



北京某传媒公司整合营销服务平台项目 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

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 项目概况.....	1
第二节 可行性研究报告的编制依据.....	1
第三节 可行性研究报告的编制原则和研究范围.....	1
第二章 项目建设背景及必要性分析.....	1
第一节 项目建设背景.....	1
第二节 项目建设必要性分析.....	1
第三节 项目建设可行性分析.....	3
第三章 项目市场分析.....	4
第一节 行业定义及分类.....	4
第二节 广告行业概况.....	4
第四章 项目技术方案与水平.....	10
第一节 工艺技术方案.....	10
第二节 设备方案.....	11
第五章 项目选址及建设条件.....	11
第一节 项目选址.....	11
第二节 项目投资环境.....	11
第三节 项目选址合理性分析.....	11
第四节 项目土地利用合理性.....	11
第六章 总图运输及公用辅助工程.....	11
第一节 项目建设目标.....	11
第二节 项目建设指导思想.....	12
第三节 建设方案.....	12
第四节 土建工程.....	13
第五节 辅助公用工程及设施.....	13
第七章 项目环境保护.....	14
第一节 设计依据.....	14
第二节 主要污染源、污染物及防治措施.....	14

第三节绿化设计.....	14
第四节环境影响综合评价.....	14
第八章项目能源节约方案设计.....	14
第一节用能标准和节能规范.....	14
第二节节能措施.....	14
第三节项目能耗分析.....	14
第九章职业安全与卫生及消防设施方案.....	14
第一节设计依据.....	14
第二节安全教育.....	14
第三节劳动安全制度.....	14
第四节劳动保护.....	14
第五节劳动安全与工业卫生.....	14
第六节消防设施及方案.....	14
第十章企业组织机构、劳动定员和人员培训.....	15
第一节企业组织机构设置.....	15
第二节劳动定员和人员培训.....	15
第三节项目招投标.....	15
第十一章项目总投资与资金筹措.....	15
第一节估算范围.....	15
第二节估算依据.....	15
第三节编制说明.....	15
第四节项目总投资估算.....	15
第五节资金筹措.....	15
第十二章项目经济效益分析.....	16
第一节评价依据.....	16
第二节营业收入和税金测算.....	16
第三节成本费用测算.....	16
第四节利润测算.....	16
第五节财务效益分析.....	16
第六节项目敏感性分析.....	16

第七节项目评价总论.....	16
第十三章建设项目风险分析及控制措施.....	16
第一节政策性风险及控制.....	16
第二节市场竞争风险分析及控制.....	16
第三节不可抗力风险分析及控制.....	16
第十四章建设项目可行性研究结论及建议.....	16

第一章 项目概况

第一节 项目概况

项目名称

北京某传媒公司整合营销服务平台项目

项目投资总额及来源

项目投资总额为 3132.50 万元，资金来源部分为募集资金，如实际募集资金未达到项目所需金额，公司将通过银行贷款和自有资金解决。

建设方案

本系统集成服务平台包括六大功能模块，以实现公司内外数据和信息资源的全面整合，有效提高公司传播策略能力、提升工作效率。

项目总投资为 3132.50 万元，其中数据使用费用 1869 万元，设备购置及安装 55.96 万元，场地租赁费用 102.94 万元，外包费用 630 万元，人员薪资及福利 444.60 万元，其他 30 万元。本项目计划在 2 年内逐批启动建设，项目建设投资资金根据项目建设实施计划和进度安排分批投入使用；流动资金按照项目实际情况分期投入使用。

.....

第二节 可行性研究报告的编制依据

第三节 可行性研究报告的编制原则和研究范围

第二章 项目建设背景及必要性分析

第一节 项目建设背景

一、政策背景

二、行业背景

第二节 项目建设必要性分析

本项目的实施,将进一步加强公司传播策略研究技术优势及数据库资源优势,并配置更多优秀专业人才,有利于提高本公司的传播策略与媒介计划的专业技术水平,提升广告投放的精准性、经济性和有效性,为客户节约广告成本。同时,该项目也可以实现本公司业务流程的自动化,加强业务管理,提升工作效率和服务质量。该项目实现产品、媒体和消费者的结合,实现公司从客户产品宣传到终端投放的“一站式”服务能力,提升本公司的市场竞争力。

