



## 北京某媒体创意及营销网络平台项目 可行性研究报告案例

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 总论 .....	1
第一节 项目名称及建设地点 .....	1
第二节 建设单位、注册地址及法定代表人 .....	1
第三节 项目负责人和联系人 .....	1
第四节 项目简介 .....	1
第五节 编制依据 .....	1
第六节 主要结论 .....	1
第二章 项目单位概况 .....	1
第一节 公司基本情况 .....	1
第二节 公司主营业务 .....	1
第三节 公司组织结构 .....	2
第三章 项目相关背景 .....	2
第一节 项目相关行业背景 .....	2
第二节 项目的必要性 .....	3
第三节 项目的可行性 .....	4
第四节 项目与现有业务的关联度 .....	4
第四章 项目行业市场现状与发展前景分析 .....	4
第一节 行业相关定义 .....	4
第二节 发展概述 .....	5
第三节 市场规模分析 .....	5
第四节 市场竞争格局分析 .....	6
第五节 进入行业的主要障碍 .....	6
第六节 行业发展趋势 .....	7
第五章 项目运作模式 .....	7
第一节 项目建设内容 .....	7
第二节 项目运作模式 .....	7
第三节 项目盈利模式 .....	8
第六章 项目选址 .....	8

第一节 项目建设地点.....	8
第二节 项目所在地发展环境.....	8
第七章 环境保护措施和消防、节能.....	8
第一节 环境保护措施及相关审批情况.....	8
第二节 消防.....	8
第三节 节能.....	8
第八章 企业组织机构、劳动定员和人员培训.....	8
第一节 企业组织.....	8
第二节 项目劳动定员.....	9
第九章 项目资金募集及使用计划.....	9
第一节 募集资金估算范围与依据.....	9
第二节 建设投资估算.....	10
第三节 流动资金估算.....	10
第四节 项目总投资估算.....	10
第五节 资金筹措和使用计划.....	10
第十章 项目建设规模与建设进度计划.....	10
第一节 项目实施进度安排.....	10
第二节 项目实施进度表.....	10
第十一章 项目未来发展目标.....	11
第一节 项目未来发展计划.....	11
第二节 募投项目的目标所依据的假设条件.....	11
第三节 实施过程中可能面临的主要困难及解决办法.....	11
第十二章 与项目相匹配的各项能力分析.....	11
第一节 项目管理能力分析.....	11
第二节 技术研发创新能力分析.....	11
第三节 营销能力分析.....	11
第四节 人力资源开发和管理能力分析.....	11
第十三章 项目经济效益分析.....	11
第一节 评价依据.....	11
第二节 项目的营业收入结构.....	11

第三节 项目成本费用分析 .....	12
第五节 项目利润 .....	12
第六节 项目投资未来的现金流量预测 .....	12
第十四章 项目风险分析及控制措施 .....	13
第一节 产业政策和行业监管变化的风险 .....	13
第二节 项目运营风险 .....	13
第三节 市场竞争风险 .....	13
第四节 专业人才和核心人员流失风险 .....	13
第五节 法律风险 .....	13
第六节 募集资金投资项目风险 .....	13
第十五章 项目可行性研究结论及建议 .....	14
第一节 拟建方案建设条件的可行性结论 .....	14
第二节 经济效益的可行性结论 .....	14
第三节 市场消化能力的可行性结论 .....	14
第四节 环境影响的可行性结论 .....	14
第五节 研究结论总述 .....	14

## 第一章 总论

### 第一节 项目名称及建设地点

项目名称：媒体创意及营销网络平台项目

建设地点：本项目的办公场所拟采用租赁的方式予以解决。

### 第二节 建设单位、注册地址及法定代表人

### 第三节 项目负责人和联系人

### 第四节 项目简介

投资总额：40,000.00 万元

建设周期：2 年

项目基本情况：

本项目拟投资建设一个能为广告客户提供从市场调研、品牌策划、广告创意、广告设计到媒介策划、媒介购买、监测评估的综合营销创意制作中心。以此加强与产业链上游广告主之间的联系，并与其它募投项目产生协同效应，以此强化上市公司提供整体营销解决方案的能力，最终实现上市公司打造数字营销全产业链布局的愿景。

.....

