



## 某文化传媒有限公司融资项目 商业计划书案例

编制单位：北京尚普信息咨询有限公司

联系电话：010-82885739      传真：010-82885785

邮编：100083      邮箱：[hfchen@shangpu-china.com](mailto:hfchen@shangpu-china.com)

北京总公司：北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 1118 室

网址：<http://plan.cu-market.com.cn/>

<http://www.shangpu-china.com/>

# 目 录

第一章 项目概况 .....	1
第一节 公司简介 .....	1
第二节 市场 .....	1
第三节 营销 .....	2
第四节 投资与财务 .....	2
第五节 组织与人力资源 .....	2
第二章 产品与服务 .....	3
第一节 产品 .....	3
第二节 内容服务 .....	5
第三章 市场分析 .....	5
第一节 国家宏观环境分析 .....	5
第二节 市场现状及发展趋势 .....	6
第三节 市场盈利模式 .....	7
第四节 购买决策过程 .....	7
第五节 市场容量 .....	7
第六节 竞争分析 .....	8
第七节 细分市场分析 .....	9
第八节 SWOT 分析 .....	9
第四章 企业战略 .....	9
第一节 公司简介 .....	9
第二节 股权结构 .....	10
第三节 组织框架 .....	10
第四节 公司发展战略 .....	10
第五章 营销战略 .....	11
第一节 产业周期 .....	11
第二节 进入战略 .....	12
第三节 战略理念 .....	12
第六章 营销策略 .....	12

第一节 营销总目标.....	12
第二节 营销目标细化.....	13
第三节 产品策略.....	13
第四节 价格策略.....	13
第五节 渠道策略.....	13
第六节 推广策略.....	13
第七节 广告策略.....	13
第八节 公关策略.....	13
第九节 品牌策略.....	13
第七章 财务分析.....	13
第一节 融资需求计划.....	13
第二节 股本结构及规模.....	14
第三节 主要财务假设及长期财务战略.....	14
第四节 固定资产投资.....	14
第五节 营业收入预估.....	14
第六节 成本费用估算.....	15
第七节 预计财务报表.....	15

## 第一章 项目概况

### 第一节 公司简介

某文化传媒有限公司是一家以网络流媒体技术开发与应用为核心业务的高科技公司，拥有 P2P 流媒体视频系统，能以低廉的成本提供高质量、高并发的视频服务。

视频服务是目前最具投资价值之一的行业，市场需求大，收入逐步增长，随着国内版权意识的加强，各类收费服务的出现，将给 P2P 流媒体带来机遇。

公司将注重短期目标与长远战略的结合，短期内迅速扩展用户群，中长期将逐步扩宽产品领域，并获取盈利。公司将整合所有市场上可利用的所有关于教育、科技、文化的资源，发布于旗下的心域建帮 P2P 流媒体视频系统，以这一核心内容吸引用户，以某系统强大的核心技术留住用户，不断扩大用户群，拓展市场。同时公司将涉足体育赛事的在线直播、远程教育、视频会议、视频监控、在线点播、媒体广告等流域，以丰富的盈利方式与各方面合作商进行广泛的合作，形成以 P2P 流媒体为核心技术的多元化经营集团公司。

**公司使命：** 让全中国乃至全世界的网民随时随地收获知识和文化。

**公司战略：**

前期（1~2 年）：第一年免费提供适应需求的资源服务，迅速吸引用户，扩大用户群；依靠平台尖端的技术，丰富的用户体验留住用户，建立用户忠诚度。第二年开始启动广告业务，开始大规模盈利。

中期（3~4 年）：在继续推出优质的视频资源服务，巩固用户群体的基础智商，全面发展广告收益、技术服务等多种盈利模式，需要提高相关业务市场占有率。

后期：达到五年预期各项目标，依据实际情况，拓展新的业务。

.....

### 第二节 市场

根据中国互联网信息中心（CNNIC）2013 年发布的《第 26 次中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2013 年，中国网民人数已经达到 3.62 亿，位居世

界第一。

.....