一、加强公司传播策略研究能力,提升公司市场竞争力

随着数字技术和网络技术的成熟和发展,各类新媒体不断出现,同时由于新技术的采用,各类媒体不断融合,媒体环境日益复杂,并呈现碎片化现象。我国经济的高速发展和区域发展的不均衡,也使得媒介投放的市场环境更加复杂。本项目通过整合国内广告领域的数据库资源,将进一步加强公司对市场、消费者、媒体等诸元素的分析研究能力以及公司的传播策略与媒介计划的专业技术水平。近些年来,随着我国广告市场对外开放的逐步深入,越来越多国际 4A 广告公司进入我国市场,凭借其在市场与媒体研究、策略研究、资金实力等方面的优势,逐步扩大了其在中国的市场份额,给国内广告市场带来较大冲击。作为本土广告公司,相对国际 4A 广告公司而言,公司具有国内各线城市的市场与消费者研究能力,对国内市场、消费者和媒体更为熟悉和理解,适应了本土企业的定位和需求,具有本土服务优势。本公司拟在已有的技术基础上,增加数据库的采购,引进优秀广告人才,利用信息技术工具,提升专业技术水平和市场竞争力,缩小与国际 4A 广告公司的差距,更为积极地参与市场竞争,拓展市场。

二、提升公司工作效率和服务质量

自成立以来,本公司成长较为迅速,公司内部资源和信息的有效整合及内部沟通效率的重要性日渐凸显。本项目以实现公司客户部、媒介部、策略部、财务部等部门及公司本部与分支机构之间的信息的无缝对接为目的,可实现公司前、中、后台信息的有效传递和业务流程的自动化,有效提升公司工作效率和服务质量,提高公司整体管理水平和效率。

三、拓展公司业务领域

自成立以来，公司围绕主业不断拓展新的业务领域，目前经营业务包括以电视和互联网视频广告为主的媒介代理业务和数据策略与咨询、植入广告、互联网公关、品牌管理等专项广告服务，业务体系逐步完善。在针对电视媒体的数据策略与咨询业务中，电视剧的研究分析是一个重要内容。电视剧是电视媒体各类型节目中的重要节目，优势的电视剧资源可为电视台带来收视率的大幅提高和广告信息关注度的增强，从而实现较好的广告投放效果。目前国内对于电视剧的分析平台主要有 CSM 和尼尔森两家机构，而这两家机构主要就电视剧的收视方面提供分析及数据咨询服务，对于电视剧采集过程中的其他分析环节尚未涉及。

本项目整合了电视剧方面的信息储备等多方面的资料及资源，其中的电视剧统计查询功能将会使电视剧分析能力大幅提升，为本公司植入广告等业务提供强有力的技术支持，从而进一步完善本公司业务体系及评分系统。

第二节项目建设可行性分析

本公司是客户服务型广告公司，已建立了专业的研究团队，为国内外众多知名品牌提供媒介代理业务，以及数据策略与咨询等多项广告服务，本公司实施该项目具有相应的研究基础、人才基础和业务基础。

一、公司已具有较好的研究基础

自 2006 年以来，公司即设立了专门的研究部门“整合传播策略中心”，为广告主提供传播策略服务，以提升客户广告投放的精准、经济和有效性。目前，公司已建立了专业的传播策略研究团队，拥有业内较为全面的数据库资源，开发或引进了诸如有效频次分析工具、GRP-REACH 分析模型、CSPC 分析工具等技术工具和模型，具有了较强的分析和研究实力，并已得到众多广告主客户及电视媒体的认可。

二、公司已具有必备的人才基础

经过多年发展，公司吸收和培养了一批优秀的广告传播领域的研究人才，截

至 2014 年末，公司从事策略研究及策划的员工人数有 46 人。公司研究团队具备对数据库提供的原始数据进行深加工和研究分析能力和强大的信息定制能力，能为客户提供精准有效的传播策略解决方案，具有了较为丰富的客户服务经验。

三、公司具有较强的业务基础

受益于公司专业研究及传播策略水平的不断提升，公司吸引了大批优质客户，公司业务增长较快，具有较强的业务基础。2014 年，公司服务客户数量 175 家，营业收入达到 142,459.60 万元。2012-2014 年，投放金额在百万元以上的客户数量分别为 81 家、75 家及 73 家，公司具有了较为广泛的客户基础和较大的业务规模。

.....

