

新通用頂級網域New gTLD 企業申請手冊

Table of Contents

01

What

.BRAND 概況

02

Analysis

.BRAND 效益分析

03

Process

申請流程 (草案)

04

The Next?

下一步建議



01 What

.BRAND 概況

3

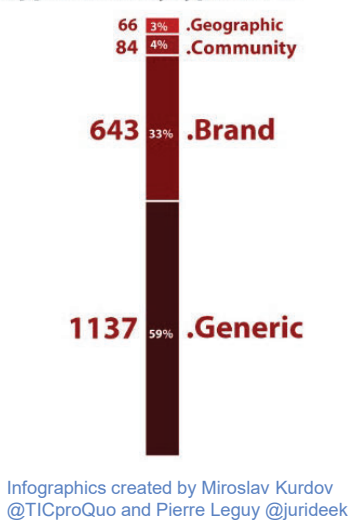
品牌頂級網域 .BRAND



4

2012 New gTLD 申請統計

Applications by type of TLD



Application Statistics: Overview (as of 30 June 2023)	
Total Applications Submitted	1930
Completed New gTLD Program (gTLD Delegated** - introduced into Internet)	1241
Applications Withdrawn	646
Applications that Will Not Proceed/Not Approved	39
Currently Proceeding through New gTLD Program*	4
Contention Resolution	
Total Contention Sets	234
Resolved Contention Sets	232
Contention Sets Resolved via ICANN Auction	16
Unresolved Contention Sets	2
Applications Pending Contention Resolution	0

Source: ICANN New gTLD Program

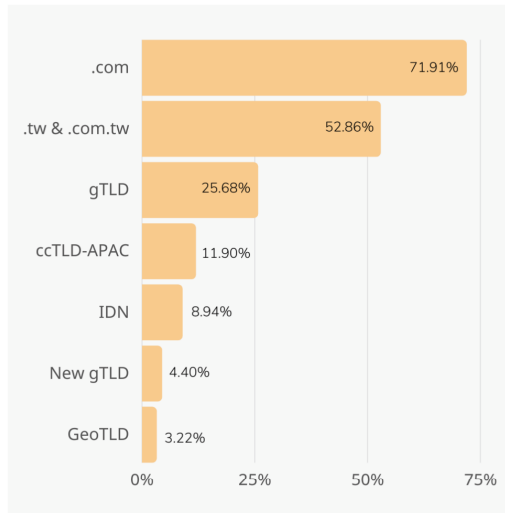
Top Contested TLDs

.app	13
.art	10
.home	11
.inc	11
.inc	11
.blog	9
.shop	9
.llc	9
.book	9
.design	8
.mail	8
.hotel	7
.ltd	7
.hotel	7
.store	7
.cloud	7
.web	7
.love	7
.news	7

近四成全球百大品牌企業申請品牌頂級網域

Accenture	Amazon	Apple	Audi
AXA	BMW	Canon	Cartier
Cisco	Citi	DHL	Ferrari
Ford	Google	Gucci	Hermes
Honda	HSBC	Hyundai	IBM
Intel	J.P. Morgan	KIA	Land Rover
Lego	Microsoft	Mini	Netflix
Nike	Panasonic	Philips	SAP
Sony	Toyota	UPS	Visa
Volkswagen	YouTube	Zara	

2022 年臺灣企業數位品牌調查概要



- 2022 年臺灣品牌企業在全球各類型域名註冊率6.44%；較2021年微幅增加。
- .tw & .com.tw 和 .com 最受歡迎，註冊率分別為 52.86%與71.91%，相較於其他類別的頂級域名註冊率高出許多。
- 對於臺灣企業來說，.com的註冊率是新通用頂級域名的 12 倍。
- 臺灣百大企業品牌名稱註冊 New gTLD* 的數量高於其他類型的頂級域名；其次是亞洲其他國家的ccTLD域名。

* 納入調查的 New gTLD 共 597 個；國家頂級網域 ccTLD 共 357 個；傳統 gTLD 共 15 個。

7

02 Analysis

.BRAND 效益分析

8

SWOT - 企業申請 .BRAND

Internal	Strengths ● 提高品牌識別與忠誠度 ● 增加客戶信任度 ● 保護品牌免受搶註威脅 ● 簡化域名管理	Weaknesses ● 投資成本高 ● 移轉成本 ● 重新設定 SEO
	Opportunities ● 增加網路行銷靈活度 ● 增加品牌擴展機會 ● 創造新商業模式	Threats ● 申請階段遇到競爭 ● 沒有通過申請評估

