

学校编码: 10384

分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_

学 号: 200115026

UDC \_\_\_\_\_



厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

“天元网络分众”风险项目分析

Study on “TianYuan Net Media Focus” Venture Project

张 新 铭

指导教师姓名: 李常青 教授

专 业 名 称: 工商管理(MBA)

论文提交日期: 2007 年 5 月

论文答辩时间: 2007 年 6 月

学位授予日期: 2007 年 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2007 年 5 月

「天元网络分众」风险项目分析

张新铭

指导教师: 李常青 教授

厦门大学

# 厦门大学学位论文原创性声明

学位论文 人 导师指导

人 论文 人

文 人 论文

人 :

年 月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

人 厦门大学 学位论文 厦  
门大学 主 门 指 论文

学位论文 目  
论文 学校 阅 学位论文 编  
学位论文 编 密

学位论文 密

学位论文

1 密 年 密 授

2 密

号

: : 年 月

导师 : : 年 月

## 论文摘要

天元网络分众项目 网络 会  
新 众 网络 新 项目  
项目 分众 分众 FOCUS MEDIA  
网络 分 众 网络  
网络  
新 新 新 众 主 网络  
大 网络 网络 网络  
网络  
文 分 分 风险 天元网络分众 风险项目  
网络 网络 会  
分众 分析 论 天元网络分众  
天元网络分众 位 分析  
项目  
项目 人 厦 门 天 网络  
人  
析 项目 分  
风险  
风险

**关键词：**网络 分众 风险项目

## Abstract

“Tianyuan Web-based Targeting Distribution” (Short as Tianyuan WTD) is a new online business solution. Inspired by the huge success of ‘Focus Media’, WTD is designed to integrate fragmental online resource into one platform, to discover a new level of commercial opportunity through a manageable distribution algorithm applied to utilise and maximise the combine value of small and medium ISPs. One important implementation is to provide an effective channel for both advertiser and its targeting audience.

The whole article is divided into seven sections covering the whole aspect of ‘Tianyuan WTD’.

The first chapter serves as an introduction to current situation of online advertising in general, outlines the crisis and the opportunity of this sector in China.

The second chapter has a feasibility study of ‘Tianyuan WTD’, with comparison to the traditional focusing media distribution.

Chapter Three goes a step further to cover competitor research, entry strategy, marketing and development plan.

Chapter Four is a background introduction to the founders, the structure, management team and future plan of Xiamen Tianqiao Technology Company.

Chapter Five presents a technical proposal on venture capital financing, options of cooperation and estimated profit assessment.

Chapter Six simulates accounting operation in the real world to determine the outcome of the project.

Chapter Seven highlights the foreseeable risk and the preparation for the risk.

**Key Words:** Online Adverting; Focus Media; Venture Capital Financing.

## 目 录

引 言.....	2
第一章 网络广告市场状况及机会分析.....	3
一、网络广告的定义.....	3
二、网络广告的特点.....	3
三、网络广告与传统媒体广告的比较.....	5
四、网络广告的发展现状和市场动力.....	6
五、中国网络广告市场存在的问题和机会.....	9
第二章 建设网络传媒分众的可行性.....	16
一、传媒分众在传统媒体广告领域的成功经验.....	16
二、建设网络传媒分众的可行性分析.....	17
三、网络分众与传统分众的比较.....	18
第三章 “天元网络分众”项目计划.....	21
一、“天元网络分众”项目组成.....	21
二、“天元网分众”市场营销策略.....	32
三、竞争分析.....	41
四、“天元网络分众”项目实施进度.....	45
第四章 项目发起公司介绍.....	46
一、公司简介.....	46
二、公司的组织结构.....	46
三、人力资源规划.....	48
第五章 财务预测.....	50
一、项目资金需求预测.....	50
二、主营业务收入预测.....	51
三、第一年财务预测.....	51
四、五年财务预测.....	55
五、项目投资分析.....	56
六、敏感性分析.....	59

第六章 融资方案 .....	61
一、融资计划 .....	61
二、风险资金收益分析 .....	62
三、风险投资的介入和退出 .....	62
第七章 经营风险与对策分析 .....	64
主要参考文献 .....	66
后 记 .....	67