第三章项目市场分析

第一节行业定义及分类

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754—2011），项目单位所处行业为租赁和商务服务业（L）/商务服务业/广告业（L7240）；根据国家统计局发布的《文化及相关产业分类（2012）》，项目单位所处行业为文化创意和设计服务/广告服务/广告业。

.....

第二节广告行业概况

一、广告主管部门、监管体制及行业主要法律法规与政策

1、行业主管部门和监管体制

目前，我国广告行业实行政府监管与行业自律相结合的管理体制。

（1）工商行政管理部门监管、相关行业主管部门审批

各级工商行政管理部门是我国广告行业的主管部门，负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作，广告发布活动管理主要包括制定、执行、监测广

告发布标准，查处违法广告；广告经营活动管理包括规范市场经营行为、取缔非法经营行为等；此外，国家工商行政管理总局还承担指导广告行业发展的职能。

中共中央宣传部作为中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门， 中华人民共和国文化部作国务院下属管理全国文化艺术事业的最高行政机构， 对广告行业也起到了管理、监督和指导的作用。

工商行政管理部门对广告公司采取登记管理和行政许可的监管体制， 对符合广告公司设立条件的，颁发《企业法人营业执照》，明确经营范围。此外，对于关乎国计民生的特殊产品广告内容，工商行政管理部门依据《中华人民共和国广告法》，会同有关部门制定了一系列专项监管制度，包括《食品广告发布暂行规定》、《药品广告审查办法》、《医疗器械广告审查办法》、《化妆品广告管理办法》、《烟草广告管理暂行办法》、《酒类广告管理办法》等。通过这些专项制度规定，明确了特殊产品广告在发布过程中的内容和程序审查、广告措辞及处罚措施等内容，规范了广告行业的发展。

除各级工商行政管理部门外， 其他相关部门在规范广告行业的工作中也发挥了重要的行政监管作用， 如国家新闻出版广电总局对广播电视媒体广告传播的监管，食品药品监管部门对食品、药品、医疗器械广告的监管，农业行政部门对农药、兽药广告的监管等。

（2）行业自律组织及规则

①中国广告协会

中国广告协会成立于 1983 年 12 月，是我国广告行业的自律组织，是联系政府广告行政管理机构与广告主、广告经营者、广告发布者的桥梁和纽带。中国广告协会的主要职能是在国家工商行政管理总局的指导下，按照国家有关方针、政策和法规，对广告行业进行指导、协调、服务和监督。中国广告协会主办的《现代广告》是中国新闻传播类核心期刊，由国家工商管理总局主管，也是唯一享有国家工商管理总局广告监管文件政策法规首发权的杂志。业内主要期刊之一，每年发布“中国广告行业统计数据”等行业信息。

②中国商务广告协会

中国商务广告协会成立于 1981 年，是除中国广告协会外的另一行业自律组织， 也是我国最早成立的全国性广告行业组织。中国商务广告协会编辑出版的

《国际广告》、《中国广告作品年鉴》是业内权威刊物。由中国商务广告协会发起的中国 4A 协会成立于 2005 年 12 月，是在国内从事广告经营活动的外资及本土大型综合性广告公司共同组成的行业自律组织，也是中国广告代理商的高端组合。中国 4A 协会的宗旨是通过举办培训与各种相关活动，加强本土企业与国外同行间的合作与交流，建立规范的广告经营秩序，抵制不正当竞争，推进中国广告业逐步向符合国际惯例的广告代理制迈进。

③中国广告行业自律规则 2008 年 2 月 9 日，中国广告协会第五次会员代表大会审议通过了《中国广告行业自律规则》，对广告内容、广告行为应遵循的一般原则和限制性要求作了详细规定。该自律规则的主要内容包括禁止虚假和误导性广告；广告应当尊重他人的知识产权，尊重妇女和儿童，尊重良好道德传统；禁止以商业贿赂、诋毁他人声誉和其他不正当手段达成交易；禁止以不正当的广告投放手段干扰媒体节目、栏目等。

.....