### 第三节 营销

由于产品的服务平台的特性，我们的产品同一般的快速消费品相比，具有自身的特点：我们同时面对用户客户，技术服务客户和广告客户。这需要我们很好明确的自己在各个目标服务对象市场中的位置与策略，确定各个时期的营销重点。

面对用户客户，我们作为优秀教科文视频资源传播者，我们为用户提供优质的文化视频套餐。

面对技术服务顾客，我们作为流媒体行业的技术服务专家，我们为顾客提供最强大的技术支持和最周到的服务。

面对广告客户，我们作为客户群细分专家，能好的瞄准企业需要的客户群，用最小的投入，覆盖最广的目标人群。

我们根据市场的变化和公司的战略目标确定各个时期的营销组合侧重点。前期的重点是用户客户，使用人群的数量和用户群的市场占有率是视频播放平台的生命线，有了强大的用户群作为支撑，后期的一切发展才有支撑。另外，技术服务业将在第一阶段开始探路。以后的各期，我们会不断地根据实际情况，来调整重点，在竞争中发展成长。

视频内容的优质整合，流媒体推广创新，将是公司长期坚持的策略。

.....

### 第四节 投资与财务

.....

### 第五节 组织与人力资源

公司性质是有限责任公司，初期组织结构采取直线制。公司所有权与经营权分离，实行总经理负责制。总经理下设市场营销部经理、技术部经理、财务部经理、研发部经理、公关部经理、人力资源部经理各一位。

## 第二章 产品与服务

### 第一节 产品

#### 一、产品概述

本项目产品名称是 PPcast P2P 流媒体服务系统，利用 P2P 原理建立的流媒体发布平台。该平台具有国际领先水平，连接速度快、视频质量好、支持双屏、具有智能电子节目预告、占用主干网络带宽小、成本低廉、能进行用户数据分析、收视率分析、区域收视分析、区域广告投放等功能。其技术标准高于行业水平，处于领先地位。

.....

#### 二、实现的系统功能

系统通过组建 P2P 网络结构实现应用层组播通信，并利用流媒体技术建立一个网上视频直播系统。

目前，利用本系统，我们将实现在一台普通的 PC 机发布视频信息，比如直播电视，电影等，这样不但收看或收听者可以选择自己喜欢的节目源，而且并发用户数也可不受节目源性能的影响。传统的电视台媒体也可以通过花极少的费用去配置一两台服务器而轻松的把自己的节目搬到 Internet 上。

系统通过“目录服务器”、“发布源程序”、“客户端播放程序”和“远程控制工具”四部分实现发布、搜索、播放流媒体资源的功能。并利用网、树等数据结构实现 P2P 网络结构。

.....

#### 三、后台运行

后台系统分为发布源服务器、目录服务器和时移存储与索引服务器。

1、发布源服务器的功能：发布源服务器程序提供对流媒体的编码、解码、发布、接收功能。在一台具有宽带网络的主机上，只要配置好本程序，您将可以在其它连接上同一网络的主机上以流媒体方式接收视频。