### 第五节 编制依据

### 第六节 主要结论

## 第二章 项目单位概况

### 第一节 公司基本情况

### 第二节 公司主营业务

### 第三节 公司组织结构

## 第三章 项目相关背景

### 第一节 项目相关行业背景

#### 一、产业政策背景

##### (一) 主要法律法规

随着互联网市场的发展，互联网营销行业发展迅速，为鼓励行业发展，政府制定并实施了一系列的法律规范及优惠扶持政策。

图表 1：互联网广告业主要法律法规

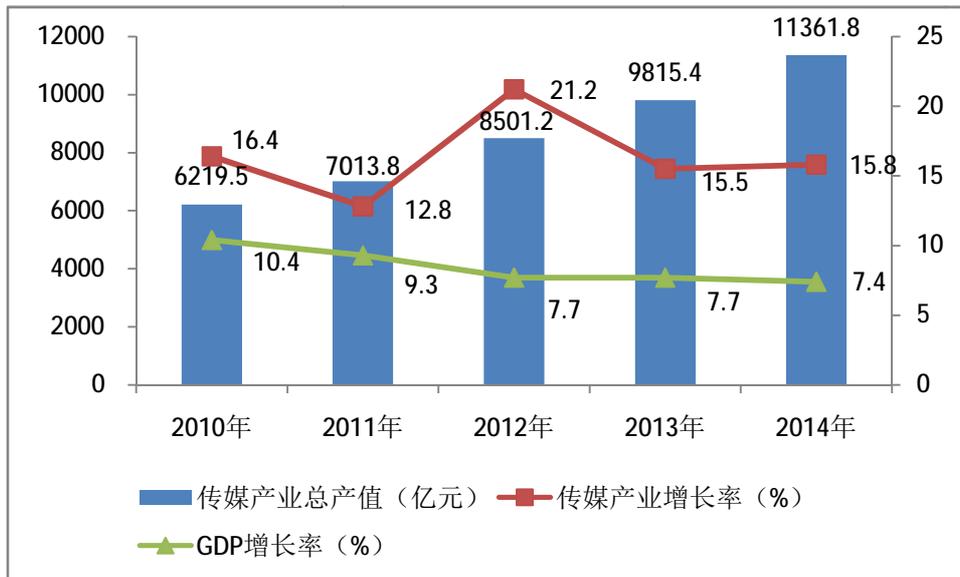
序号	法规名称	颁发单位	颁发、修订日期
1	《中华人民共和国广告法》	人大常委会	1995年2月1日
2	《互联网信息服务管理办法》	国务院	2000年9月25日
3	《关于加强网络信息保护的決定》	人大常委会	2012年12月28日
4	《信息网络传播权保护条例》	国务院	2013年1月30日
5	《信息安全技术：公共及商用服务信息系统个人信息保护指南》	工信部	2013年2月1日

.....

#### 二、市场需求背景

2015年5月,《中国传媒产业发展报告(2015)》分析了2014年中国传媒产业的发展格局,对整个传媒产业的发展有一个整体的宏观的把控,梳理了传媒产业一年的发展态势,并且发布很多权威的数据。2014年全年传媒产业总值达11,361.8亿元,首次超过万亿元大关,较上年同比增长15.8%。2014年互联网与移动增值市场的份额不但一举超过传统媒体市场份额总和,领先优势达到10.3%,并且差距还有继续扩大的趋势。

图表 2：2010-2014 年中国传媒产业总产值及增长率



数据来源：中国传媒产业发展报告(2015)

.....

