

我的名字是.tw



姓名： .tw
屬地： Taiwan
域名： Mynameis.tw

2009 年 10 月 29 日

何家裕

摘要

現況分析

- 個人網誌(或稱作部落格)及相簿使用的普及率已經很高。
- 部落格的網址太長，難以記憶。
- 推廣以自己的名字為.tw 域名代替長長的網址

以年青人作首要推廣市場的原因

- 互聯網使用者以年青人為主，原因是互聯網是他們的主要社交圈子及情報交流點，更是向世界表現自我的平台，例如相簿及部落格。
- 當中有些使用者的狂熱程度更被稱為「宅男」和「宅女」，他們大多是熱忱動漫、線上遊戲及網上購物，所以他們熟識互聯網文化，更是情報收集專家。互聯網上掀起的新潮流而影響一眾網民的生活文化(例如語言及文字使用)更有可能是由一小撮「宅男」引發。
- 所以如果先由年青人流行使用.tw 域名是最有效果及最快普及。

向外界說明為何要使用.tw

- .tw 域名是國際性，和.jp 或.uk 等等域名地位同等，擁有一個屬於自己的.tw 域名能夠突顯自己是台灣人的國際地位，身份的象徵。
- 年青人擁有國際視野，無論工作及生活，也會與世界接軌。如果他們擁有一個屬於自己的.tw 域名，而這個域名更是自己的名字，全世界的人也因他的網址便知道他的名字及知道他是台灣人，從而和世界的距離拉得更近。

企劃名稱的由來

- 這個企劃名稱為「我的名字是.tw」(域名是 mynameis.tw)，是希望使用.tw 域名的人會因自己是台灣人而感到自豪。
- 好事情總會是放在口邊，例如任何人在某事情奪得第一名後，也會很自信地告訴他人。擁有一個.tw 作結尾的網址，每說一次自己的網址便好像說一次「我是台灣人」，加添自信。

預計合作的夥伴

- 有提供相簿及部落格功能的「入口網站」。
- 便利店，作為繳費。

預估效益

- 預計台灣的年青人使用.tw 域名普及程度媲美手提電話
- 當.tw 域名漸漸普及，需要域名的人便漸漸增多，所以域名註冊公司收到的申請漸多，增加收益。
- 因使用.tw 域名之方便，資訊從網頁間散佈會更快，簡接影響台灣知識經濟發展。