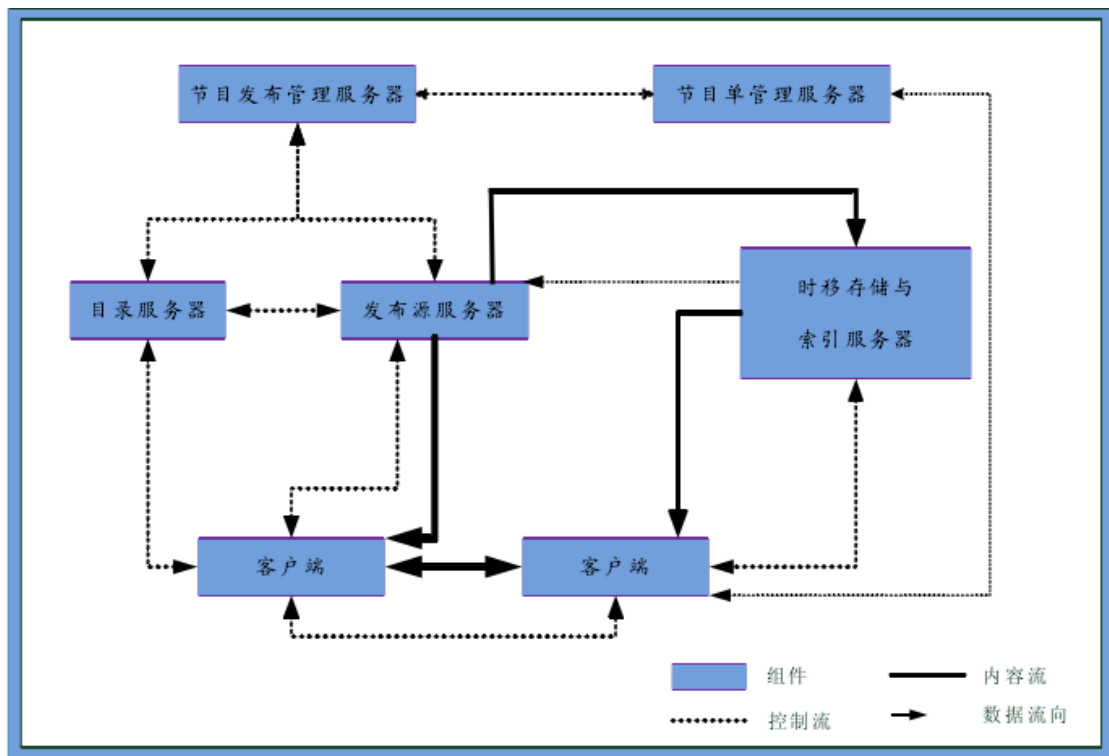
2、目录服务器：目录服务器程序是整个系统的信息交互中心，主要功能管

理连接用户的信息，是客户端程序进行注册、搜索其它用户信息的场所，同时，此服务器也负责记录、检验用户在线信息。程序利用大量树、网结构来实现用户与用户之间的信息交换功能。此外，目录服务器也负责接收发布用户的注册信息，使得加入系统的“频道”逐步增多。

3、时移存储与索引服务器：接收、存储、索引、发送时移数据。

系统框架图如下：

图表 1：本项目产品系统后台运行框架图



.....

#### 四、产品优势

经在教育网和电信网络的试运行，与现有的 P2P 服务系统相比，PPcast 流媒体视频服务系统具有了以下的主要优点：

- 极大节约硬件成本以及网络带宽成本；
- 连接速度快，正常情况下在 5S-10S 内完成，现行平台需 30S 左右；
- 稳定性好，扩展性强，易维护；
- 视频质量高，画质清晰度高；
- 对公网的带宽占用少；

- 具备特有的服务器端时移和客户端时移功能；
- 具备特有的双屏功能；
- 具有 P2P 点播功能，即点即播；
- 具有客户分析和收视率分析功能；

## 第二节 内容服务

本项目建设单位以领先的技术，致力做最好的教科网络电视台。一方面，公司对互联网上的教育、科学和文化领域的现有的资源进行整合，并不断的开拓发掘新资源；另一方面，公司通过专业的审查和整理，传播高品质的教科资源。公司致力于打造最真诚最优质的服务，给用户一个全新的体验！

### 一、内容服务的优势与劣势

.....

### 二、发展趋势

.....

## 第三章 市场分析

### 第一节 国家宏观环境分析

#### 一、国家政策以及法律法规（Policy）对本行业的影响

《信息网络著作权条例》规定了网上传播一般作品适用“授权许可”模式。许多 P2P 流媒体运营商通过与内容版权商合作，通过签订相关协议获得某种授权，便可以在网络上以某种约定的方式传播其内容，这是当前一种现实可行而有效的解决版权问题的方法。

国家实行科教兴国的战略，将最新的 P2P 流媒体技术应用到科学文化教育领域，切合了国家这个长远的发展战略，必将受到国家和政府的支持。

总之，通过与内容版权商的合作有效解决版权问题，将 P2P 流媒体行业与教育科技文化事业紧密联系起来，该行业将走上一条合法的有前景的发展道路。



## 二、经济因素(Economy)对本行业的影响

.....