## 第二节 项目的必要性

随着互联网的迅猛发展，报纸杂志等传统媒体增长乏力，互联网媒体在营销市场中的份额快速上升，互联网媒体已经发展成为受营销客户重视的主流媒体之一。根据 iresearch 《中国网络广告行业年度监测报告 2015 年》，2014 年，我国互联网营销市场整体规模达 1,573.4 亿元，同比增长 41%，是仅次于电视广告的第二大营销方式，2018 年互联网营销市场规模有望突破 4,000.00 亿元。互联网广告对报纸广告市场的超越是一个重要节点，印证了互联网营销的巨大价值。

中国互联网营销市场孕育着极大的发展潜力。一是由于中国经济的持续健康发展，生产的商品和服务越来越多，品牌客户的营销需求将持续增加，从而促进中国互联网营销市场的发展；二是中国互联网营销市场规模占营销产业总规模的比重虽然一直在增长中，但依然低于国际平均水平，还有较大的成长空间。2004 至 2014 年之间，除去 2009 年受金融危机影响，网络广告市场增长率基本保持在 40% 以上，一直处于高速发展期。

数字营销市场的快速发展有可能导致行业格局发生变化，只有抓住行业成长

的窗口期，才能迅速扩大业务规模、占领市场份额，在市场竞争中建立持续领先的优势基础。因此，基于行业迅速发展的趋势，公司应该尽快在营销重点城市扩大营业场所、扩招行业优秀人员，提前为营业规模扩张做好必要的准备。

.....

### 第三节 项目的可行性

#### 一、项目符合国家产业政策导向，政策环境良好

2014年2月26日，国务院以国发〔2014〕10号印发《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》。意见中指出，文化创意和设计服务具有高知识性、高增值性和低能耗、低污染等特征。推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展，促进与实体经济深度融合，是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措，是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求，是促进产品和服务创新、催生新业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高人民生活质量的重要途径。意见同时提出，加快数字内容产业发展。推进数字绿色印刷发展，引导印刷复制加工向综合创意和设计服务转变，推动新闻出版数字化转型和经营模式创新。

同时，“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”在《产业结构调整指导目录（2011年本）》（2013年修订）被确定为鼓励类产业。

综上所述可以看出，本项目的建设符合国家政策的发展方向，受国家产业政策的鼓励和扶持，项目建设有着良好的政策环境。

.....

### 第四节 项目与现有业务的关联度

## 第四章 项目行业市场现状与发展前景分析

### 第一节 行业相关定义

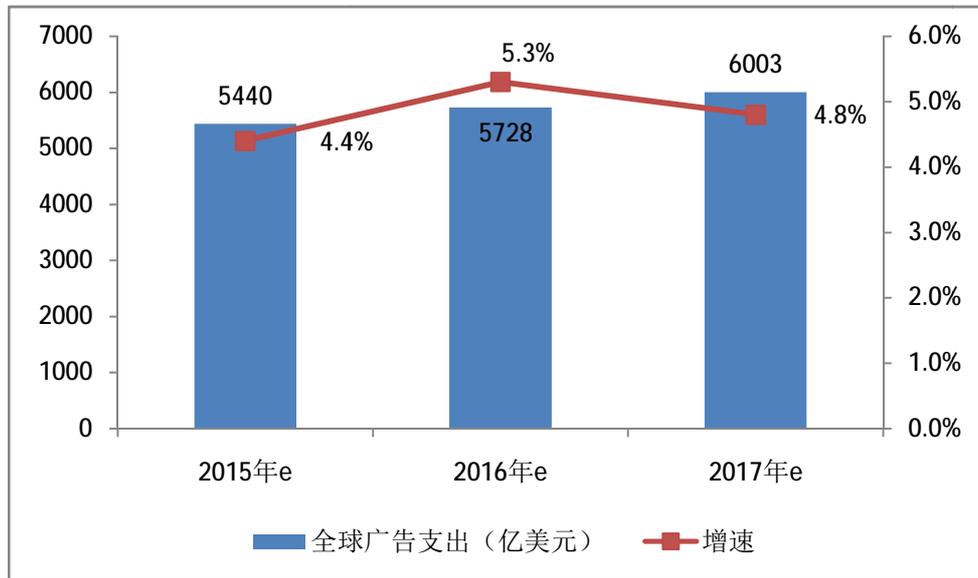
## 第二节 发展概述

### 第三节 市场规模分析

#### 一、全球广告市场规模

实力传播最新发布的《2015年Q1全球广告市场预测报告》显示：2015年全球广告支出将达到5,440.00亿美元，同比增长4.4%。受2016年里约热内卢奥运会和美国总统大选等大事件的推动，预计2016年全球广告支出将增长5.3%，2017年回降至4.8%。