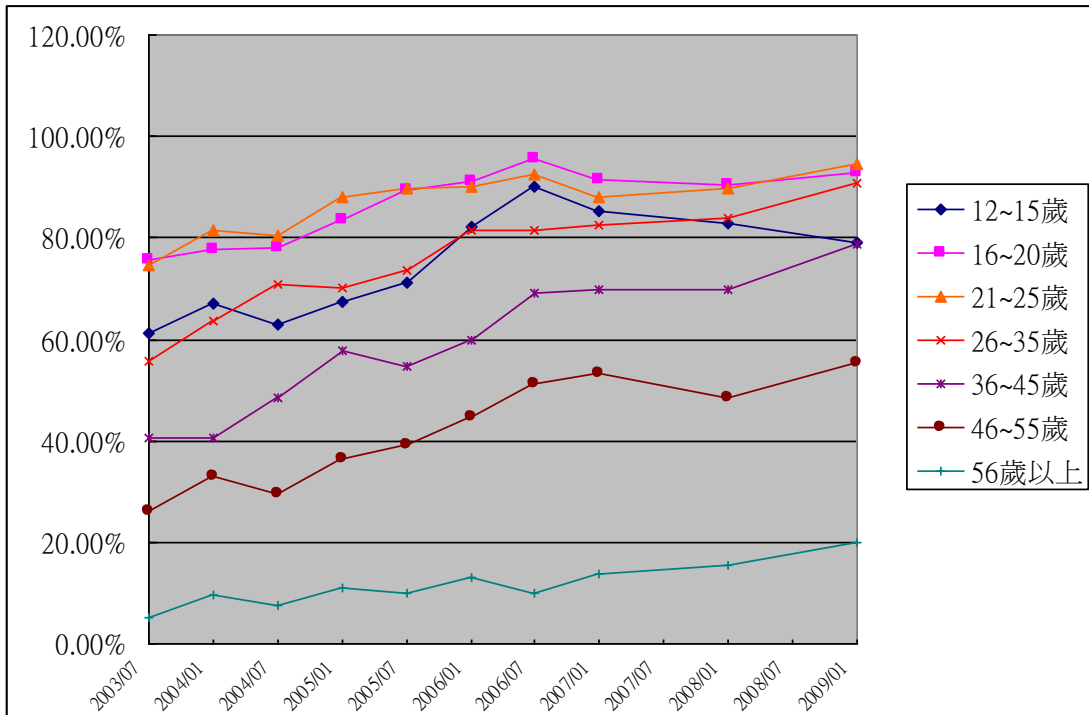
現況分析

台灣上網人數

根據財團法人台灣網路資訊中心所做的統計，以 16-20,21-25,26-35 為主導，如果是文字描述這三個組群，大約可以分為中學群，大學群及工作群。(見表一及圖一)，當中 26-35 歲的上網群更年年遞增(注：2009 年一月的統計組別為 12-14 歲,15-19,20-24,25-34,35-44,45-54,55 歲以上)

| 年齡 | 2003/07 | 2004/01 | 2004/07 | 2005/01 | 2005/07 | 2006/01 | 2006/07 | 2007/1 | 2008/1 | 2009/1 |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|
| 12~15 歲 | 61.12% | 67.08% | 62.91% | 67.24% | 71.04% | 82.30% | 89.99% | 85.29% | 82.78% | 78.99% |
| 16~20 歲 | 75.58% | 77.55% | 77.93% | 83.50% | 89.25% | 91.11% | 95.57% | 91.40% | 90.34% | 92.78% |
| 21~25 歲 | 74.49% | 81.55% | 80.56% | 87.88% | 89.90% | 90.19% | 92.34% | 87.90% | 89.69% | 94.62% |
| 26~35 歲 | 55.55% | 63.78% | 71.00% | 70.18% | 73.61% | 81.41% | 81.63% | 82.67% | 83.97% | 90.64% |
| 36~45 歲 | 40.54% | 40.63% | 48.49% | 57.70% | 54.72% | 59.78% | 69.00% | 69.85% | 69.97% | 78.81% |
| 46~55 歲 | 25.98% | 33.15% | 29.41% | 36.42% | 39.14% | 44.79% | 51.29% | 53.33% | 48.55% | 55.34% |
| 56 歲以上 | 5.20% | 9.47% | 7.45% | 11.12% | 9.85% | 13.10% | 9.89% | 13.59% | 15.47% | 20.06% |

(表一)



(圖一)

網站使用率排名

根據數位時代的 2008 年百大網站排名，以「社群網站」所佔比率最高，共 23 個，超過兩成，而第一名「無名小站」亦是「社群網站」，可見「社群網站」在台灣的受歡迎程度。(見表二)(括號中的數字為該類網站數目)

「社群」的定義便是由一班擁有共同嗜好的人走在一起所形成的社會群體，故此，如果網站被定義為「社群」便是該網站的主要目的是用作吸引志同道合的人，以此網站作興趣的資訊及技術交流的平台，亦可以是不限於興趣，如果該網站的定位是用作給予使用者認識他人及給予使用者空間作個人展示，如日誌及相簿，都算作「社群網站」。

另外，「入口網站」雖然只佔十個，但當中有四個網站是排列前十名，分別是 yahoo，pchome online,yam 天空和中華電信 hinet，而這四個網站同樣有「社群網站」的功能，和「無名小站」同樣擁有相簿，日誌，留言版等社群網站所需功能。由此再次可見台灣中最受歡迎的網站是以「社群」為主。(看表二)