9

Use Case

.ABBOTT

美國製藥大廠亞培公司 (Abbott Laboratories) 申請 .ABBOTT 頂級網域主要目的是，確保旗下大範圍的產品線維持既有個別品牌，同時與整個企業形象串接。

10

建立完整的企業品牌組合與數位品牌



11

Use Case

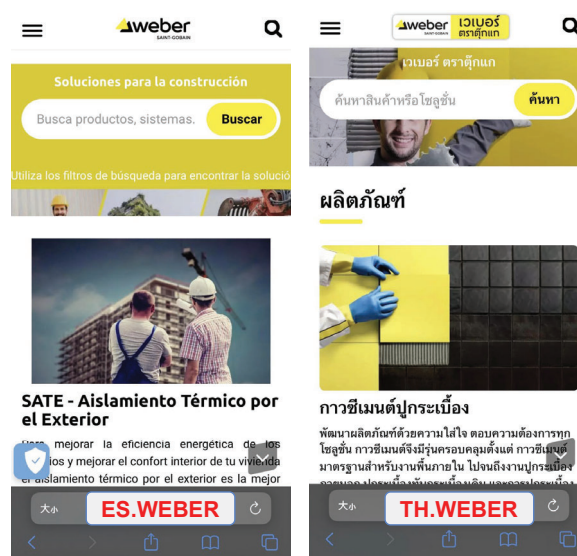
.WEBER

源自法國的工業建材製造商 Weber 公司申請品牌頂級網域 .WEBER，最重要目的是透過更短、更容易記住的頂級網域，使自己的品牌更具識別性。

12

如果是 .WEBER 結尾，即是 Weber

- 透過 WEBCARE.WEBER 作為企業官網網址，凸顯對客戶需求的關注。
- 為因應層出不窮的假網站與冒牌商品，Weber 公開標示：Weber 是 .WEBER 的唯一所有者。
- 搜尋 WEBER 單字不易找到建材類型公司，.WEBER 網址讓客戶可更輕易辨識。
- 標準化的網址命名方式，在地化的內容展現。
ES.WEBER (for Spain)
FR.WEBER (for France)
TH.WEBER (for Thailand)



13

Use Case

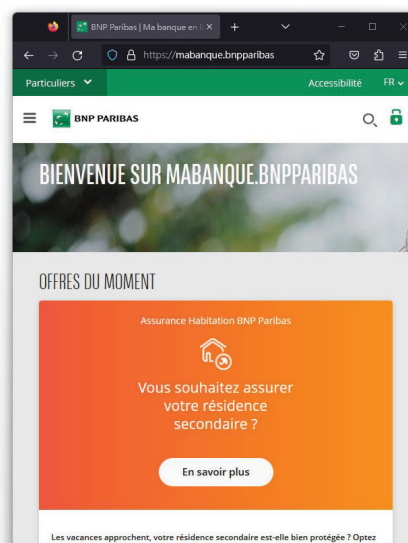
.BNPPARIBAS

法國巴黎銀行是首批整個集團的域名系統完全移轉至品牌頂級網域的銀行之一，其使用 .BRAND 最主要考量是安全，以 .BNPPARIBAS 結尾的網站可給予客戶信任感。

14

透過 .BNPPARIBAS 建構安全信任

- 輸入 bnpparibas.com 會被導引至新的集團主網站「GROUP.BNPPARIBAS」，其800萬客戶會被轉址至網銀首頁「MABANQUE.BNPPARIBAS」。
- 為不同客戶群的特殊服務與產品、公關活動等創建專屬域名及網站；
 - 針對新創客戶：WAI.BNPPARIBAS
 - 贊助球賽：WeAreTennis.BNPPARIBAS
- 循序漸進教育訓練客戶及分公司，使新舊網址轉換無縫接軌，服務不中斷。