二、国际广告行业发展现状及市场规模

经过多年的发展，全球广告行业已处于行业成熟期，在经历了国际 4A 广告公司的一系列收购、重组之后，行业集中度明显上升，大型的国际广告传播集团逐渐控制了业内的大部分资源。近年来全球广告行业的增长与全球经济的增速基本持平，广告行业成为全球经济发展的晴雨表。

1、全球市场规模

根据《实力传播 2014 年 Q4 全球广告市场预测报告》，预计 2015 年全球广告支出总额将达到 5,450 亿美元，同比增长 4.90%。国际货币基金组织预计 2015 年全球 GDP 增长率为 3.80%，高于 2014 年的 3.30%，全球经济好转。但是，2014 年冬奥会、世界杯和美国中期选举等大事件拉动了广告支出，没有这些大事件支撑的 2015 年全球广告支出增长将略低于 2014 年的 5.10%。2016 年夏季奥运会、美国大选、欧洲杯等四年一度的大事件密集，报告预计这些大事件将推动 2016 年全球广告支出增长 5.60%，2017 年回落至 5.20%。

此外报告还认为，2015 年中国广告市场的重要触发点在于扩大内需的政策对移动营销发展的带动作用。“随着中国宏观经济政策对扩大内需的延续执行，

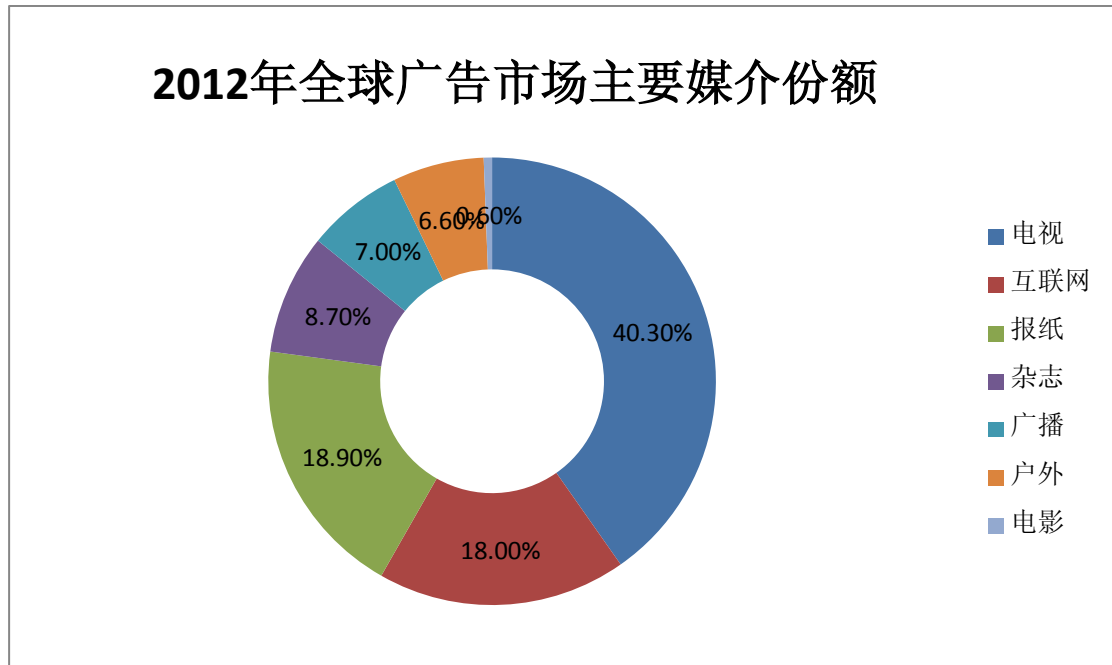
消费刺激向更多内陆、二三线城市发展的目标更加明确。这将极大地影响广告行业向移动端尤其是移动电商转向，以迎合带动内需的要求”。

根据《实力传播 2014 年 Q1 全球广告市场预测报告》，2014-2016 年，美国仍是全球新增广告支出的最大来源，中国紧随其后，全球新增广告支出总额的 17% 将来自中国。2016 年中国广告支出总额预计将达到 573.74 亿美元，超过日本成为世界第二大广告市场。

