

**DENNIS CARLTON 关于对新 gTLD
互联网注册管理机构
设置价格上限的初步分析**

2009 年 3 月

I. 简介

A. 资历

1. 我在芝加哥大学布斯商学院担任 Katherine Dusak Miller 女士设立的经济学教授职务。我获得了哈佛大学应用数学和经济学学士学位、麻省理工学院的运筹学硕士学位以及经济学博士学位。我在芝加哥大学的法学院和经济系任教，同时也任职于麻省理工学院的经济系。

2. 我专门研究产业组织的经济问题，包括个体市场的研究以及反垄断和监管问题的研究。我是产业组织研究领域的前沿著作《现代产业组织》一书的作者之一，并在各种学术期刊和书籍中发表了大量论文。我还是业界主流刊物 Journal of Law and Economics（《法律和经济学期刊》）的联合编辑，该期刊登载各种运用经济学原理分析产业组织及法律事务的研究论文。除此之外，我还担任或曾担任多家学术期刊的编辑。

3. 除了本人的学术背景之外，我还是 Compass Lexecon 的高级总经理，这是一间运用经济学处理法律和监管事务的顾问公司。从 2006 年 10 月至 2008 年 1 月，我担任美国司法部反垄断司负责经济分析的副助理检察总长，该职位是反垄断司为经济学家设立的最高职位。我还是反垄断现代化委员会的委员，该委员会由美国国会于 2002 年成立，负责评估美国的反垄断法律。我曾经为美国各州法院和联邦

法院、美国国会、各州和联邦监管机构以及国外法庭提供专家鉴定，并在美国司法部、联邦贸易委员会和其他政府机构担任顾问。

B. 结论摘要

4. ICANN（互联网名称与数字地址分配机构）理事会最近批准通过了引入新顶级通用域名 (gTLD) 的新流程提案，该提案继续保持了对增强竞争的承诺，意在增强包括 .com、.net 和 .org 在内的当前主要 TLD（顶级域名）注册管理机构运营商之间的竞争。ICANN 顾问曾邀请我讨论为确保新 gTLD 的潜在竞争性，是否有必要设置价格上限，以限制对这些新 gTLD 注册服务商的未来收费增长。下面我将仅对与竞争相关的问题进行分析，并不涉及消费者困惑或知识产权方面的相关问题。那些问题将在《Dennis Carlton 关于新 gTLD 对消费者利益影响的初步报告》中进行讨论。

5. 我认为，为了保证提出的新 gTLD 引入流程的竞争性，不必对新 gTLD 注册管理机构运营商收取的费用设置价格上限或采用价格封顶措施。我还认为，给新 gTLD 的注册管理机构强加价格上限，将限制新的注册管理机构对所提供的服务进行灵活定价，使新 gTLD 注册人不能明显受益，进而有可能阻碍新 gTLD 的扩展和市场认同。

II. gTLD 价格上限对竞争的影响

A. 价格上限限制了新 gTLD 的潜在竞争性。

6. 尽管最近几年来引进了 TLD，但当今的互联网活动仍由一小部分注册管理机构所控制。例如，.com TLD 现在拥有超过 7700 万个注册域名，而通用 TLD

的第二大注册管理机构 .net TLD 则拥有大约 1200 万个注册域名。¹ 这两个注册管理机构都由威瑞信进行管理。第三大 gTLD .org 现在拥有大约 700 万个活动域名。尽管近年来引入了少量的新 gTLD，但它们在吸引注册人和互联网活动方面成效有限。例如，2001 年引入的 .info gTLD，大约吸引了 500 万个域名，而同样是在 2001 年引入的 .biz 吸引了大约 200 万个域名。

7. 2007 年，通用名称支持组织 (GNSO) 完成了向 ICANN 递交的新 gTLD 综合报告。该报告正确认识到：引入新 gTLD 的新流程的发展有望为注册管理机构提供的服务带来新一轮竞争，并可能使消费者明显受益。如同在对 ICANN 的建议中所提出的那样：

...引入新顶级域名的申请流程有望促进注册管理机构所提供的服务的竞争，增加消费者选择、市场差异、地理和服务提供商的多样性。”²

8. 引入新 TLD 注册管理机构将使这些提供注册管理服务的新成员能试验增加域和互联网流量的新方法。新 TLD 的引入有望使注册管理机构所提供的服务在价格和服务质量方面增强竞争。新 TLD 的引入还能使新注册管理机构的运营商试验新的市场和定价模式。

-
1. 2008 年 6 月的 ICANN Registry Operator Monthly Reports (ICANN 注册管理机构运营商月报) (<http://www.icann.org/en/tlds/monthly-reports/>)
 2. ICANN 通用名称支持组织理事会报告：《引入新顶级通用域名》，2007 年 9 月，第 28 页。

