

“显优势，推上网，卖机会”



—新星阵线.com

2023年大陆推广企划案

呈送：虚拟实境有限企业

日期：2023年5月21日

专案作业前题：作为一种成功的台湾企业和事业体，你了解大陆市场吗？

请看看我们即将进入的大陆市场
和网络环境环状：

* 普及率

* 使用者

* 几种特征

网络市场普及率

- 中国大陆Internet发展非常迅速，将来的市场潜力巨大



2023年底网民数量达1690万；



2023年底我国www站点数合计24359

↑



Source: CNNIC 2000/7

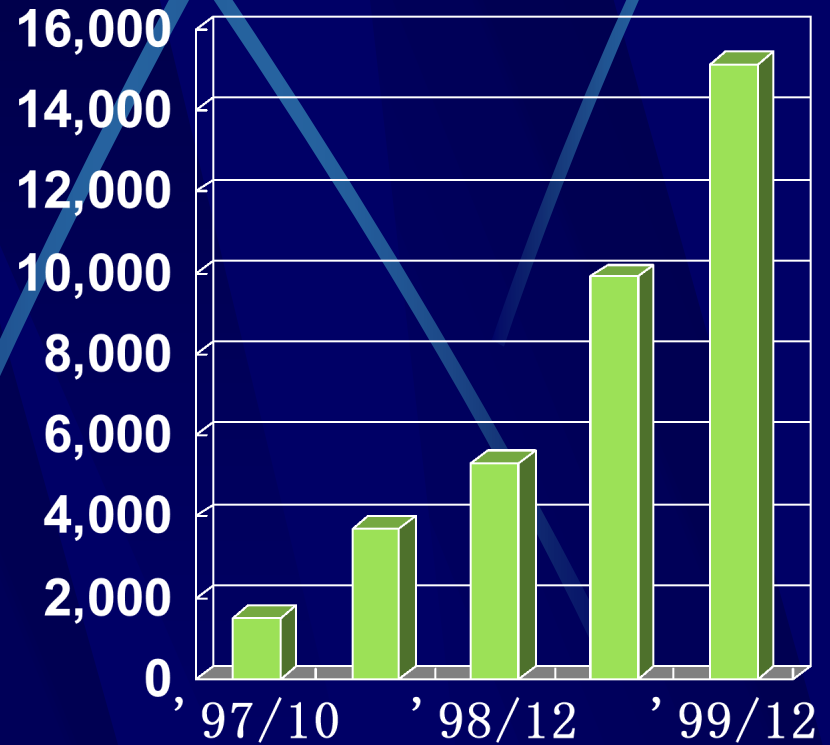
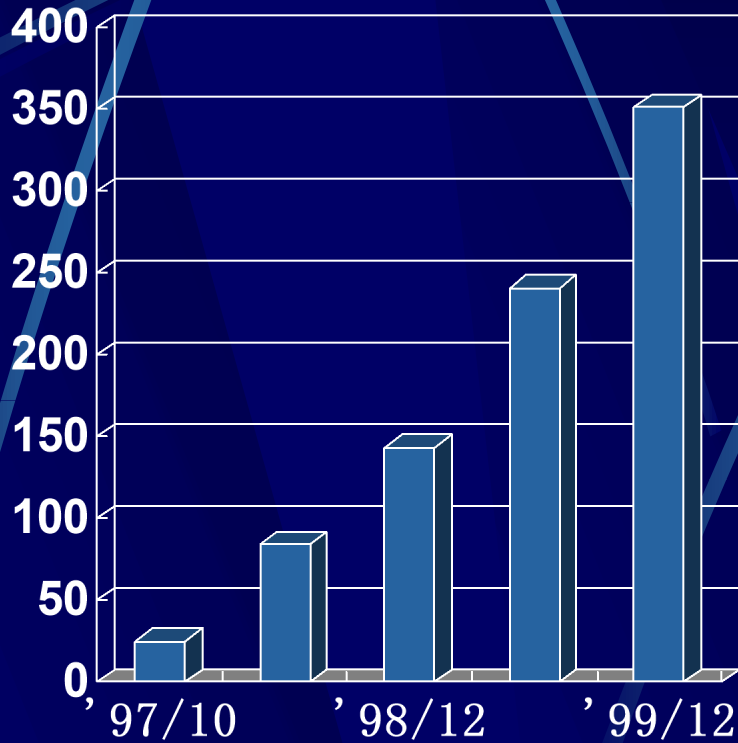


