。由于存在退款政策，所以 99% 在五天宽限期内删除的页面都会全额退款，而一手操控此货币化流程的注册方则可保留在这五天内所获得的广告收入。”<sup>3</sup>

虽然这种现象已不再十分显著，但由于 AGP 的存在，某些注册方还是不断地在连续五天的宽限期内重新注册域名并重复收到注册退款。正如下文所述，AGP 目前正在接受审核，并且 ICANN 也在考虑采取其他机制来限制“品鉴”做法。

### 域名货币化对注册人有何影响？

域名货币化技术以不同的方式影响互联网用户。批评者认为 PPC 模式会进一步导致域名抢注和投机行为盛行，因为该模式鼓励各方抢注与著名品牌或名人类似的名称，因为这些域名很有可能会带来极大的流量。此模式带来的问题还有：使用“好名称”是否只为了创建付费链接和增加 PPC 收入，而不是为了使新用户能够创建在线身份或实质性内容。

起因于利用附加宽限期的 *品鉴* 做法现已成为引发特别讨论和关注的问题。由于品鉴活动规模较大，因此对注册系统和 DNS 征税的问题引起了公众关注，因为这样做会增加所有注册人的注册成本。另一个引起广泛关注的问题是侵犯知识产权的现象日益猖獗，这是因为进行测试的域名通常都是商标名称的错拼或变形，而且由于此类名称存在的时间很短，所以实施商标维权的难度很大。这可能会导致消费者产生混淆，并会增加商标持有者对其品牌进行监控的成本。

### ICANN 正在采取哪些措施来解决这些问题？

ICANN 的通用名称支持组织 (GNSO) 已批准一项动议，规定如果在 AGP 期间删除的域名超出该月新注册数净值的 10% 或超出 50 个域名（以两者中数量较大者为准），则禁止任何已实施 AGP 的 gTLD 运营商对任何此类删除予以退款。根据此项动议中的条款，如果某个特定月份符合该动议中详述的特殊情况，则可不受此限制的约束。ICANN 董事会预期将在 2008 年 7 月的会议上批准此项动议，并指示员工进行实施。该动议内容也反映在

---

<sup>3</sup> CircleID, “The Parked Domain Monetization Business” (停放域名的货币化业务)

[http://www.circleid.com/posts/the\\_parked\\_domain\\_monetization\\_business/](http://www.circleid.com/posts/the_parked_domain_monetization_business/) (2005 年 12 月 1 日)；

简要问题：域名货币化

针对下一个财政年度所提议的 ICANN 预算中，根据该预算，ICANN 将针对在 AGP 期间删除的域名收取 20 美分的“交易费”。预计董事会也将在 2008 年 7 月批准此项动议。目标是为了使各方无法以投机为主要目的而注册和（无成本地）删除域名。目前尚不清楚此动议是否能够消除品鉴做法，但它必将有利于减少这种做法。

简要问题：域名货币化

2008年3月28日，董事会批准对约束 .BIZ 和 .INFO 的协议进行修正，是为了解决在 AGP 期间删除域名过多的问题。根据此修正协议，将允许这两个注册机构限制注册商可以无成本地删除域名的数量。如果注册商删除的注册域名超过其注册总数的 10%，则对超出该阈值的所有删除注册都将全额收取注册费。

通过 *停放* 和 PPC 来进行域名货币化的做法，至今还没有产生与 *品鉴* 相同的问题。

### **要了解更多信息吗？**

要了解有关 GNSO 工作的更多信息，请访问 <http://gns0.icann.org/>。（GNSO 是 ICANN 中负责制定与通用顶级域 (gTLD) 相关的政策的组织）。有关如何参与这些问题和 ICANN 政策制定工作的信息，请发送电子邮件至 [policy-staff@icann.org](mailto:policy-staff@icann.org)。

###