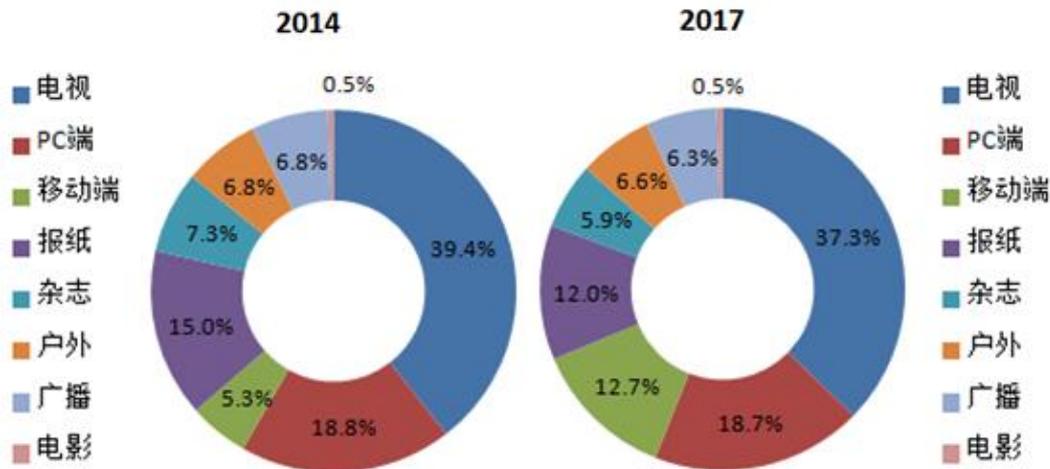
图表 3：2015-2017 全球广告支出规模



数据来源：ZenithOptimedia

从全球广告市场中各种营销媒介构成的发展趋势看，报纸、杂志、户外等传统营销方式占比将缩小。而同期互联网营销则增长相对较快，尤其是移动互联网端，对传统营销方式的冲击较为明显，预计未来两年互联网营销在全球广告市场中的份额将全面超过报纸。就目前而言，尽管电视广告增长相对缓慢，但其市场规模还相对较大，市场地位短期内仍不会改变。

图表 4：全球广告支出结构（按媒介分）



数据来源：ZenithOptimedia

.....

## 第四节 市场竞争格局分析

## 第五节 进入行业的主要障碍

广告业属于第三产业，广告公司在初创时期所需投资一般比较少。尤其对于中小型媒介代理和设计等类型的广告公司来说，其市场进入门槛低、退出障碍小，参与竞争者众多，市场同质化程度很高。而对于大型综合型广告公司来说，其市场壁垒则较高。具体而言：

### 1、媒体与客户的资源积累

在广告服务中，与国际 4A 公司客户及优质的直接客户建立长期战略合作的门槛较高。大型客户特别是世界 500 强及国内著名公司，选择广告代理商的条件苛刻，要求广告代理商有健全的服务网点，高效的运作系统，丰富的行业经验，成功的实战案例，良好的品牌声誉，高水平的服务团队以及系统的服务支持。而一般广告公司并不具备上述条件，因而很难得到这类客户的认同，即使达成合作也难以长久。

另一方面建立良好的媒体资源平台也是综合型广告公司所必须的基础，没有形成长期稳定的媒体合作基础，很难给客户的专业化的广告投放策略服务。

.....