网站类别

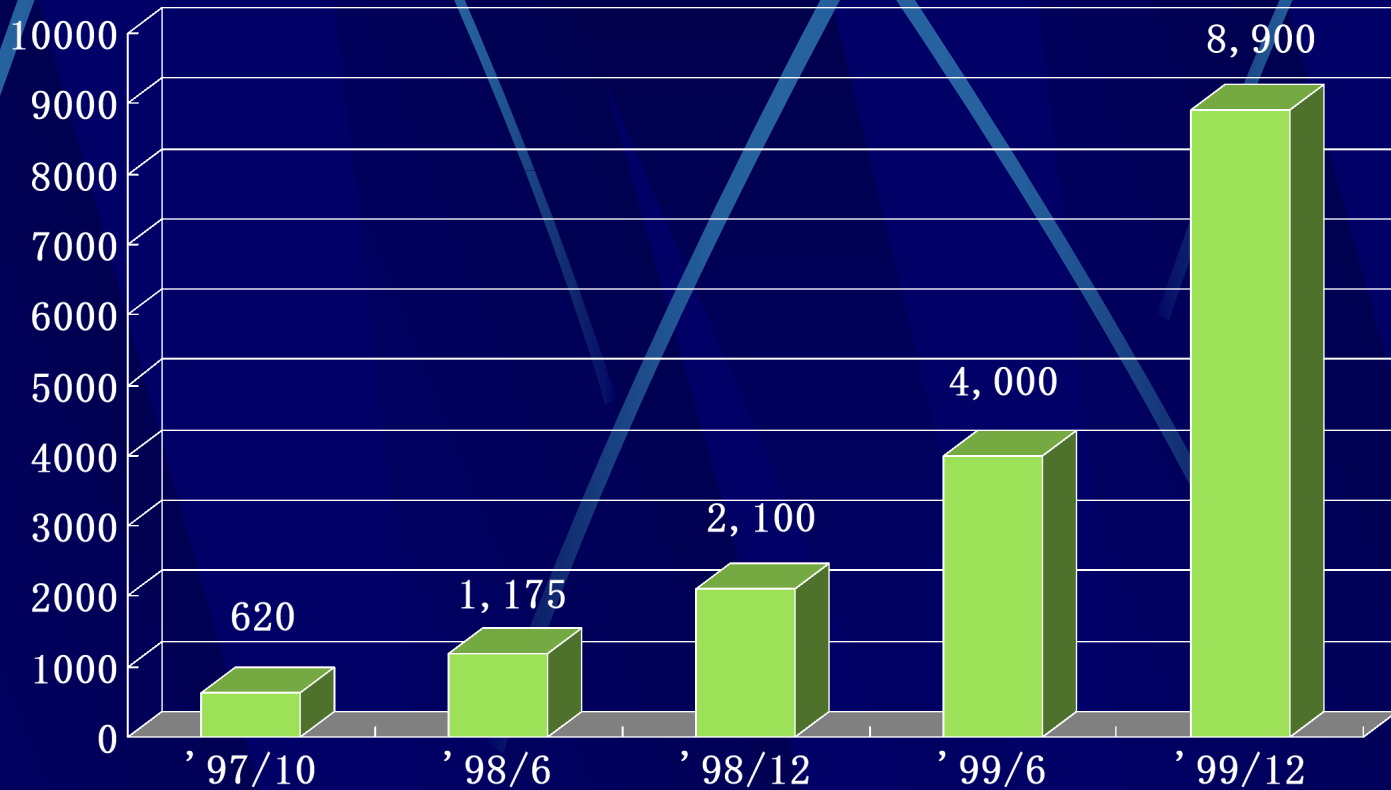
数量:

● China URL (.com.can)	15,153
● 服务	350+
● 内容	250+
● 搜索	50+

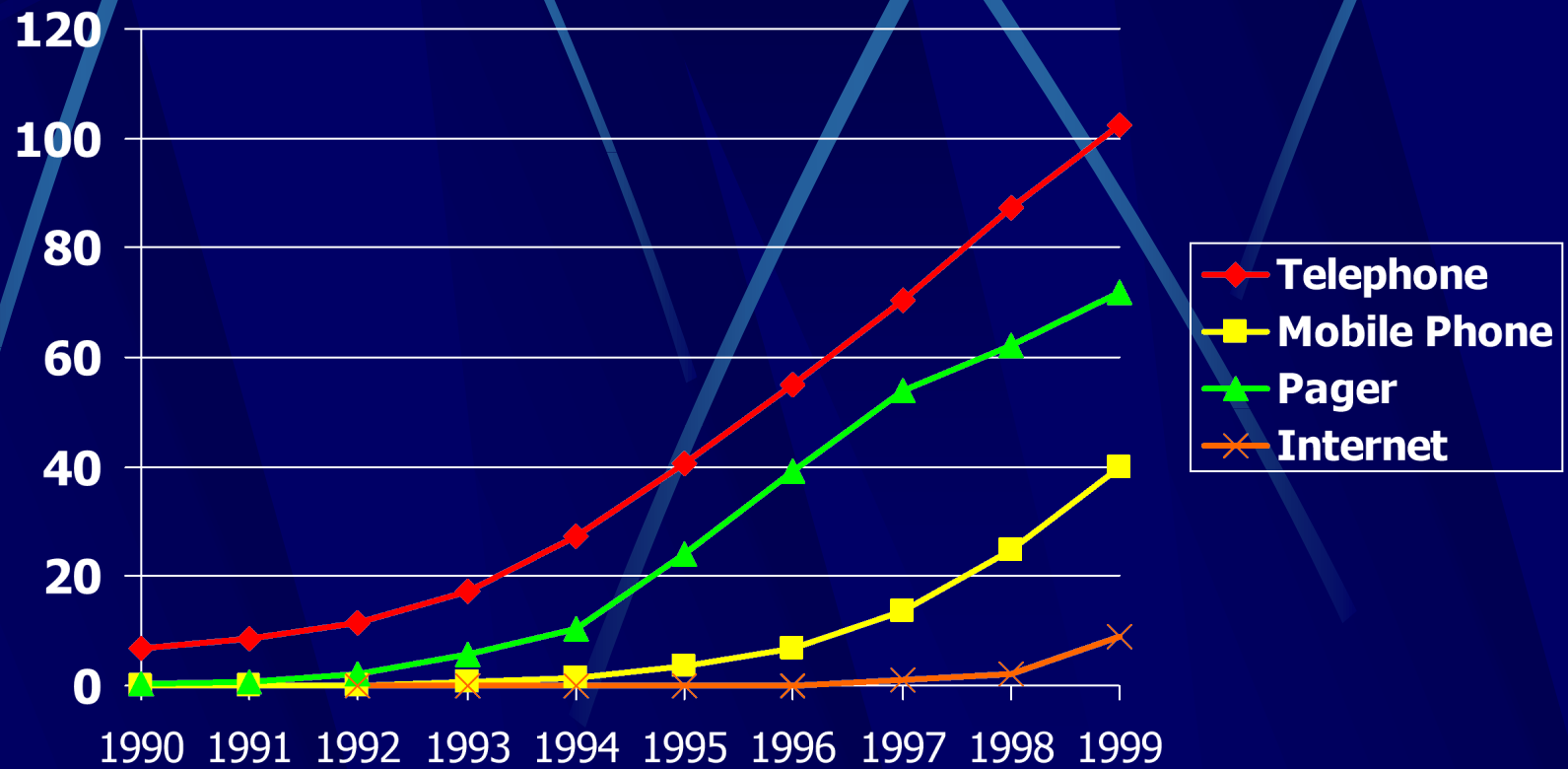
总量迅速增长



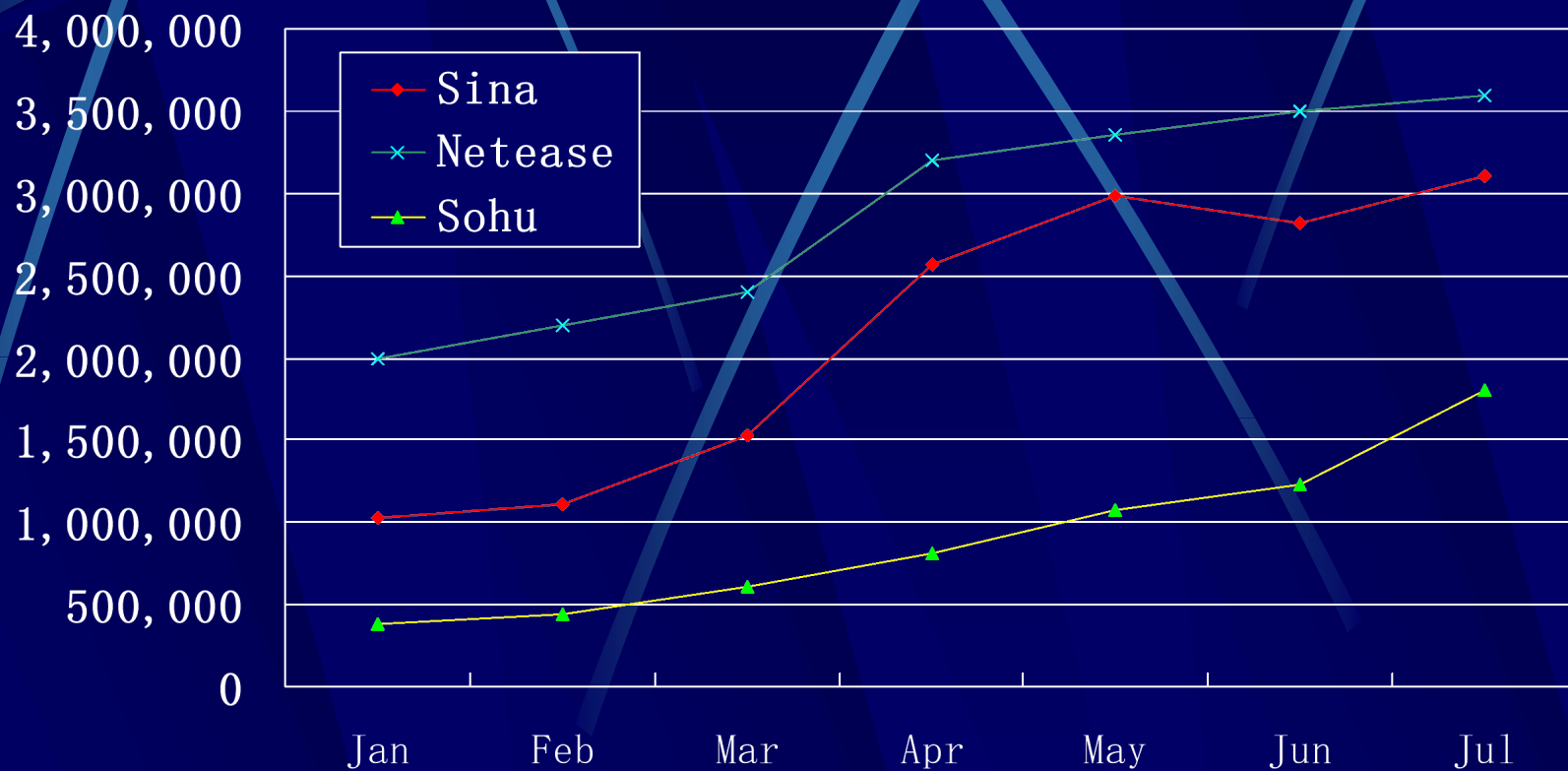
每六个月使用人数增长一倍