## 三、社会因素(Society)对本行业的影响

.....

## 四、技术因素(Technology)对本行业的影响

.....

## 第二节 市场现状及发展趋势

### 一、现状

互联网和多媒体技术的完美结合，把我们推向一个自由的图文声像时代，这是一个历史性的进程。人们已不再满足于用简单的文字，图像或声音等传统的方式来获取信息，进行交流。人们希望更自由地运用多媒体图文声像直观的获取信息，进行学习交流。

Flash 的飞速发展，很好的表达了人们的这一诉求，但简单的 Flash，并不能很好的满足人们对多媒体信息载体的要求。于是视频被搬上了互联网，各大门户网站纷纷抢滩视频市场，众多的专业视频网站一拥而上。然而前途并不光明，由于现行的 C/S 模式，及网络带宽的限制，使得这些视频相当的不稳定，用户往往需要花费相当的时间来等待视频的缓冲，这对于要求自由快速沟通的用户来说是致命伤。面对这种困境，较流行的对策是降低单位内容的大小，以此减少对带宽的占用，但是这必须牺牲用户体验，降低视频质量，这是极大的冒险。另外这种模式，对服务器容量的要求相当高，硬件成本很大，尚未形成相对成熟的经营模式。所以如今的专业视频网站中，只有寥寥几个幸运儿，如优酷、土豆等新的解决方案呼之欲出。

.....

### 二、趋势

.....

## 第三节 市场盈利模式

广告收入+技术服务收入+付费节目收入

### 一、广告收入

通过建立忠实稳定的用户群，吸引广告商的关注和广告投放，从中获取广告费用。这也是盈利中最重要的部分。

### 二、技术服务收入

.....

### 三、付费节目收入

.....

## 第四节 购买决策过程

### 一、用户客户

面对大量可选的网络视频，用户会衡量比较候选者各方面条件，内容组合、链接速度、视频质量、播放功能、外观感受等等。网络视频的技术支持、内容的组合及特色性，起着吸引用户的决定性因素。

### 二、广告客户

.....

### 三、技术服务客户

.....

## 第五节 市场容量

### 一、用户市场容量

目前存在 3900 万人对网络电视形式的科技文化教育资源确实有需求的用户，而在这 3900 万人之外，我们认为还存在着对科技文化教育类视频资源有需

求的用户，只是暂时缺少一个这样的平台提供这样的服务，一旦这样的服务已推出，即将把这一部分用户吸收为忠实的用户。

.....