9. 不设价格上限将有助于新 gTLD 注册管理机构对其定价机制进行试验。³ 例如，有些新 gTLD 运营商可能会提供极低的起始价格，但并不会限制自身未来提高价格的能力（而价格上限的设置将可能阻碍极低起始价格方案的引入）。有些消费者可能更倾向于能在较低的起始价格和未来潜在的价格增长间做出平衡。那么，新注册管理机构的运营商还可选择试验基于用法的定价方案。其他新 gTLD 注册管理机构也可尝试提供限制未来价格变动的长期合同，以吸引新的注册服务商和/或终端用户。

10. 对新 TLD 注册管理机构设置价格上限限制了定价灵活性，降低了这些新机构的创新能力和成功几率。

B. 价格上限可能很难使消费者明显受益。

1. 转换费用为供应商间的“事前”竞争提供了动机。

11. 采用特定互联网域名的注册人需付费才能转换注册管理机构，因为在域名中使用 TLD 防止了互联网地址在各注册管理机构之间移植。也就是说，想要转换注册管理机构的域名持有人至少需要采用新的 TLD。转换费用涉及到各种产品和行业，而这种费用的存在从一定程度上让消费者形成对供应商的依赖。这可能为注册管理机构的运营商乘机将价格提高到消费者合理预见的更高水平提供动机。为注册管理服务设置价格上限并将这一上限写进注册管理机构合同的支持者可能认为：价格上限能防止注册管理机构的这种投机行为。

3. 我理解 ICANN 也正在考虑是否应按照当前协议的需要，将新 gTLD 注册管理机构和注册服务商分离。我的分析报告考虑了价格上限对上述两者的注册管理机构服务潜在消费者的竞争影响。

12. 然而，供应商为吸引市场中的新客户而展开的转换费用竞争，限制或消除了其投机行为的动机和能力。例如，如果某个供应商强行实施意外的或不合理的涨价，这将很快损害其自身声誉，从而增加了继续吸引新客户的难度。因此，即使不设置价格上限，竞争也能减少或消除供应商投机行为的动机。

13. 经济学文献认同“事前竞争”在防止供应商利用产品的转换费用进行投机方面发挥的作用。例如，在一项有关转换费用的重要学术研究中曾提到：

在消费者依附于供应商之前，公司从各自的细分市场获得的垄断力量引起了对市场份额的激烈竞争。⁴

14. 经济学文献进一步认识到，对于需面对转换费用的消费者进行投机的公司极易名誉受损，长远来说，会限制其吸引新客户的能力。

... 短期来看，每个卖家都有其忠实客户。我们不应担心轻度垄断，自由市场会比反垄断法更快地解决这一问题。对配件实行垄断的卖家终将发现下一阶段自己的原始设备不会再有很多买家。⁵

-
4. Klemperer, Paul. “Markets with Consumer Switching Costs (涉及消费者转换费用的市场)” *Quarterly Journal of Economics* (经济学季刊) 102 (1987), 375-394, 377 页。在我自己所做的柯达案例分析中也得出了类似结论。Carlton, Dennis. “A General Analysis of Exclusionary Conduct and Refusal to Deal – Why Aspen and Kodak are Misguided (排他行为和拒绝交易的一般性分析 — 为何 Aspen 和柯达会被误导), ” *Antitrust Law Journal* (反垄断法期刊) 68 (2001), 659-683, 679 页。
5. Posner, Richard. 反垄断法, 第 2 版。芝加哥：芝加哥大学出版社，2001 年，第 230 页。

15. 这一观点也在 Shapiro (1995) 对美国法院有关 *Eastman Kodak Co.* 和 *Image Technical Services, Inc.* 的案件判决分析中得到了认同。⁶ 在此案件中，柯达被指控限制消费者从柯达以外的其他公司购买配件的行为违反了反垄断法。Shapiro 得出结论认为：成长市场中的供应商拥有最强烈的动机去维护自身名誉，因此可以防止投机行为。⁷ 这是因为：与稳定或衰退市场中的公司相比，成长市场中的同类公司进行投机所带来的未来损失风险更大。因此，在快速成长的行业强加价格上限在理论上是站不住脚的。

16. 事前竞争既能保护面临更大价格上涨投机风险的不知情消费者，又能保护知情消费者，因为两者需支付的费用是相同的。此外，还可通过对其他合同机制进行协商，避免供应商的投机行为。例如，公司和消费者可以签订长期合同，加入对供应商将来更改价格的能力进行限制的更新条款。

2. 已有和新的 TLD 注册管理机构间的竞争减少了对投机行为的顾虑。

17. 早在 1998 年，联邦贸易委员会 (“FTC”) 就认定域名持有人转换费用的存在不会成为互联网域名系统私有化进程的重大障碍。作为对美国国家电信和信息管理局针对本问题征求意见的回应，FTC 总结道：

由于不同注册管理机构间的域名没有可移植性，所以对要更改注册管理机构的用户收取转换费似乎是合理的... 因此，供应商在未来对这些锁定的客户提价存在理论上的可能性...