网络风暴刚开始



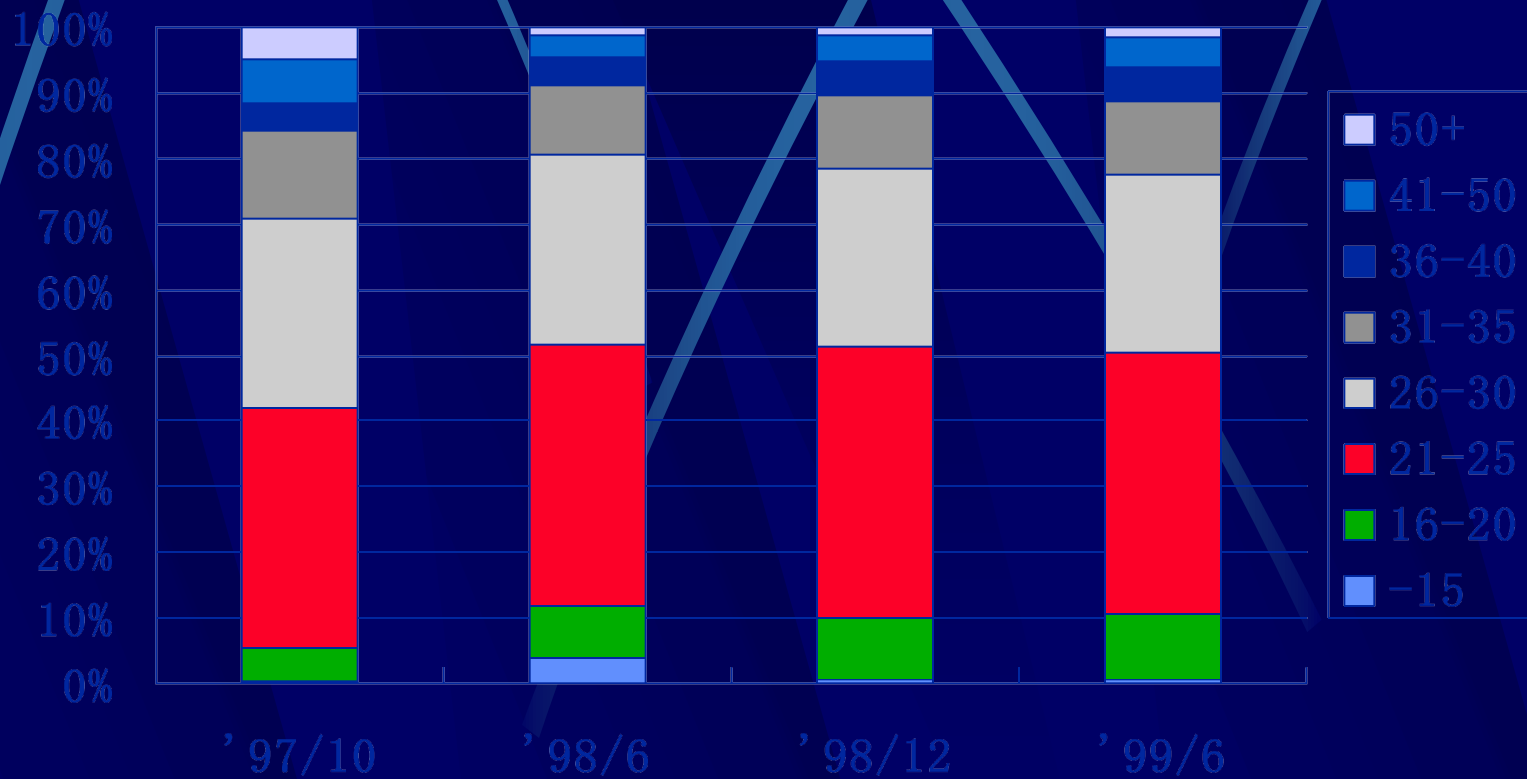
Pageview 增长迅速



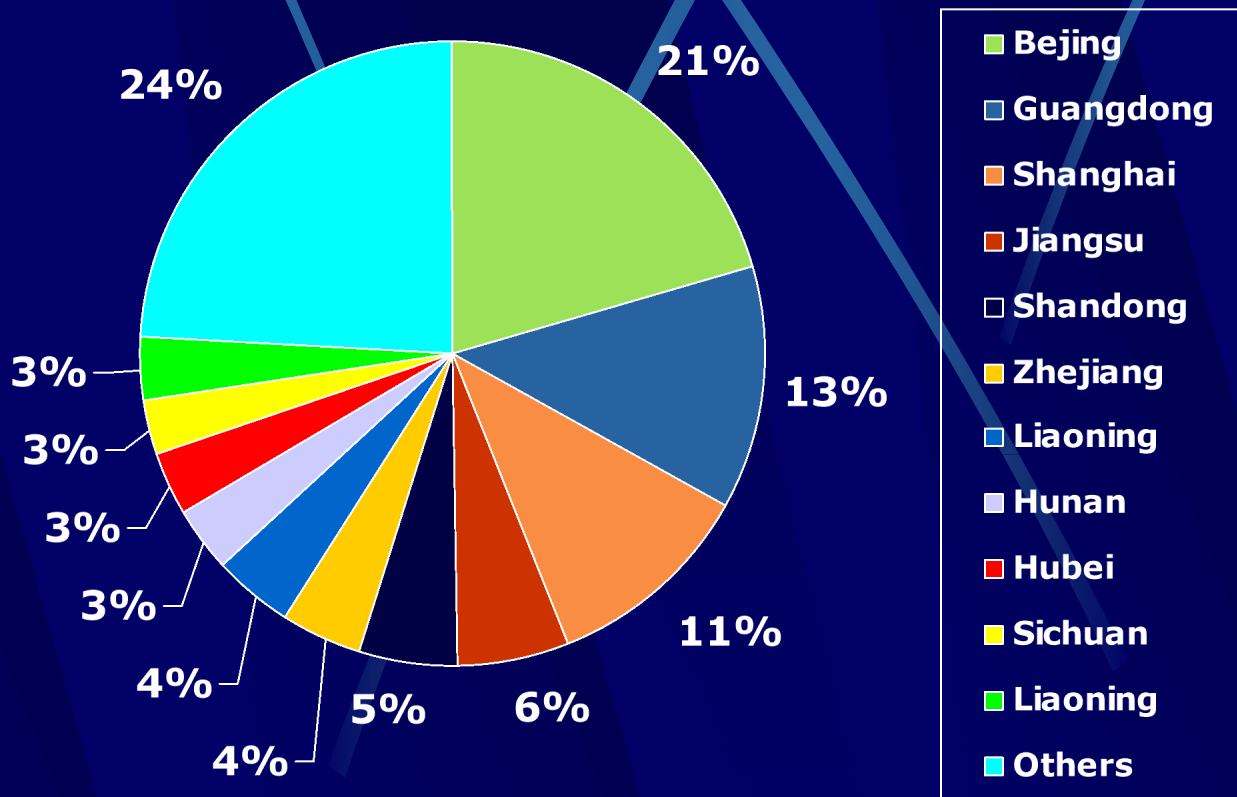
大陆的有关法规还未公布

- 1999年12月,对互连网的控制已经有“信息工业部”转移至“有关政府部门”
- 在互连网上禁止对“国家机密”进行讨论.
- 对于网上贸易,网上拍卖和广告的有关法规正在制定中
- 从1月31日后来,中国将加强对海外技术产业在中国的销售,制造方面的管理。
- 但根据中国对外讲话人朱邦照的讲话,新的法律将不会限制外国企业进入中国。

互连网顾客的统计 – 年龄 (‘97/10-’99/6)