15

Use Case

.GOOGLE

科技巨頭 Google 利用 .GOOGLE 頂級網域延伸不同產品與服務的網址，建立具區隔性的產品或服務網站，但同時保留與這些服務或產品間的關聯性。

16

以 .GOOGLE 連結旗下眾多產品與服務



車用衛星導航 BUILT-IN.GOOGLE

部落格 BLOG.GOOGLE

娛樂影視 TV.GOOGLE

Google手機 PIXEL.GOOGLE

線上課程平臺 GROW.GOOGLE

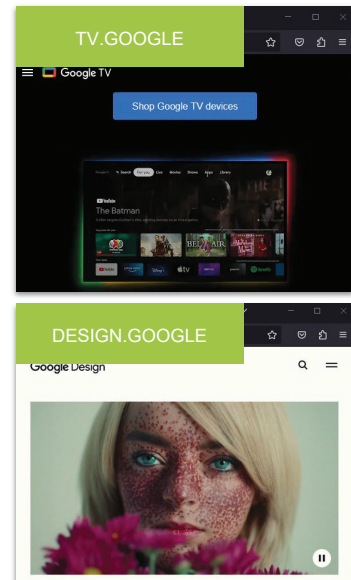
AI 研發成果與資源分享 AI.GOOGLE

展示設計 DESIGN.GOOGLE

密碼工具 PASSWORD.GOOGLE

網域註冊業務 REGISTRY.GOOGLE

大數據健康分析 HEALTH.GOOGLE



17

Use Case

年收入超過 500 億美金，總員工數超過 15 萬名的法國大型零售業 E.Leclerc 利用品牌頂級網域拓展客戶需要的線上業務。



18

透過 .LECLERC 完全掌控第二層域名

- 擁有與商標一模一樣的數位品牌
- 第二層域名完全可控。
 - E.leclerc 為每家實體店面創建專屬域名及網站（計約 600 個），疫情期間提供在地商店線上訂購與送貨服務。
- 透過新頂級網域傳達企業資訊與策略
 - 企業社會責任（MOVEMENT. LECLERC）
 - 獎勵計畫（TOPHEES-INNOVATION. LECLERC）
 - 徵人啟事（RECRECRUTMENT. LECLERC）
 - 減塑計畫（REDUISONLEPLASTIQUE. LECLERC）



19

Use Case

.NIKE

跨國運動用品大廠 Nike 以新頂級網域推出 Web3 平臺 SWOOSH.NIKE 用來創造並販售虛擬產品，並認為是 NIKE 收購區塊鏈公司 RTFKT 後的正式進軍元宇宙。

20

Dot Swoosh lives at SWOOSH.NIKE

- 2022 年 5 月，NIKE 在慶祝 50 週年之際推出神秘網站，當時僅標示 NIKE 新體驗即將到來。
- 2022 年 11 月，NIKE 宣布推出「Dot Swoosh」平臺，作為 NIKE 的 Web3 虛擬創作平臺。
- 2023 年 4 月，NIKE 宣布推出第一款數位收藏品「Our Force 1」，並於 5 月開始販售，每個「鞋盒」的售價是美金 19.82。
- 在此新平臺上，人們可以參與設計並創建自己專屬的「.nike」域名，以展示或銷售自己的設計產品。
- 目前已有超過 30 萬個帳號註冊。



圖片來源：<https://www.instagram.com/dotswoosh/>

21

New gTLD申請及維運成本估算

(單位：美金)

Application Fee	\$246,000 ~ \$270,000 (一次性費用)	支付給ICANN org之申請費，確切金額尚未定案。此為每個字串之費用，單一申請人若申請多個字串，則每個字串均需繳交個別申請費。
Consultant Fee	\$25,000 ~ \$75,000 (一次性費用)	支付顧問公司協助申請New gTLD的服務費用。此服務費為參考公開報價資訊；大部分服務供應商並未公開價格，且會依個案複雜度有不同之收費。
Registry Fee	\$6,250 / 季	成功申請New gTLD且獲得授權營運後，每季繳交給ICANN之固定費用，為必要費用。
Transaction Fee	\$0.25 / 域名增量	繳交給ICANN之非固定費用，只有在每季域名註冊增量超過50,000筆時才支付，以增量*\$0.25計。
Backend Fee	\$15,000 ~ \$60,000 / 年	支付給後臺技術營運供應商的預估費用。全球市場目前約有40家後臺技術服務供應商，此服務費僅參考有公開報價之資訊。