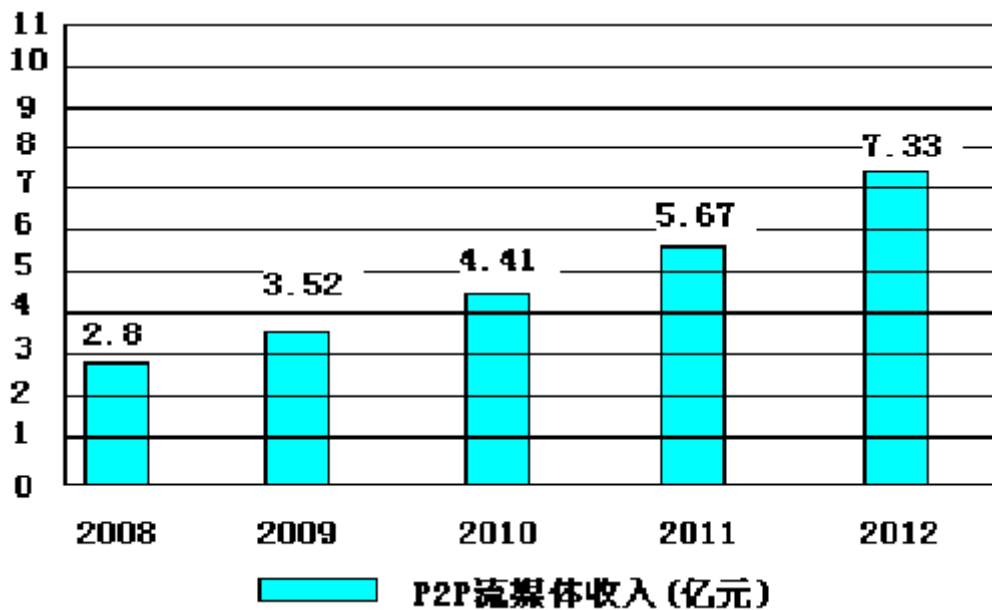
## 二、技术服务市场容量

.....

## 三、市场收入容量

根据艾瑞市场咨询公司对中国 P2P 流媒体行业的市场调查。计算得出 2008-20112 年 P2P 流媒体市场的总收入将分别是 2.8 亿，3.52 亿，4.41 亿，5.67 亿，7.33 亿元人民币，如下图所示：

图表 2：中国 P2P 流媒体市场收入规模



数据来源：艾瑞咨询

## 第六节 竞争分析

### 一、竞争对手分析

#### PPlive

PPlive 诞生于华中科技大学，是现在一款比较流行的 P2P 流媒体播放器。播放器采用浅蓝色基调，界面清新友好，频道内容丰富，主要提供娱乐性的网络

视频直播，点播服务。PPlive 拥有全球大约 8500 万用户，并拥有众多广告合作伙伴，包括实力、奥美、传立等国际 4A，也有 Intel、SONY 等品牌客户。

PPlive 在教育这一块也有所体现，比如有金融股市方面的频道 8 个，营销成功学 3 个，高考 1 个等等，在 739 个频道中只有不超过 20 个频道属于科技文化教育类，不到 3%。

.....

## 二、替代品分析

视频网站为我们的主要威胁替代者：

### 土豆网

作为国内最早兴起的视频网站之一，土豆网拥有最大数量的用户。其媒介传播方式主要为用户自主上传及推荐视频，是标准的 web2.0 所倡导的用户提供内容模式。

预计未来走向：继续延续用户自主提供内容的模式，以优质服务和高参与度的用户体验方式留住用户，吸引风投进行融资，盈利模式不明确。

.....

## 三、供应商分析

.....

## 第七节 细分市场分析

.....

## 第八节 SWOT 分析

.....

## 第四章 企业战略

### 第一节 公司简介

.....

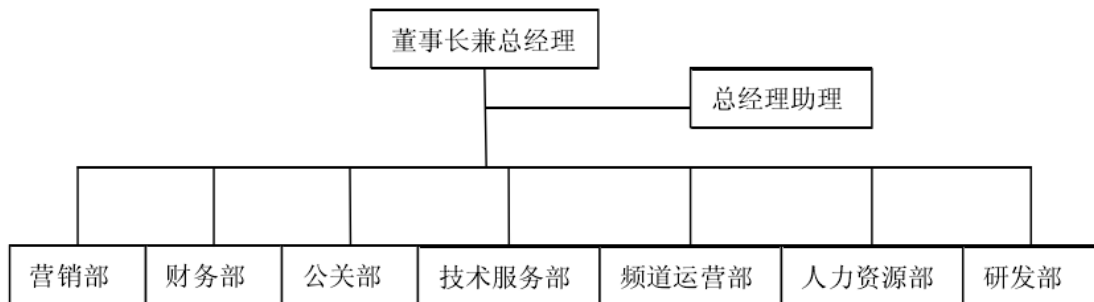
## 第二节 股权结构

.....