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学博硕士学位论文摘要库



---

## Contents

<b>Introduction.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapter One: An analysis to online advertising market.....</b>	<b>2</b>
1. The definition of online advertising.....	2
2. The features of online advertising .....	2
3. A comparison between online advert and the advert.....	4
4. Current situation and the market driven force.....	5
5. The crisis and the opportunity of Chinese online advertising .....	8
<b>Chapter Two: The feasibility of online advertising development ...</b>	<b>15</b>
1. The success of Focus Media in traditional advertising.....	15
2. The feasibility study of online targeting media distribution.....	16
3. Online targeting media VS traditional focus media .....	17
<b>Chapter Three: 'Tianyuan WTD' project.....</b>	<b>20</b>
1. An introduction to 'Tianyuan WTD' .....	20
2. The marketing strategy .....	31
3. Competitor research .....	40
4. The development stage of 'Tianyuan WTD' .....	44
<b>Chapter Four: Project implementation model.....</b>	<b>45</b>
1. Company introduction.....	45
2. The structure of the company .....	45
3. Human resource .....	47
<b>Chapter Five: Practical accounting simulation .....</b>	<b>49</b>
1. Funding required .....	49
2. The ETD business revenue.....	50
3. The simulated accounting in the Year One .....	50
4. The simulated accounting in the Five Years .....	54
5. Financial analysis of the project.....	55
6. Bias analysis.....	58
<b>Chapter Six: Financing proposal.....</b>	<b>60</b>
1. Financing project .....	60
2. Income analysis of Venture Capital.....	61
3. Involvement and withdrawal of Venture Capital.....	61
<b>Chapter Seven: Operational risk and solution .....</b>	<b>63</b>
<b>References .....</b>	<b>65</b>
<b>Appendix.....</b>	<b>66</b>

## 引 言

目 网新 类  
类 WEB2.0 风 大 风 年 论  
新 网 大 大

: 网 天  
天 天 网

风险 网  
风险 指  
项 文 新

会

MBA 学 会 网  
网络 网络

网络 导师 新  
网络分众 风险  
项目 论文 文  
师 指

# 第一章 网络广告市场状况及机会分析

## 一、网络广告的定义

网络指文网络  
 网络网络  
 众网络网络网网

## 二、网络广告的特点

### (一) 传播范围广，无时空限制

网络网络 24  
 网 人

### (二) 定向与分类明确

网络大网络网络  
 众目  
 主位士网络网  
 网络人  
 主

### (三) 灵活的互动性和选择性

网络网络网  
 网 人

### (四) 精确有效的统计

大 人  
 网络

大

cookie

网

人 类

cookie

类

阅 分 分

评  
新

**(五) 内容丰富、形象生动**

大

网络

大

Banner

网络

常

大大

网络

文

**(六) 易于实时修改**

网

**(七) 价格低廉**

网络

网

位 ( )

网络

(八) 传播的非强迫性

众 众 众 网络  
众 主 大

(九) 创意的局限性

Web 常 常 大  
15 2  
大

(十) 可供选择的广告位有限

( 常位  
位 ) 位  
位 大 主  
网 网 位  
导 网 网 位  
主 位 张  
位 Sohu 主  
网络 网 众 网  
网 人 网络

三、网络广告与传统媒体广告的比较

——网络

1 网络

大

网络 天 分 网

络

1 网络

	网络	/	/
		,	, 人
			众
			众
	网主阅	大阅	阅
	文	文	
众	大 学 63.5%		
	网络		
人			

四、网络广告的发展现状和市场动力

(一) 国外网络广告市场的发展与现状

1990 年 网 新 网 网 导  
 络 网  
 2000 年 网  
 新 网络 2005 年 网络  
 125 元 Parks Associates 2010 年 网络  
 235 元 Piper Jaffray 网络  
 2005 年 195 元 2010 年 550 元  
 (Zenith Optimedia) 2006 年  
 网 4.6% 2008 年 6.4%  
 网 2006 年 年 网络  
 5.8% 大

网

[EB]. ://www.ccw.com.cn/news2/internet/htm2006/20060510\_09OAV.htm .

网络

[EB]. http://www.stcore.com/itnews/2006-06/1151080575d78540.html.