## 第六节 行业发展趋势

## 第五章 项目运作模式

### 第一节 项目建设内容

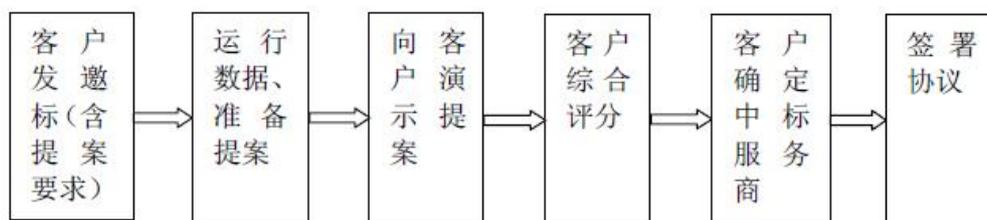
### 第二节 项目运作模式

公司主要通过招投标的方式获取业务订单。客户在招投标过程中通常根据各服务商的行业地位、比稿方案评价、技术评价、价格等因素进行综合评分，最终选择中标的服务商。

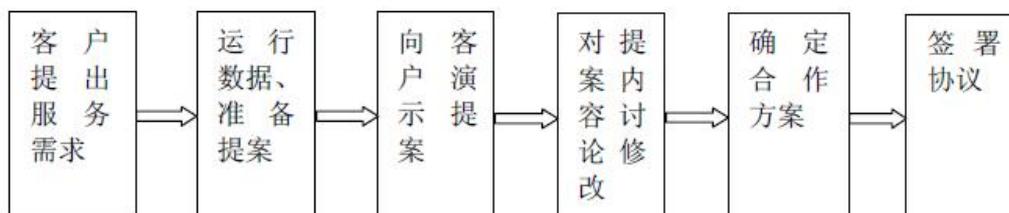
此外，公司还采取多种形式进行业务推广，主要包括：①积极开展与第三方调研机构、行业杂志的合作，将公司的成功案例进行推广，扩大在行业内的知名度与美誉度；②参与行业论坛、峰会活动，进行主题演讲或专题讨论，推广公司的营销理念及对行业发展的观点；③组织企业宣讲，对目标客户进行宣传及推荐；④对行业热点及未来发展，进行前瞻性研究并发布研究结果和研究报告；⑤扩建营销渠道，建立分公司，加强对目标用户在当地的覆盖及沟通。

公司各类业务合同签订过程相同，具体分为竞标方式和议标方式两种。

图表 5：竞标方式合同签订过程



图表 6：议标方式合同签订过程



.....

### 第三节 项目盈利模式

广告行业根据客户需求提供定制化服务，基于目前国内营销服务行业的发展业态、客户消费习惯，为客户提供的各项服务内容难以分割，难以单独计价。按照行业惯例，行业内公司普遍采用向客户收取广告费的方式获取收入和利润，在服务内容上除广告投放外还提供一系列增值服务。因此，在销售方面，公司与客户签署“营销服务合同”或“广告合同”，向客户收取广告费。收入确认方式也按照广告收入进行确认。

.....

