

学校编码: 10384

学号: 17920101151023



分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_

UDC \_\_\_\_\_

廈門大學

硕 士 学 位 论 文

手机广告商业模式研究：一个基于 QZ 移动 12580 的案例分析

Study on Mobile advertising business model: a case analysis based on QZ Mobile's 12580

郑景强

指导教师姓名：郭霖 教授

专业名称：工商管理 (MBA)

论文提交时间：2013 年 7 月

论文答辩日期：2013 年 9 月

学位授予日期： 年 月

答辩委员会主席 \_\_\_\_\_

评 阅 人 \_\_\_\_\_

2013 年 7 月

手机广告商业模式研究：一个基于 QZ 移动 12580 的案例分析

郑景强

指导教师 郭霖 教授

厦门大学



# 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（）课题（组）的研究成果，获得（）课题（组）经费或实验室的资助，在（）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

年 月 日



# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1.经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2.不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日



## 摘要

2012年，移动互联网市场规模达1500亿，2013年中国移动互联网产业更将进入井喷阶段。12580作为中国移动的战略型产品，随着运营的不断深入，未来将成为中国移动在移动互联网领域的明星产品。但是移动互联网有其特有的产品模式和商业模式，12580作为运营商转型的一部分，在战略、策略、运营、规划、落地等方面均需要转化与创新，如何在移动互联网时代，充分发挥中国移动作为渠道商、运营商、平台商的资源和能力，是当前12580面临的主要问题和亟需解决的课题。本文基于亚历山大·奥斯特瓦德（Alexander Osterwalder）和伊夫·皮尼厄（Yves Pigneur）提出的商业模式（BMC）理论，根植本地的商业市场和QZ移动的具体情况，从重要合作伙伴、关键业务、核心资源、价值主张、客户关系、渠道通路、客户细分、成本结构、收入来源等九个模块对12580商业模式进行深度研究和设计，构建一个富于前趋性、竞争力和战略性的12580大商业平台，为本地12580提供策略支撑。文章研究表明，通过九大模块重新对12580进行梳理和结构性调整，有助于中国移动12580在移动互联网领域建立适合的商务模式，将其打造成O2O商业平台，在最优化经营成本和费用投入的基础上，通过12580前后向主营产品带来稳定的收入来源，借助平台分成和客户服务溢值挖掘新的利润增长点，进而实现12580的效益经营以及快速和可持续发展。

**关键词：**移动 12580；商业模式；移动互联网





## Abstract

Mobile internet market scale reached 150 billion Yuan in 2012; in 2013 China's mobile internet industry will enter a more blowout phase. As an important product of China Mobile, along with the deepening of operations, 12580 will be a star product of China Mobile in mobile internet field. Because of the special product and business model, it is necessary for 12580 to transform and innovate in strategy, measures, and operation, plan and practice aspects. In mobile internet time, The main question and task to solved which 12580 facing at present is how to make full use of the China Mobile's resources and abilities as a distributors, operators and platform. Based on Alexander Osterwalder and Yves Pigneur's Business Model Generation(BMC) and rooted in the local commercial market and the specific situation of QZ Mobile, it is deeply analyzed and designed for 12580 business model from seven modules including key partners, business-critical, core resources, value proposition, customer relationships, channel access, customer segmentation, cost structure, sources of income , a foresighted ,competitive and strategic 12580 business platform is build, which can provide strategy support for local 12580. According to the paper, it can be concluded that through the summation and structural adjustments for 12580 from seven modules, it is helpful for China Mobile's 12580 to build suitable business model in mobile internet field, to become an O2O business platform, to gain stable income from forward-backward products, to find new profit source with platform division and customer service excess, and finally to bring 12580's economic management and sustainable development into effect.