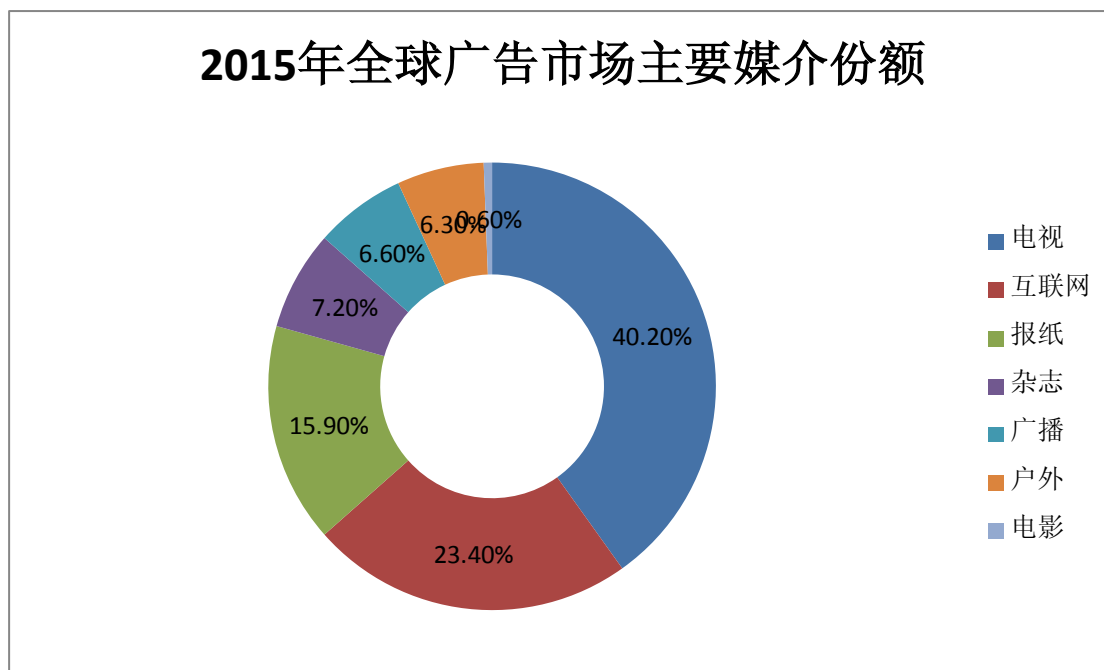
2、全球广告市场的媒介份额情况

根据梅花网的预测分析数据，在全球广告市场中，电视媒体的广告投放额保持较为稳定的占比，预计未来几年内，电视媒体的广告投放额仍将维持在 40% 左右。互联网媒体的广告投放份额增长迅速，2012 年所占比例为 18.00%，预计到 2015 年将提升到 23.40%，成为成长率最快的媒体，届时将超越报纸，仅次于电视媒体。至于报纸、杂志等其他媒体，在进一步转型前，其广告投放份额仍将持续衰退。根据梅花网的预测分析数据，2012 年和 2015 年全球广告市场主要媒介份额情况如下图所示：

图表 1：2012 年全球广告市场主要媒介份额



图表 2：2015 年全球广告市场主要媒介份额



三、行业发展趋势

(1) 广告服务的专业技术水平将得到提升

随着市场竞争的加剧以及我国优秀企业品牌意识的提升，广告主越来越重视广告对企业战略和营销的重要作用，国内大型企业广告主对广告公司的专业服务能力提出了进一步的要求，特别是对广告公司整合全国媒体资源的能力、专业的传播策略与媒介计划能力、大型客户的服务经验等方面提出了更高的专业要求。近年来，为了满足广告主日益增长的专业广告服务需求，我国广告公司不断吸收和引进国际 4A 广告公司先进的服务理念、发展经验和工具方法，结合国内市场、消费者、媒体环境等实际状况，逐步培养、引进专业服务和人才，购买或建立起大型市场与媒体研究数据库，加大业务服务的技术支持力度，部分广告公司还自行研发出广告决策系统分析平台。我国广告公司在不断优化业务流程、提升服务水平过程中，逐步提高专业综合服务能力的系统性、协同性，逐步形成完整的广告服务产业链，以更好地服务于企业的综合性传播需求。随着我国广告公司未来的不断发展，我国广告行业的专业技术水平和综合系统服务能力将会得到进一步提升，逐步缩小与国际 4A 广告公司的差距。