6. Shapiro, Carl. “Aftermarkets and Consumer Welfare: Making Sense of *Kodak* (售后市场与消费者福利：了解柯达) ，” *Antitrust Law Journal* (反垄断法期刊) 63 (1994), 483-511。

7. Shapiro (1994), 第 490 页。

通过对涉及转换费用的市场进行经济学分析，已确认一些因素在合适情况下可减小供应商对其锁定客户进行投机的能力和动机....

总的来说，我们可以断定尽管存在供应商投机的可能性，增强竞争仍能给消费者带来潜在益处（如可能出现降价和质量改进）— 赞成[向营利公司分配注册管理机构]的主张。⁸

18. 如今，多个 TLD 间的竞争减少了人们对新 gTLD 注册管理机构利用新域名注册人的转换费用进行投机的顾虑。首先，新 gTLD 注册管理机构面临着来自各方面的竞争，包括已有的主要 TLD（.com、.net、.org）、推出不久的 TLD（如 .info 和 .biz）、国家和地区 TLD、商业性 TLD（如 .museum 和 .aero）以及其他新 gTLD 注册管理机构。消费者有如此多的替代选择意味着新 gTLD 如果从事损害其自身名誉的投机行为，则很难吸引大量的新注册人。在这种情况下，没有必要通过设立价格上限来保护新 gTLD 注册管理机构的注册人。

19. 新 gTLD 通过注册服务商提供服务，能进一步减少人们对注册管理机构运营商投机行为的担心。注册服务商在提供域名相关服务方面的持续参与让他们能认清注册管理机构运营商的潜在投机行为，从而能将潜在客户从有这种行为的新 gTLD 那里转走。

20. 当前主要 TLD 都设置价格上限的事实进一步降低了新 gTLD 注册管理机构运营商收取非竞争性价格的能力。更具体地讲，美国商务部、ICANN 和威瑞信之间的当前协议设置了威瑞信向 .com 和 .net TLD 注册服务商收取费用的价格增长上限。其他若干个非商业 TLD（如 .info 和 .biz）也设置了价格上限。尽管这些价格上

8. “FTC 经济司和竞争司员工有关改善互联网名称和地址技术管理问题的意见”
1998 年 3 月 23 日，3-4 页。

限的合理性仍待商榷，但它们的存在通过设置主要注册管理机构运营商的价格上限，限制了新 gTLD 能收取的费用价格。

21. 尽管主要的 TLD 设置了价格上限，但一些新的商业性 TLD（如 .museum、.travel 和 .tel）并未设置价格上限。我未收到过从这些新的商业性 TLD 获取服务的注册服务商或终端用户的投诉，称其注册管理机构存在对其现有客户大幅提价的投机行为。这进一步证明了不需要设置价格上限来防止新 gTLD 注册管理机构对注册人的投机行为。

22. 最后，互联网服务的持续增长进一步减少了人们对新 gTLD 注册管理机构运营商投机行为的忧虑。正如前面提到的，快速增长行业里的投机行为的动机相对较弱。近年来，注册域名数量和互联网使用人数迅猛增长，并有望继续保持高速发展。此外，美国互联网用户数量已从 1997 年的约 3100 万增长到 2000 年的 9000 万和 2006 年的 1 亿 4300 多万。⁹ 预计将来互联网行业仍将保持此增长势头。例如，IP 总流量预计从 2007 年至 2012 年增长 5 倍。¹⁰ 在这种情况下，进行投机行为的新 gTLD 注册管理机构运营商将在未来蒙受巨大的业务损失。

9. Statistical Abstract of the United States 2006（2006 年美国统计摘要）：互联网使用和在线服务 (<http://www.census.gov>)

10. 请参阅“Cisco Visual Networking Index – Forecast and Methodology（思科视觉网络指数 — 预测和方法），2007-12”，网址：

http://newsroom.cisco.com/dlls/2008/prod_061608b.html

III. 结论

23. 保护需支付转换费用的消费者（如新 gTLD 注册管理机构的域名持有者）的市场机制种类繁多。在未设置价格上限的情况下，意欲乱抬价格进行投机的新 gTLD 注册管理机构运营商将面临着名誉严重受损和未来客户流失的风险。在消费者可从众多域名注册管理机构获得域名、主要注册管理机构已设置价格上限且预计互联网行业将持续发展的背景下，这些风险变得更为严重。同时，要求新 gTLD 设置价格上限限制了它们吸引新客户的灵活性，也有悖于 ICANN 通过引入新 gTLD 培养注册管理机构服务竞争性的既定目标。