* 未包括申請人自行投入之人力成本、律師費用，以及申請組織之行銷或營運之規劃成本等；商業服務費用（綠色）僅為參考值，實際費用依個案而定。

22

03 Process

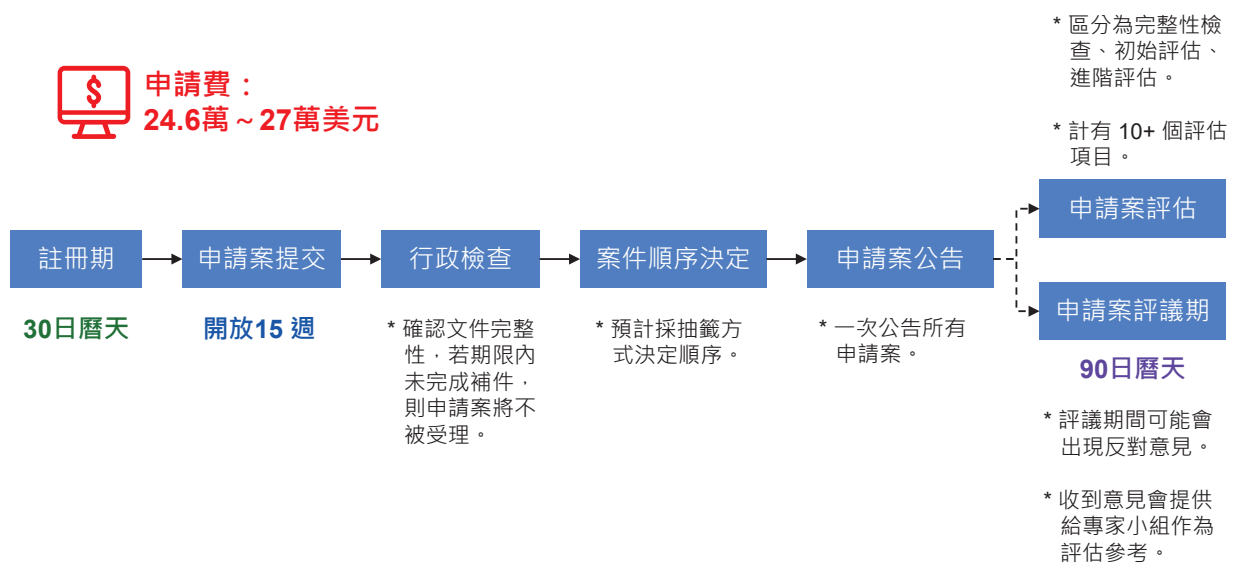
申請流程

23

New gTLD 申請流程（草案）



申請費：
24.6萬 ~ 27萬美元



24

申請案評估項目

完整性檢查	初始評估	進階評估
• 地理名稱字串檢查 Geographic String Check • 保護字評估 Safeguard Assessment • 字串審查 String Review • 字串相似度審查 String Similarity Review	• 背景審查 Background Screening • 財務審查 Financial Review • 技術與營運評估 Technical and Operation Evaluation • 註冊服務 Registry Service • Spec 13 審查 Specification 13 Review • 行為準則豁免審查 Code of Conduct Exemption • 地理名稱字串確認 Geographic String Verification • 社群優先審查 Community Priority Evaluation	• 財務審查 Financial Review • 技術與營運評估 Technical and Operation Evaluation • 註冊服務 Registry Service • 地理名稱審查 Geographic Review

25

04

What's the Next?

下一步建議

26

對於申請 New gTLD 有高度興趣的企業



市場分析

競爭對手是否申請？其他大型品牌如何因應？我的所屬產業內其他公司申請的情形？



申請流程

品牌頂級域的申請條件與流程為何？我需要花多少人力與金錢投入申請？



效益分析

企業申請的可能獲得效益有哪些？若沒有申請的可能風險？



時程規劃

了解申請開放期程，以及前置作業可能需要時間。



做出決定

應該準備哪些資料來向主管說明是否提出申請？



申請與啟動

提出申請並啟動申請專案計畫，展開相關活動。

27

沒有申請規劃，但想保護自身商標的企業

TMCH

全球商標資料中心

最具成本效益的商標保護防禦機制；商標持有人可在日出期優先註冊商標相關域名；日出期後，但若有人註冊符合 TMCH 資料庫登錄商標，商標持有人會收到通知。

URS

統一快速中止爭議處理流程

針對新通用頂級網域之域名註冊明顯侵害企業商標權的情形，提供較傳統 UDRP 更加迅速、簡明且費用低的申訴程序。約莫收受投訴後1個月左右的時間可作出裁決。

UDRP

統一域名爭議解決政策

為目前最常被用來處理域名爭議的爭議解決機制，可處理傳統或新通用頂級網域之域名註冊明顯侵害企業商標的情形。無補正或單純之案件，約莫 2 ~ 3個月可作出裁決。

* 全球商標資料中心 (Trademark Clearinghouse · TMCH) ; <https://www.trademark-clearinghouse.com/>

* 統一快速中止爭議處理流程 (Uniform Rapid Suspension Dispute Resolution Procedure · URS) ; <https://www.icann.org/urs-en>

* 統一域名爭議解決政策 (Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy · UDRP) ; <https://www.icann.org/resources/pages/help/dndr/udrp-en>

28

Thanks

Do you have any questions?

CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon**, and infographics & images by **Freepik**

Please keep this slide for attribution