WR Hambrecht + Co 分析师

主

会

大

主

网络

2005 年

23.5%

21%

网络

3%

3.5%

网

20%

iResearch

OUTSell 625

2005 年

16.2%

网络

2006 年

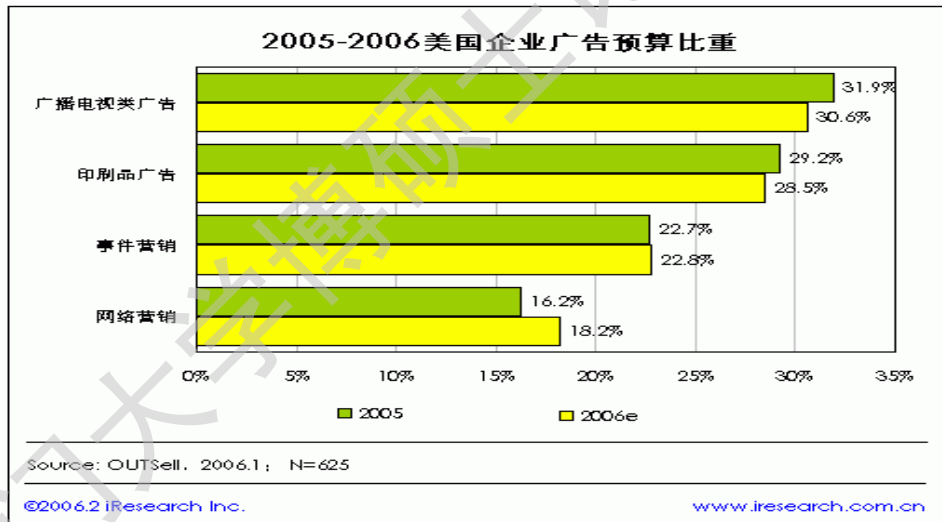
18.2%

网络

2006 年网络

2006 年

类



### 1 2005-2006

: 2006 年 网络 [EB].

[http://www.iresearch.com.cn/html/online\\_advertising/detail\\_views\\_id\\_26947.html](http://www.iresearch.com.cn/html/online_advertising/detail_views_id_26947.html).

### (二) 中国网络广告市场的发展与现状

1997 年 CHINABYTE 网

网络

网

络

网络

(CNNIC)

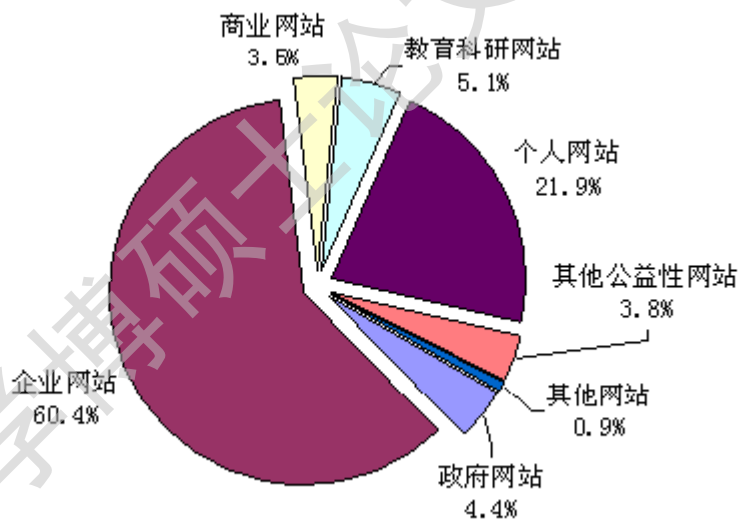
2004

网

[EB]. [http://www.ccw.com.cn/news2/internet/htm2006/20060510\\_09OAV.htm](http://www.ccw.com.cn/news2/internet/htm2006/20060510_09OAV.htm).

年 7 年 网 140 年 20 30  
 大 网大 2006 年 1 月 17  
 网络 2005 年 12 月 31 网  
 1.11 人 网 8.5 网人  
 5 人 人 网 25  
 2005 年 网 网 15.9  
 网 网 网 , 网络 大  
 众

2005 年 网络  
 694200 网 分 2



## 2 类网 分

网 2005 年 网络 [R]. 年 月

网 网 分教 网 30 网  
 网络 天 1000 4 天  
 5000 2 网 网络

17 网络 [EB]. <http://www.net598.com/downinfo/121.html>.  
 网 2005 年 网络 [R]. 年 月



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.

厦门大学博硕士论文摘要库