**Key Words:** Mobile 12580; business model; mobile Internet



## 目 录

1 绪论 .....	1
1.1 论文背景及意义 .....	1
1.2 论文研究思路方法 .....	1
1.3 数据来源和分析方法 .....	2
1.3.1 数据来源 .....	2
1.3.2 分析方法 .....	3
2 文献综述 .....	4
2.1 BMC 电子商务模式 .....	4
2.1.1 国外 BMC 商业模式 .....	5
2.1.2 移动互联网行业 BMC 商业模式运营情况 .....	8
2.2 BMC 商业模式理论 .....	11
2.3 BMC 商业模式分析方法在新生领域的应用 .....	13
2.3.1 呼叫中心 2.0 .....	13
2.3.2 亿佰购物：平台买手 .....	15
2.3.3 四海商舟：借“舟”出海 .....	17
2.3.4 小结 .....	17
3 中国移动 12580 平台现况分析 .....	18
3.1 中国移动 12580 业务简介 .....	18
3.1.1 前向产品 .....	19
3.1.2 后向产品 .....	20
3.1.3 双向产品 .....	21
3.2 产品电子渠道 .....	22
3.3 QZ 移动 12580 业务 .....	23
3.4 小结 .....	29
4QZ 移动 12580 问题分析 .....	30
4.1 客户细分 .....	30
4.2 价值主张 .....	30
4.3 渠道通路 .....	31

4.4 客户关系 .....	31
4.5 收入来源 .....	31
4.6 核心资源 .....	31
4.7 关键业务 .....	32
4.8 重要合作 .....	33
4.9 成本结构 .....	33
5QZ 移动 12580 大平台商业模式创新 .....	34
5.1 基于 BMC 模块的 QZ 移动 12580 问题解决方案与对策 .....	34
5.2 QZ 移动 12580 新商业模式设计与建立 .....	34
5.2.1 客户细分 .....	35
5.2.2 价值主张 .....	37
5.2.3 渠道通路 .....	38
5.2.4 客户关系 .....	38
5.2.5 收入来源 .....	39
5.2.6 核心资源 .....	41
5.2.7 关键业务 .....	41
5.2.8 重要合作 .....	42
5.2.9 成本结构 .....	42
5.3 12580 新商业模式效益分析 .....	43
5.3.1 后向广告收入 .....	43
5.3.2 平台分销来源 .....	44
5.3.3 消费用户溢值服务来源 .....	44
6 结论 .....	46
6.1 研究的主要结论 .....	46
6.2 研究的不足之处 .....	46
参考文献 .....	47
致 谢 .....	49

## Contents

<b>1. Introduction.....</b>	<b>1</b>
1.1 Background and Significance of papers .....	1
1.2 Method thesis research ideas .....	1
1.3 The main contribution of this paper and the data sources and analysis methods.....	2
<b>2. Theoretical Foundation and Literature Review .....</b>	<b>4</b>
2.1 Description of the theory .....	4
2.2 domestic and foreign research .....	11
2.3 BMC canvas business model analysis methods in the field of application of newborn .....	13
<b>3. 12580 platform Situation Analysis .....</b>	<b>18</b>
3.1 12580 Business Profile .....	18
3.2 Product electronic channels .....	22
3.3 12580 operating status .....	23
3.4 Analysis Summary and key points Reorganizing .....	29
<b>4. QZ Market Overview .....</b>	<b>30</b>
4.1 Customer segmentation .....	30
4.2 Value proposition .....	30
4.3 Channel access.....	31
4.4 Customer relationship.....	31
4.5 Source of income .....	31
4.6 Core resources .....	31
4.7 Business-critical.....	32
4.8 Important cooperation.....	33
4.9 Cost structure .....	33
<b>5. 12580 big platform innovation strategies of new business models .....</b>	<b>34</b>
5.1. BMC module solutions to problems and countermeasures .....	34
5.2 12580 Design and build new business models .....	34
5.3 benefit analysis of new business models 12580 .....	43
<b>6. conclusions.....</b>	<b>46</b>

6.1 The main conclusions of studies .....	46
6.2 Research inadequacies .....	46
<b>References</b> .....	<b>47</b>
<b>Acknowledgements</b> .....	<b>49</b>