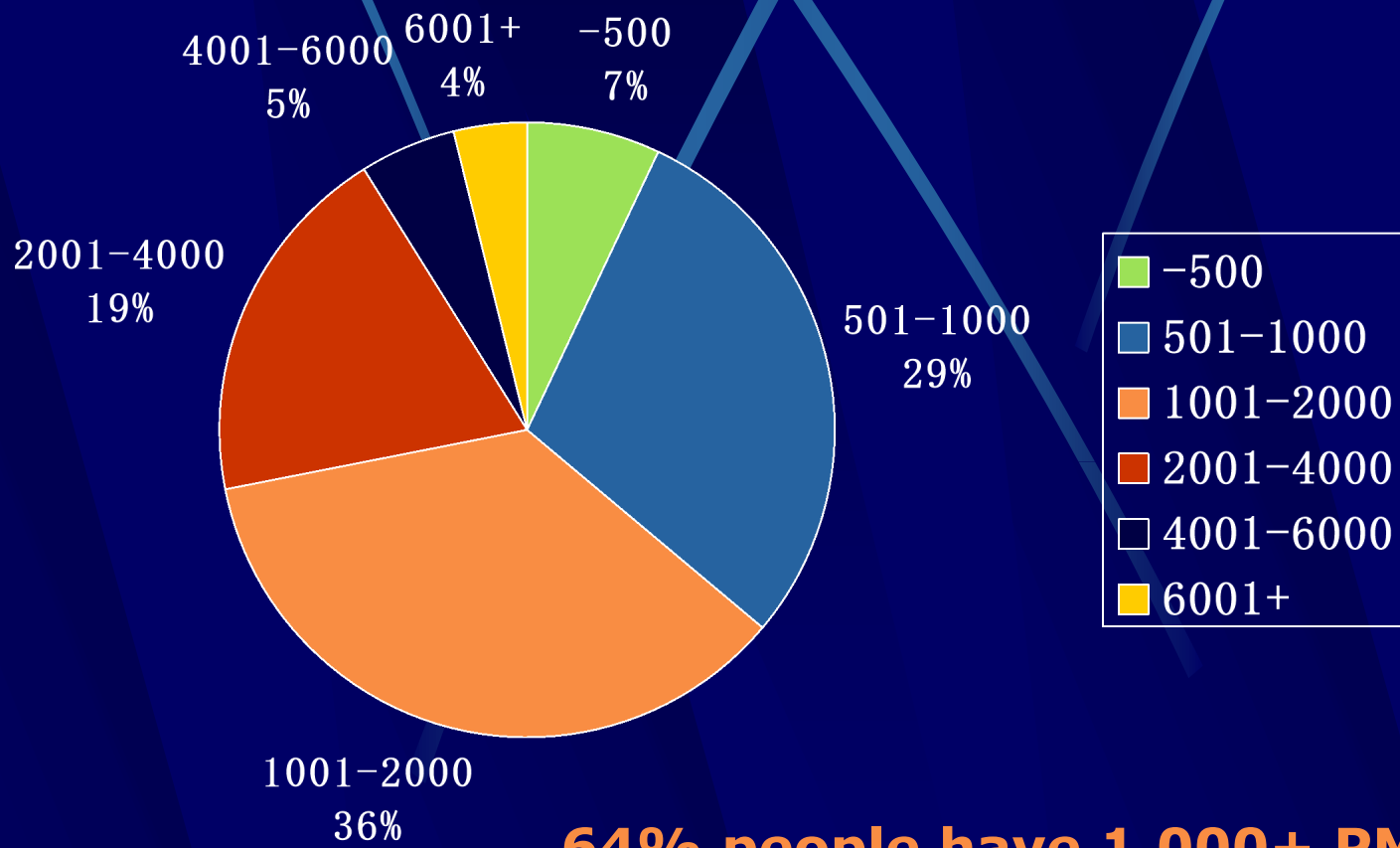


互连网顾客的统计 – 地域



更多的集中在北京,上海和广东这些发达地域 (total 45%)

互连网顾客的统计 – 收入



64% people have 1,000+ PMI

已经成功的十大先驱

1. 四通利方信息技术有限公司的“新浪网”
www.sina.com.cn
2. 网易企业的“网易”
(、、)
3. 搜狐爱特信（北京）信息技术有限公司的“搜狐”
(、)
4. 广州飞华电信工程有限责任企业的“163电子邮局”
www.163.net
5. 北京京讯公众信息技术有限公司的“首都在线”
()
6. 中国国际网络传讯有限责任企业的“中华网”
www.china.com
7. 世纪龙信息网络有限责任企业的“21CN”
www.21cn.com
8. 北京东方网景数据通讯有限责任企业的“东方网景”
(、)
9. 上海在线信息网络集成有限责任企业的“上海热线”
www.online.sh.cn
10. 天极信息发展有限责任企业的“CPCW网站”

使用者族群

中国大陆Internet发呈现状---顾客主要是受过高等教育的中青年群体

网民主要是某些受过高等教育（大专以上）的中青年人；其中90%左右的网民年龄在18--40岁之间；主要从事于计算机行业、中外合资、独资企业和商业贸易领域等

Source: CNNIC 2023/1

网络顾客的年龄主要集中在15-24岁和25-34岁两个年龄段
从使用网络的频次来看，每七天使用到2-3次以上的顾客北京和上海地域主要集中在25--34岁，而广州主要集中在15--24岁；但总体上讲，三地都集中在15--34岁