## 第六章 项目选址

### 第一节 项目建设地点

### 第二节 项目所在地发展环境

## 第七章 环境保护措施和消防、节能

### 第一节 环境保护措施及相关审批情况

### 第二节 消防

### 第三节 节能

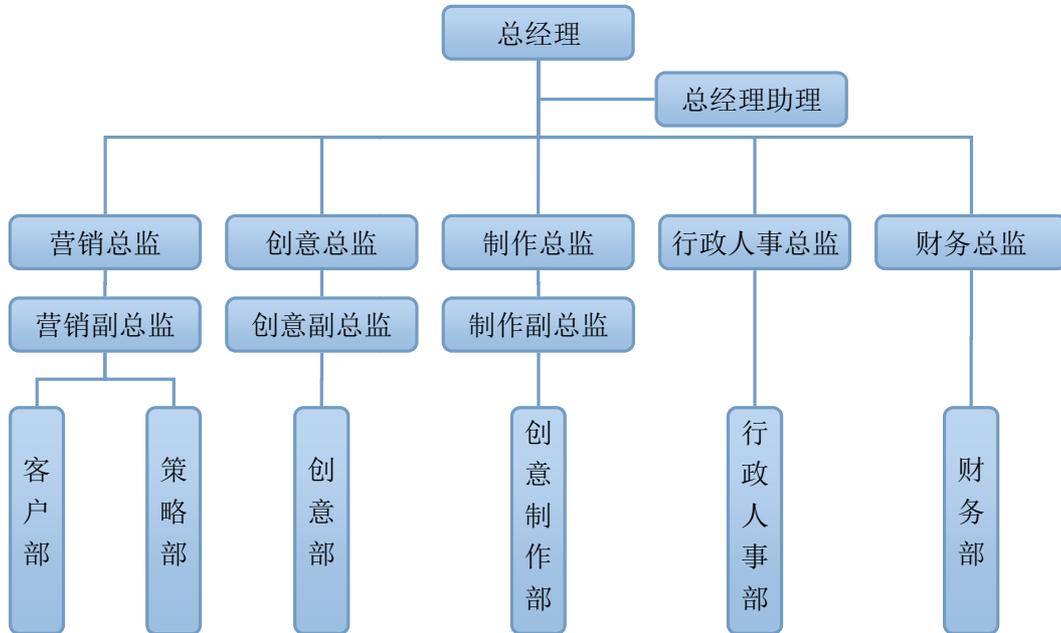
## 第八章 企业组织机构、劳动定员和人员培训

### 第一节 企业组织

本项目是一个大型的、长期发展的项目，因此投资方将建立专门的项目领导小组，负责项目的组织与实施。项目建成后，将以项目管理为中心，在执行项目的过程中，形成团队协作、技术推进与严格执行并举的项目运行模式，在保证服务项目顺利实施的同时，逐步实现了人才队伍的梯队建设，形成了一支人员结构

合理、素质高的服务团队。

图表 7：项目组织结构



## 第二节 项目劳动定员

本项目初步劳动定员为 301 人。

图表 8：项目劳动定员一览表

序号	项目	合计
1	总经理	1
2	总经理助理	1
3	营销总监	1
4	营销副总监	2
.....	.....	.....
13	创意部	42
14	创意制作部	60
15	行政人事部	15
16	财务部	9
17	合计	301

## 第九章 项目资金募集及使用计划

### 第一节 募集资金估算范围与依据

## 第二节 建设投资估算

## 第三节 流动资金估算

## 第四节 项目总投资估算

项目总投资额为项目建设投资与铺底流动资金之和。根据以上估算，本项目投资总额为 40,000.00 万元。其中：固定资产及其他资产投资 13,602.86 万元，建设期人员工资 13,620.25 万元，品牌建设费用 6,000.00 万元，预备费及其他费用 680.14 万元，铺底流动资金 6,096.75 万元。具体如下表所示。

图表 9：项目总投资估算表

序号	项目	金额	占比
1	固定资产	3,956.46	9.89%
1.1	设备购置	3,956.46	9.89%
2	其他资产	9,646.40	24.12%
2.1	办公楼装修	677.25	1.69%
2.2	软件及数据	6,661.98	16.65%
2.3	办公楼租赁费用	2,307.17	5.77%
3	预备费	680.14	1.70%
4	流动资金	25,717.00	64.29%
4.1	建设期人员工资	13,620.25	34.05%
4.2	品牌建设费用	6,000.00	15.00%
4.3	铺底流动资金	6,096.75	15.24%
5	合计	40,000.00	100.00%

## 第五节 资金筹措和使用计划

## 第十章 项目建设规模与建设进度计划

### 第一节 项目实施进度安排

### 第二节 项目实施进度表

图表 10: 项目建设进度一览表

项目名称	年份	T <sub>01</sub>				T <sub>02</sub>			
	季度	1	2	3	4	1	2	3	4
1	可研报告及审批								
2	办公楼租赁及装修								
3	设备采购及安装								
4	团队组建								
5	市场营销宣传								
6	投入运营								

## 第十一章 项目未来发展目标

### 第一节 项目未来发展计划

#### 第二节 募投项目的目标所依据的假设条件

#### 第三节 实施过程中可能面临的主要困难及解决办法

## 第十二章 与项目相匹配的各项能力分析

### 第一节 项目管理能力分析

### 第二节 技术研发创新能力分析

### 第三节 营销能力分析

### 第四节 人力资源开发和管理能力分析

## 第十三章 项目经济效益分析

### 第一节 评价依据

### 第二节 项目的营业收入结构

#### 一、销售收入

按照募投项目投入运营后,本项目的销售收入来源于数据营销交易平台和移动数字营销交易平台支付给本项目的营销及创意制作费用。测算期9年年均销售

收入达 20,771.97 万元。

## 二、税收

本项目属于现代服务业，增值税按 6% 计提；城市维护建设税、教育费附加分别按照增值税的 7%、3% 进行计提，文化事业建设税按计费销售额的 3% 测算计入管理费用。具体数额见下表。