（2）行业集中度将进一步提升

行业集中度的提升和业内资源的整合是我国广告行业的发展趋势。一些拥有资本和规模优势的公司不断收购兼并其他广告公司或拓展分支机构，规模不断扩张。一方面，国际 4A 广告公司凭借资本实力不断兼并收购我国本土优质广告企业，快速建立起国内优秀的专业队伍，同时其整合了大量的国内优质广告主资源，迅速扩大其在我国广告市场的份额。另一方面，部分本土广告公司也通过业务的扩张和经验的积累，不断发展壮大，形成具有本土特色的广告传播集团。国内广告公司只有具备了强大的资金实力，才能整合更多的客户资源和媒体资源，具备不断扩张业务的能力，在未来广告市场中与国际 4A 广告公司公平竞争，实现本土广告产业的发展壮大。

（3）资本运作成为国内广告公司发展壮大的有效途径

从国际广告行业来看，全球领先的国际广告传播集团均为上市公司，它们通过上市融资，募集发展资金，依托雄厚的资本实力，进行全球性地扩张、并购整合，完善业务服务的产业链，不断扩大业务规模。资本运作早已成为国际广告传播集团发展壮大最为有效的途径之一。

面对资本实力雄厚的国际竞争对手，国内广告公司纷纷通过资本运作，借助资本市场的力量来迅速提升经营规模和竞争优势。2001 年以来，白马户外（00100.HK）、大贺传媒（08243.HK）、分众传媒（NASDAQ:FMCN）、航美传媒（NASDAQ:AMCN）、华视传媒（NASDAQ:VISN）、中视金桥（00623.HK）、昌荣传播（NASDAQ:CHRM）等我国业内广告公司纷纷在纳斯达克、香港等国际资本市场上市；省广股份（002400.SZ）、华谊嘉信（300071.SZ）、蓝色光标（300058.SZ）、思美传媒（002712.SZ）等则先后在国内证券交易所发行上市。成功登陆资本市场的国内优秀广告公司通过发行上市募集资金后，利用兼并收购不断扩张，实力明显增强。例如省广股份于 2010 年 5 月在我国深圳证券交易所成功上市后，其营业收入由上市前 2009 年的 20.50 亿元增长到 2013 年的 55.91 亿元，业务规模增长迅速；并且先后于 2011 年 3 月收购重庆年度广告传媒有限公司，于 2011 年 6 月增资广州旗智企业管理咨询有限公司，于 2012 年 6 月增资青岛先锋广告股份有限公司、上海窗之外广告有限公司以及设立广东赛铂互动传媒广告有限公司、广州指标品牌管理咨询有限公司，于 2012

年 11 月投资入股合众盛世（北京）国际传媒广告有限公司，于 2013 年 8 月收购上海瑞格市场营销有限公司以及设立海南经典视线广告传媒有限公司，省广股份 2013 年营业收入 55.91 亿元中约有 17 亿元由上述兼并收购及新设公司贡献。2014 年以来，省广股份分别于 2014 年 7 月收购广州中懋广告有限公司及深圳尚道微营销有限公司，于 2014 年 10 月投资上海恺达广告有限公司，于 2015 年 1 月发行股份购买上海雅润文化传播有限公司。为更好的实施并购扩张与产业整合战略，省广股份于 2014 年 3 月与上海智义投资管理有限公司联合发起广告行业并购基金，资本运作成为国内广告公司发展壮大的一个有效途径。

（4）网络视频广告、植入广告等新兴广告形式发展迅速

随着我国互联网技术的发展和国家产业发展政策的支持，我国互联网广告市场规模近年来保持快速增长，其中网络视频广告结合了电视广告与互联网营销两者的优势，增长尤为迅速，其广告投放额在广告市场的占比逐年递增，成为互联网广告行业整体增长的重要拉动力量。植入广告作为新兴广告形式，具有形式多样、亲和力强、受众不易流失、性价比高、宣传的品牌范围广等特点，可以满足广告主多样化的广告传播需求；并且随着国内影视剧制作的迅速发展，我国植入广告市场规模增长迅速，越来越受到广告主以及市场的重视。2011 年 11 月 25 日，国家广电总局下发《关于贯彻执行〈《广播电视广告播出管理办法》的补充规定〉的通知》，决定自 2012 年 1 月 1 日起，全国各电视台播出电视剧中间不得再以任何形式插播广告。“限插令”的执行使得网络视频广告、植入广告等新兴广告形式的传播效果优势进一步凸显，国内广告客户也会逐渐更多地选择这些新兴广告形式。可以预见，网络视频广告、植入广告等新兴广告形式未来在我国将会得到迅速地发展。

.....