根據財團法人台灣網路資訊中心所做的統計，在上網連結網站中，入口網站一直維持高比率，原因有三：

- 「入口網站」的意思是一個網羅不同資訊及對外連結的網站，方便剛接觸互聯網的人使用，就好像一個人剛進入互聯網這「大廈」前會先到這個「入口」。由於每年不斷有新的網民，他們初接觸互聯網，必然到入口網站。
- 有很多網民儘管用了多年互聯網，仍然是習慣每天開啟瀏覽器後立即到「入口網站」，原因是功能多元化及方便。
- 現時很多「入口網站」也提供「社群網站」的功能，網民會在「入口網站」中查閱自己的「空間」有否曾經被瀏覽或留言，或是看朋友的「空間」。

另外，個人網站使用率也有上升趨勢，到近年，使用率還要比聊天交友高。

從「入口網站」及「個人網站」的使用趨勢來看，年青人擁有個人網上空間非常普遍，就好像十多年前每一個網民也開始必定擁有最少一個電郵戶口般普及。

(表二)

| 總排名 | 網站名稱 | 網站類別 | 總排名 | 網站名稱 | 網站類別 |
|-----|-------------------------------------|----------------|-----|---|----------|
| 2 | Yahoo! | 入口網站 | 59 | Blogger | 社群 |
| 3 | Pchome Online | 入口網站 | 62 | 樂多 Roodo! | 社群 |
| 4 | yam 天空 | 入口網站 | 64 | YAHOO! GEOCITIES | 社群 |
| 8 | 中華電信 Hinet | 入口網站 | 65 | 尋夢園網路聯盟聊 天室 | 社群 |
| 25 | MSN | 入口網站 | 73 | FDZone | 社群 |
| 31 | 台灣新浪網 | 入口網站 | 88 | Qboardz | 社群 |
| 32 | MSN 台灣首頁 | 入口網站 | 92 | 迷你窩 | 社群 |
| 44 | emome 行動生活一 摸就迷 | 入口網站 | 94 | FashionGuide | 社群 |
| 51 | Yahoo! JAPAN | 入口網站 | 99 | 批踢踢實業坊 | 社群 (23) |
| 71 | 日本 FC2 | 入口網站(10) | 13 | Live Search | 搜尋引擎 |
| 12 | 104 人力銀行 | 生活資訊與服務 | 14 | Google | 搜尋引擎 |
| 40 | 人力銀行 | 生活資訊與服務 | 16 | 台灣 Google | 搜尋引擎 |
| 55 | Sogi! 手機王 | 生活資訊與服務 | 28 | 百度 | 搜尋引擎 |
| 66 | 六一歌詞銀行 | 生活資訊與服務 | 48 | FLURL | 搜尋引擎 (5) |
| 72 | 開眼電影網 | 生活資訊與服務 | 9 | 聯合新聞網 | 新聞 |
| 77 | 奇集集 | 生活資訊與服務 | 36 | 壹蘋果網絡 | 新聞 |
| 83 | 台灣鐵路局網站 | 生活資訊與服務 | 39 | 中時電子報 | 新聞 |
| 91 | No-ip | 生活資訊與服務 (8) | 43 | 東森新聞報 | 新聞 |
| 22 | 微風工作室 | 成人 | 100 | 自由時報電子報 | 新聞 (5) |
| 42 | MEGAROTIC | 成人 | 11 | 露天拍賣 | 電子商務 |
| 49 | SOGO 論壇 | 成人 | 20 | 博客來網路書店 | 電子商務 |
| 50 | PLus | 成人 | 26 | PayEasy | 電子商務 |
| 52 | 洪爺影城 | 成人 | 75 | 網勁科技 | 電子商務 |
| 70 | 維克斯討論區 | 成人 | 6 | I'm TV | 線上娛樂 |
| 74 | 拓網男同志交友 | 成人 | 7 | YouTube | 線上娛樂 |
| 76 | 痴漢俱樂部 | 成人 | 33 | 鮮鮮 | 線上娛樂 |
| 80 | G 世代 | 成人 | 35 | 遊戲橘子 | 線上娛樂 |
| 81 | 咆哮小老鼠 | 成人 | 38 | 土豆網 | 線上娛樂 |