厦门大学博硕士论文摘要库

## 1 绪论

### 1.1 论文背景及意义

我国自从 2000 年 5 月开始推出移动互联网服务以来,移动互联网的发展相当迅速,从商业模式、产品服务、网络环境、产业链形态等均有巨大的变化和发展,2012 年,我国移动互联网市场规模达 1500 亿<sup>①</sup>,2013 年中国移动互联网产业更将进入井喷阶段。

12580 作为中国移动通信集团(以下简称中移动)的战略型产品,随着运营的不断深入,未来将进一步成为中移动在移动互联网领域的明星产品。中国移动通信集团福建有限公司泉州分公司(以下简称 QZ 移动)在过去 2010-2013 年期间,基于 QZ 当地多年的运营经验和沉淀,紧随移动互联网的步伐,与时俱进,不断提升,逐步将 12580 打造成为移动前后市场,线上线下的大平台,发展以来,已成为福建省内用户数量最多,业务交互交易额最大的平台,2012 年 QZ 移动 12580 总收入达到 9785 万元,其中后向业务收入 2492 万元。

但近几年移动互联网发展迅猛,在产品技术、服务业务、商业模式、应用资源等均日新月异,不断创新。12580 虽然拥有中国移动的背景支持,但在移动互联网领域仍需要摸索符合市场需要和自我发展要求。从近几年的发展来看,QZ 移动的 12580 目前仍未能成为移动互联网中较具影响力和渗透力的平台。平台用户的活跃度与粘性仍然处于较低位置,业务的模式单一,信源也缺乏差异化,仍未建立相对稳定的领导地位。

本论文将以 BMC 电子商务模式和理论为基础,研究国内外移动互联网市场的特点和商业模式,以 QZ 移动 12580 业务为重点分析案例,借鉴目前有代表性且较为成功的移动互联网运营经验以及商业模式,制定出适合于 QZ 移动 12580 的移动互联网策略。

### 1.2 论文研究思路方法

本文采用的研究方法主要有:

---

<sup>①</sup> 资料来源:易观智库,2012-2014 中国移动互联网市场预测[EB].  
<http://www.enfodesk.com/SMinisite/maininfo/article/detail-id-343349.html>

(1) 文献研究法：通过搜集和查阅大量的国内外文献研究资料，充分了解了国内外对移动互联网的发展现状、发展前景以及存在的问题，并对精准营销、4Cs 营销理论、数据挖掘技术、信息服务、营销管理学等方面的文献进行梳理整合，在借鉴和参考上述文献研究成果的基础上，对 12580 商务模式这一课题形成体系化科学化的认识，从而针对 QZ 移动公司 12580 电子商务面临的现实问题提出新的营销策略设计思路。

(2) 标杆分析法：通过对国内外通信行业信息服务标杆企业相关应用的研究，吸取他们发展过程中得到的经验与教训，总结提炼可以学习的方法和经验，应用于对 QZ 移动 12580 的项目研究中，以使得分析过程和结果更有依据。

(3) 实证研究法：运用数据搜集、问卷调查、深入访谈等实证研究方法，在 QZ 移动收集第一手数据和资料，并进行处理，成为本文的最核心的数据与资料来源。

(4) 访谈：为了更清晰地了解移动通信市场，针对业内人士的访谈非常必要。访谈的内容包括：国外移动互联网基本情况；中国移动互联网的发展历程；中国移动互联网目前的商业模式和前景。访谈的对象主要包括 QZ 移动的管理人员和内容服务商的人员，也包括 12580 服务公司内部相关业务的负责人。

## 1.3 数据来源和分析方法

### 1.3.1 数据来源

(1) 互联网：来自于互联网行业网站、数据服务网站、研究对象自有网站及其它互联网新闻、资讯类数据，并对同值数据进行多项对比，取录较有参考价值的数据。

(2) 内部来源：来源于 QZ 移动及合作伙伴经营分析材料、数据发布材料、BOSS 后台取数结果，数据来源真实可靠，为第一手市场研究信源。

(3) 科研材料：来源于国内外研究机构、数据调研公司、咨询分析公司的科研材料。



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库