第四章 项目技术方案与水平

第一节 工艺技术方案

一、工艺技术方案选用原则

二、工艺技术方案概述

三、项目工艺流程

第二节 设备方案

一、设备选型原则

二、主要设备

本项目主要设备投资明细如下：

图表 3：项目主要设备明细

序号	名称	单价	数量	金额	备注
1	笔记本电脑	1.2	7	8.4	
2	台式电脑	0.7	21	14.70	
.....				
23	服务器	10.3	2	20.60	
24	磁盘阵列	5.1	2	10.20	
	合计			55.96	

.....

第五章项目选址及建设条件

第一节项目选址

第二节项目投资环境

第三节项目选址合理性分析

第四节项目土地利用合理性

第六章总图运输及公用辅助工程

第一节项目建设目标

第二节项目建设指导思想

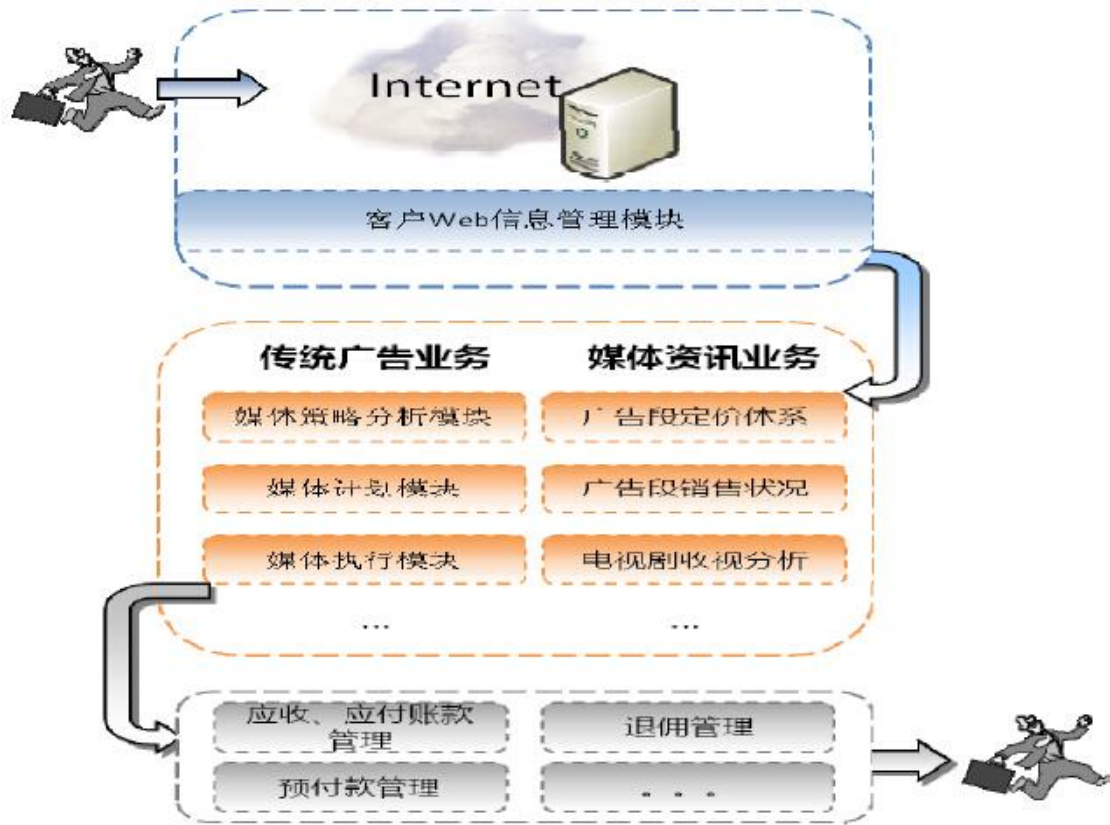
第三节建设方案

一、建设内容

本系统集成服务平台包括六大功能模块， 以实现公司内外数据和信息资源的全面整合，有效提高公司传播策略能力、提升工作效率。该系统实现主要建设内容及功能如下：

序号	建设内容	功能说明
1	客户 web 信息管理模块	产品市场分析；产品消费人群分析；自身产品历史投放分析；客户竞品投放分析；客户投放效果预估查询；客户执行查询；客户广告效果评估查询；应收、应付账款查询等。
2	媒体策略分析模块	客户历史投放分析(实现刊例价及净价双指标核算)；客户竞品分析（实现刊例价及净价双指标核算）；客户产品年度投放计划；媒体性价比分析；预算分配；购买简报；基于商业智能的企业
3	媒体计划模块	跨媒体费用分摊；电视媒体节目排期制定及分析；电视收视率趋势分析；购买前预估；购买后评估等相关功能。
4	媒体执行模块	媒介购买定位；广告排期还原；广告监测；承诺量监测；价格审核等相关功能。
5	财务管理模块	应收账款管理；应付账款管理；退佣管理；预付款管理等相关功能。
6	电视剧信息处理模块	电视剧信息处理（电视剧导演、编导、摄制组、主要演员、类型等）；电视剧播出收视信息处理（对接 Info 软件）；电视剧收视数据分析统计功能。

该系统各功能模块关系及系统业务流程如下图所示：



.....

二、实施计划

本项目计划在三年内完成，分三个阶段实施：

第一阶段，主要研发并完成媒体计划模块、媒体执行模块、财务管理模块。

第二阶段，主要完成媒体策略分析模块及电视剧分析模块的数据库搭建工作及计算方法建模工作。

第三阶段，主要完成客户 Web 信息管理模块及电视剧信息处理模块。

.....

第四节土建工程

第五节辅助公用工程及设施

第七章项目环境保护

第一节设计依据

第二节主要污染源、污染物及防治措施

一、项目建设期间的环境影响

二、项目投产期间的环境影响

第三节绿化设计

第四节环境影响综合评价

第八章项目能源节约方案设计

第一节用能标准和节能规范

第二节节能措施

第三节项目能耗分析

第九章职业安全与卫生及消防设施方案

第一节设计依据

第二节安全教育

第三节劳动安全制度

第四节劳动保护

第五节劳动安全与工业卫生

第六节消防设施及方案

第十章企业组织机构、劳动定员和人员培训

第一节企业组织机构设置

第二节劳动定员和人员培训

第三节项目招投标

第十一章项目总投资与资金筹措