图表 11：销售收入列表

序号	项目	合计	建设期		运营期						
			T <sub>01</sub>	T <sub>02</sub>	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7
1	营业收入（万元）	186,947.69	9,667.89	15,128.30	16,771.49	18,840.96	21,079.35	23,948.05	27,170.55	27,170.55	27,170.55
1.1	数据营销交易平台支付的收入（万元）	89,808.57	4,645.16	7,741.94	8,608.70	9,600.00	10,516.85	11,454.55	12,413.79	12,413.79	12,413.79
1.2	移动数字营销交易平台支付的收入（万元）	97,139.12	5,022.73	7,386.36	8,162.79	9,240.96	10,562.50	12,493.51	14,756.76	14,756.76	14,756.76
2	营业税金及附加（万元）	1,121.69	58.01	90.77	100.63	113.05	126.48	143.69	163.02	163.02	163.02
2.1	城市维护建设税（万元）	785.18	40.61	63.54	70.44	79.13	88.53	100.58	114.12	114.12	114.12
2.2	教育费附加（万元）	336.51	17.40	27.23	30.19	33.91	37.94	43.11	48.91	48.91	48.91
3	增值税（万元）	11,216.86	580.07	907.70	1,006.29	1,130.46	1,264.76	1,436.88	1,630.23	1,630.23	1,630.23

## 第三节 项目成本费用分析

## 第五节 项目利润

## 第六节 项目投资未来的现金流量预测

净现值是指在项目的整个实施运营过程中，所有年份现金净流入的现值之和与所有年份现金净流出的现值之和的差额。

本项目所得税前项目投资财务净现值为 11,105.85 万元，所得税后项目投资

财务净现值为 6,540.56 万元。两个数值均大于 0，这说明，按照该行业基准收益率 13%，本项目是盈利的，同时也意味着本项目的内部收益率将高于一般行业水平。

.....

## 第十四章 项目风险分析及控制措施

### 第一节 产业政策和行业监管变化的风险

数字营销行业属于新兴行业。国家出台了《广告产业发展“十二五”规划》等系列产业政策，对该行业给予支持和鼓励。若未来产业政策发生重大变化，则可能影响行业的竞争格局，并对公司的数字营销业务发展造成影响。

数字营销行业受到国家对广告行业和互联网行业的交叉监管。我国广告行业的主管部门是国家工商总局，互联网行业的主管部门是工信部。同时，根据相关法律法规，国家新闻、出版、教育、卫生、药品、公安、安全等有关主管部门，在各自职责范围内依法对涉及特定领域或内容的互联网信息内容实施监督管理。若相关监管政策发生重大变化，也会对公司的数字营销业务发展造成影响。

#### 防范措施：

公司将进一步加强对国家相关行业产业发展政策的研究和预测，掌握行业技术标准及产业政策发展动态，为公司的经营提供及时、准确的政策信息；根据对产业政策变化趋势的研判，及时调整市场运营策略，确保公司长远可持续发展。

### 第二节 项目运营风险

### 第三节 市场竞争风险

### 第四节 专业人才和核心人员流失风险

### 第五节 法律风险

### 第六节 募集资金投资项目风险

## 第十五章 项目可行性研究结论及建议

### 第一节 拟建方案建设条件的可行性结论

### 第二节 经济效益的可行性结论

### 第三节 市场消化能力的可行性结论

### 第四节 环境影响的可行性结论

### 第五节 研究结论总述

## 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 13678812883

**天津分公司：**天津市南开区鞍山西道信诚大厦 3 楼

联系电话：022-87079220 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 6 楼

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：029-63365628 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