● Source: China Marketing & Media Survey 1999

网站构造分布

中国大陆Internet发呈现状---网站类别

从国内既有网站的性质来看：主要有电子商务和信息门户两大类网站，其中信息门户类网站主要有水平门户和垂直门户网站，水平门户主要以搜狐、新浪、网易为代表，信息多，试图满足多种网民的信息需要和服务为特点；垂直门户主要以针对性的顾客提供针对性的服务，内容比较向纵深发展如和讯网（证券）、百姓网（房产）等等

在这样的环境中，我们要争取的
目的受众和忠诚顾客是谁？

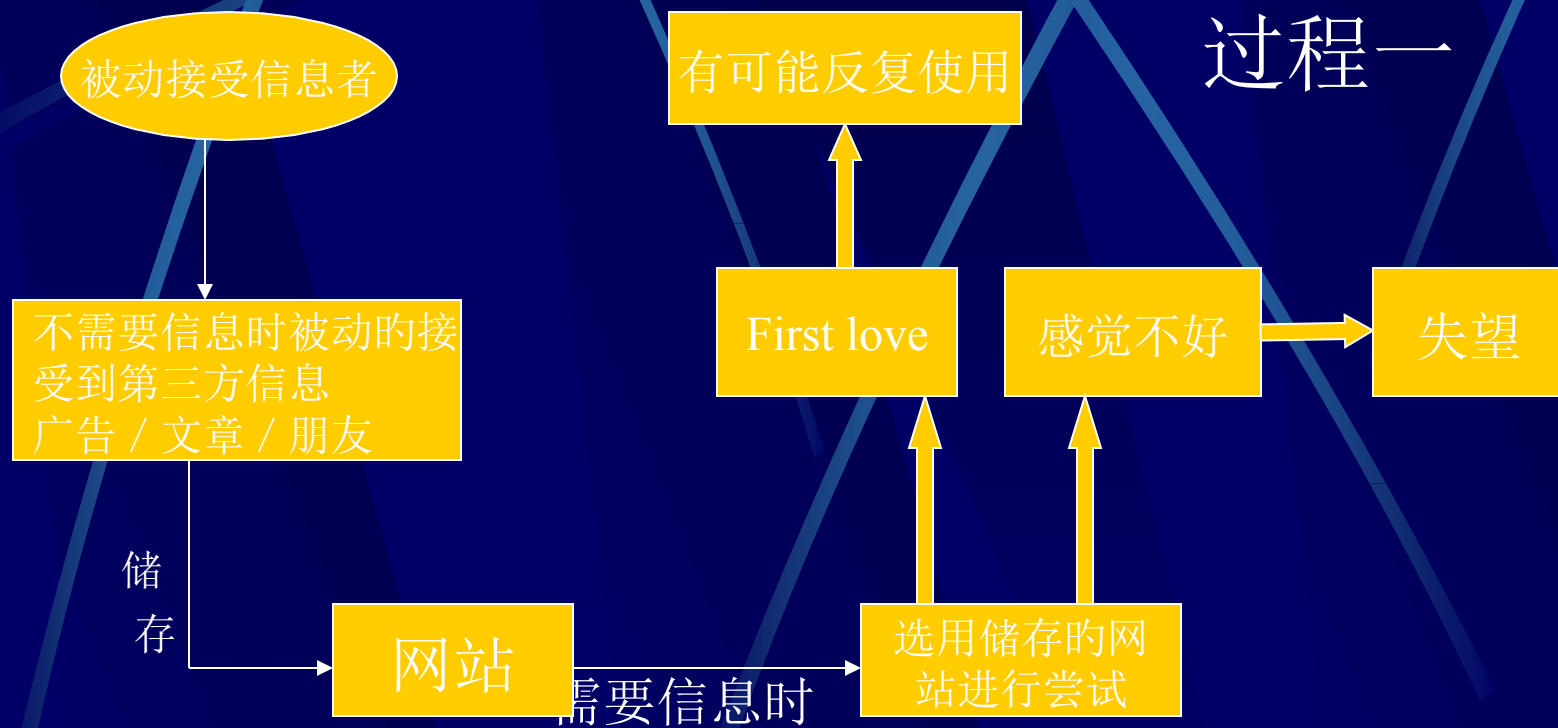
消费者对网络的使用状态

在网络社会，网民面对着越来越多的信息，而寻找和使用信息的困惑也越来越多：

- 能记住的网站有限，能记住的不一定能满足时时的需要
- 寻找到自己需要的网站越来越困难，使网络世界逐渐有了距离感

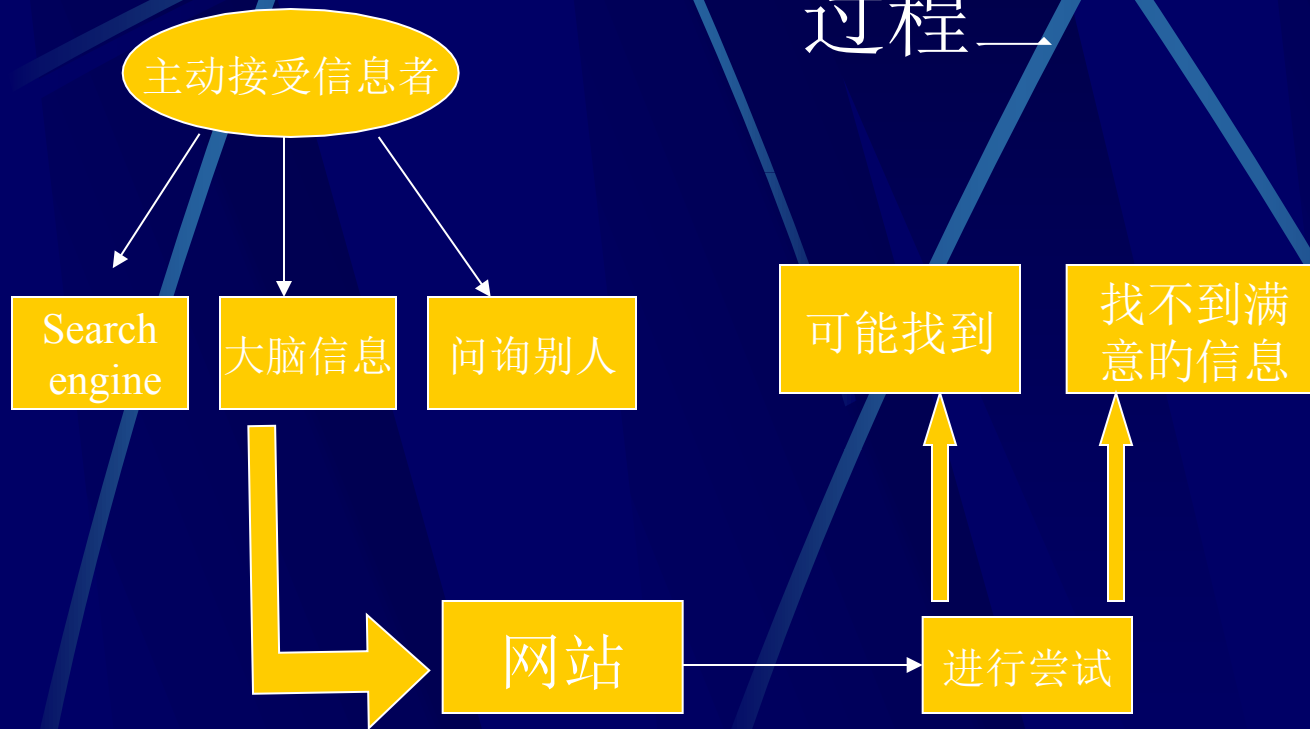
满足Y世代年轻人渴望成名、追求认可、期盼共鸣、寻找了解的个性化网站还未诞生。

消费者对网络的使用过程



消费者对网络的使用过程

过程二



我们的打算

Content:

A, 对谁沟通?---目的消费者

B, 沟通什么?---他们需要什么/我们有什么/我们给他们什么

C, 怎么沟通?---什么方式/什么形式/什么时间/什么地点

他们是谁？