第一节估算范围

第二节估算依据

第三节编制说明

第四节项目总投资估算

本系统集成服务平台计划总投资额 3,132.50 万元，其中设备投资 55.96 万元，数据使用费用投资 1,869 万元，其他投资 1,207.54 万元。本项目投资建设期 3 年，预计 2015 年 1 月开始建设，2017 年 12 月全部完成，项目构成及投资进度如下表所示：

图表 4：项目投资概算（单位：万元）

项目	2015 年	2016 年	2017 年	合计	占投资总额比例
设备	27.98	16.79	11.19	55.96	1.79%
数据使用费用	623	623	623	1869	59.66%
人员薪资及福利	163.40	180.20	101	444.60	14.19%
外包费用	70	260	300	630	20.11%
产地租赁费用	34.31	34.31	34.32	102.94	3.29%
其他	10	10	10	30	0.96%
	928.69	1124.30	1079.51	3132.50	100%

.....

第五节资金筹措

第十二章项目经济效益分析

第一节评价依据

第二节营业收入和税金测算

第三节成本费用测算

第四节利润测算

第五节财务效益分析

本项目的实施并不直接产生效益，但本项目的实施可进一步提升公司的传播策略与媒介计划的研究能力，提升公司工作效率和服务质量，加强内部管理，进一步巩固公司核心竞争力，从而有利于公司业务进一步发展。

.....

第六节项目敏感性分析

第七节项目评价总论

第十三章建设项目风险分析及控制措施

第一节政策性风险及控制

第二节市场竞争风险分析及控制

第三节不可抗力风险分析及控制

第十四章建设项目可行性研究结论及建议

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：010-8288573913671328314

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：0311-860623020311-8077518615130178036

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：0531-613203600531-8286193613678812883

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：022-87079220022-5851237613920548076

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：025-8687038018551863396

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：021-5186065618818293683

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：029-8957491615114808752

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：020-8459341613527831869