## 第三节 组织框架

创业初期公司将采取直线职能式组织结构，框架如下图所示：

图表 3：公司组织架构图



### 一、各职位及部门的职能介绍

**董事长兼总经理：**负责公司的总体规划、公司的日常事务，指定战略、平衡、协调主管之间的关系，指定和解雇部门经理，在每个财政年度末听取各部门的工作汇报，决定公司的发展战略和基本的政策以及重大事项。

.....

### 二、公司劳动定员

.....

### 三、薪酬体系

.....

## 第四节 公司发展战略

### 一、总体战略

.....

## 二、初期战略

.....

## 三、中期战略

.....

## 四、长期战略

.....

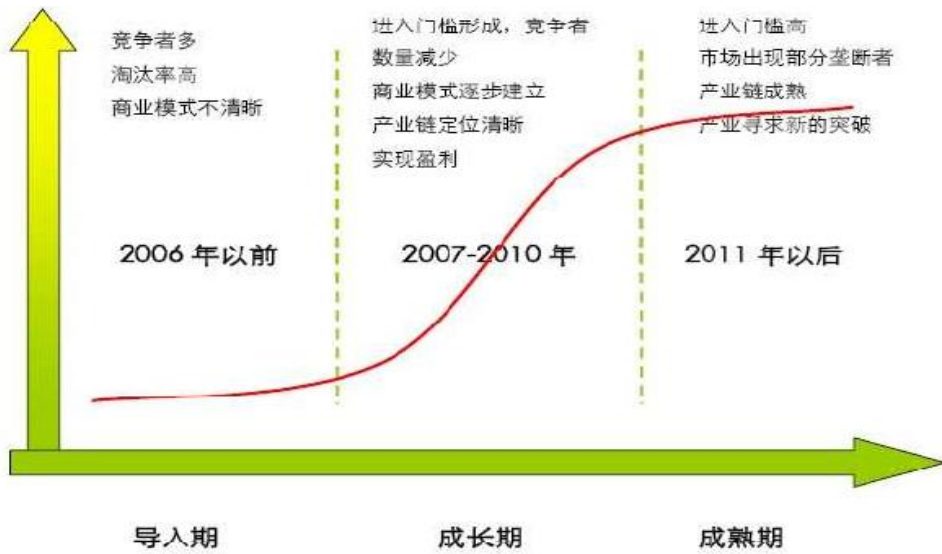
# 第五章 营销战略

## 第一节 产业周期

目前网络视频产业，经过几年的培育，已经初具产业规模。目前网络电视用户群体达到 1 亿，在未来几年仍将持续增长；基于流媒体技术的网络视频公司已经达到 150 家，已经开始第一轮的分化，主要的几大网络视频公司如 PPlive、UUsee、PPstream 等在拿到几轮的风投后，极速扩张，占领了绝大部分的市场份额，已经开始盈利。

网络视频广告进入快速增长期，已经有进入了产品生命周期最有活力的成长期。网络视频产业发展可分为导入期、成长期、成熟期三个阶段，其中 2006 年以前为中国网络视频行业发展的导入期（即行业初期），2007 年-2010 年为其成长期（即行业高速发展期），2011 年及之后成为其成熟期（即行业成熟、再度突破期），中国网络视频产业已经进入元年。

图表 4:中国网络视频行业发展阶段



## 第二节 进入战略

.....

## 第三节 战略理念

.....

## 第六章 营销策略

### 第一节 营销总目标

图表 5: 本项目营销总目标

时期	营销目标
初期 (1年左右)	实现受众群体约 4500 万, 占领目标市场, 扩大知名度, 打造公司教科文资源优秀传播者的品牌形象, 将网络电视台的思想传达给顾客, 实现技术服务收入约 257 万。
中期 (2年左右)	实现销售收入 2489 万, 建立辐射全国的网络, 利用奥运的机遇, 形成一批稳定的忠实的网络观众, 初步树立公司优秀文化传播公司的形象, 技术服务和视频节目相互促进, PPcast 网站开始盈利
长期 (第 5 年后)	实现收入 5573 万, 公司网络优秀文化传播公司的领军地位初步确立, 拥有用户群体约为 7500 万, 与产业中的主要合作者建立相对稳定的关系, 保证优质的内容供应和一定的广告收入及技术服务收入

## 第二节 营销目标细化

.....