目的受众定位：15—22岁的在校生

身份：大中专生

出没场合：的士市、酒吧

旱冰场、保龄球馆、其他娱乐场合

特征：追求潮流、爱好音乐、标新立异

他们要什么？

物质上的：金钱、潮流用具、娱乐用具、
资讯

心理上的：社会的认可、才华好呈现

最想要的：一举成名、摆脱现状

我们给他们什么？

线下：

一种发挥你才华，释放你欲望的主题餐厅

线上：

一种提供诸多成名机会的星探工网站

他们在哪里？

官办学校

* 清华大学等37所大专院校

* 海淀走读大学等105所自费学校

* 19中档57所中专院校
(海淀区为主)

私营学校

联合大学等57所专业院校

* 中华好学院112所专属学校

* 各专业学校达211所
(朝阳区为主)

我们的机会在哪里？

* 北京有许多自娱式主题餐厅，却没有提供选秀服务、有长久节目内容、机会吸引力的

* 一旦出现“dv8”，线上报名，线下选秀，线上线下星运一站通，成功有确保。

结论：民人期待已久，市场还未出现

我们的对手有哪些？

第一类竞争对手：造星类网站

Tom.com 下属的起星网站

星潮在线.com、明星名人网

第二类竞争对手：唱片企业政属网站

伟酷.com、美亚在线、MTV.com

第三类竞争对手：音乐电视栏目网络版

结论：对手多杂乱，却不成体系

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/948004057136006140>