## 第三节 产品策略

.....

## 第四节 价格策略

.....

## 第五节 渠道策略

.....

## 第六节 推广策略

.....

## 第七节 广告策略

.....

## 第八节 公关策略

.....

## 第九节 品牌策略

.....

## 第七章 财务分析

### 第一节 融资需求计划

公司融资需求计划如下所示：



图表 6: 融资需求计划表

(单位: 元)

项 目	金 额	
固定资产	研发类	605,370
	非研发类	354,400
	合计	959,770
各项费用	开办费	57,000
	租金	396,000
	网络费	1,386,200
流动资金	1,000,000	
<b>总计</b>	<b>3,758,740</b>	

## 第二节 股本结构及规模

.....

## 第三节 主要财务假设及长期财务战略

.....

## 第四节 固定资产投资

资金主要用于购置固定资产及其它项目开支,如购买公司经营过程中所需的设备,支付其它各类期间费用等,还有一部分用作流动资金。公司初期筹集货币资金 480 万,均由某公司提供。

.....

## 第五节 营业收入预估

公司并行开发免费平台和技术服务两条路线,一方面在互联网上获取品牌形象,通过 P2P 视频系统播放器和门户网站为商家做广告;另一方面做企业的技术服务,提供 P2P 视频系统。公司的主要营业收入来自广告收入和为企业提供技术服务。

预计项目运营第五年总收入可以达到 5573 万元,其中广告收入 4400 万元,技术服务收入 1173 万元。

.....

## 第六节 成本费用估算

.....

## 第七节 预计财务报表

相关财务假设：

(1) 会计制度：《企业会计制度》，记账本位币：人民币；

(2) 公司设在东莞市松山湖高新技术园区，享受“三免三减半”的税收优惠政策。即新技术企业成立的前三年是免所得税的，第四到第六年是 7.5% 来征收，第六年之后是按 15% 来征收所得税；

(3) 按每年税后净利润的 10% 提取盈余公积金，取消公益金的计提；

(4) 企业收账政策为按照定单每年预收下年度账款的 25%，当年收回 60% 的账款，其余 15% 下年收回。企业的付款政策为当年支付 85% 账款，下年度支付剩余的 15%。

根据财务测算，预计运营第五年本项目实现净利润 2744 万元，所得税 484 万元。五年净现值 30275 万元。动态投资回收期为 2.55 年。内部收益率为 36.93%，大于标准折现率 12%。运营期第五年盈亏平衡点为 15%。上述指标表面本项目具有较好的盈利前景。

预估资产负债表：

.....

预估营业收入及税金表：

.....

预估总成本费用表：

.....

预估利润及分配表：

.....

预估现金流量表：

.....

## 尚普咨询各地联系方式

**北京总部：**北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 1118 室

联系电话：010-82885739 13671328314

**河北分公司：**河北省石家庄市长安区广安大街 16 号美东国际 D 座 6 层

联系电话：0311-86062302 0311-80775186 15130178036

**山东分公司：**山东省济南市历城区二环东路东环国际广场 A 座 20 层

联系电话：0531-61320360 0531-82861936 13678812883

**天津分公司：**天津市和平区南京路 235 号河川大厦 A 座 16 层

联系电话：022-87079220 022-58512376 13920548076

**江苏分公司：**江苏省南京市秦淮区汉中路 169 号金丝利国际大厦 13 层

联系电话：025-86870380 18551863396

**上海分公司：**上海市浦东新区新区商城路 800 号斯米克大厦 606 室

联系电话：021-51860656 18818293683

**西安分公司：**西安市高新区科技五路北橡树星座 B 座 2602 室

联系电话：029-89574916 15114808752

**广东分公司：**广州市天河区林和西路 157 号保利中汇广场 A 座 9 层

联系电话：020-84593416 13527831869