| | | | | | |
|----|------------------|----------|----|--------------|----------|
| 97 | Xtube | 成人 (12) | 58 | 小說頻道 | 線上娛樂 |
| 23 | 微軟 | 官方網站 | 60 | ezPeer+ | 線上娛樂 |
| 54 | 臺北市教育入口網 | 官方網站 | 63 | 8591 寶物交易網 | 線上娛樂 |
| 61 | 台灣彩券 | 官方網站 | 79 | OhMyGod 遊戲派對 | 線上娛樂 |
| 69 | 國立台灣大學 | 官方網站 | 82 | 遊戲新幹線 | 線上娛樂 |
| 86 | seednet | 官方網站 | 85 | Travian | 線上娛樂 |
| 89 | 財政部電子申報繳稅系統 | 官方網站 (6) | 87 | 華義數位娛樂網 | 線上娛樂 |
| 29 | 卡提諾王國 | 社群 | 90 | 噤噤歪歪吧 | 線上娛樂(13) |
| 96 | GG Game | 社群 | 19 | Bandongo | 檔案分享 |
| 1 | 無名小站 | 社群 | 21 | 伊莉討論區 | 檔案分享 |
| 5 | 巴哈姆特電玩資訊站 | 社群 | 30 | Yourfilehost | 檔案分享 |
| 10 | 台灣論壇 | 社群 | 37 | 艾噶洛學院 | 檔案分享 |
| 15 | 中華電信 Xuite | 社群 | 41 | 史萊姆的第一個家 | 檔案分享 |
| 17 | 痞客幫 | 社群 | 46 | GOGOBOX | 檔案分享 |
| 18 | Mobile01 | 社群 | 56 | MEGAUPLOAD | 檔案分享 |
| 24 | 優仕網 | 社群 | 67 | RapidShare | 檔案分享 |
| 27 | 維基百科 | 社群 | 68 | EASY SHARE | 檔案分享 |
| 34 | 遊戲基地 | 社群 | 78 | 99770 動漫視界 | 檔案分享 |
| 45 | BabyHome 寶貝家庭親子網 | 社群 | 84 | 風之動漫 | 檔案分享 |
| 47 | 愛情公寓 | 社群 | 93 | sendspace | 檔案分享 |
| 57 | flickr | 社群 | 98 | imagevenue | 檔案分享(13) |

(續表二)

16-20 歲

(表三)

| 項目 | 93年1月 | 93年7月 | 94年1月 | 94年7月 | 95年1月 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 入口網站類 | 75.10% | 57.39% | 67.75% | 63.88% | 63.01% |
| 搜尋引擎 | 23.92% | 12.55% | 13.50% | 22.59% | 28.32% |
| 政府機關 | 1.10% | 0.31% | 0.00% | 2.18% | 1.92% |
| 新聞媒體 | 3.13% | 3.01% | 1.19% | 2.96% | 7.01% |
| 銀行金融 | 0.67% | 0.85% | 0.00% | 0.00% | 0.89% |
| 文化藝術 | 1.57% | 1.23% | 0.67% | 2.71% | 5.60% |
| 校園學術 | 1.58% | 2.75% | 3.54% | 3.28% | 9.29% |
| 教育學習 | 2.33% | 0.61% | 1.91% | 2.39% | 3.15% |
| 醫療保健 | 0.35% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 1.84% |
| 親子兒童 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.50% | 0.00% |
| 個人網站 | 1.38% | 2.47% | 2.94% | 6.42% | 15.32% |
| 遊戲網站 | 28.31% | 20.89% | 33.07% | 37.52% | 36.22% |
| 成人娛樂 | 0.09% | 0.52% | 0.00% | 0.00% | 5.34% |
| 購物網站 | 0.86% | 1.53% | 2.72% | 2.71% | 3.95% |
| 影視娛樂 | 6.51% | 5.84% | 9.61% | 5.23% | 10.96% |
| 生活休閒旅遊 | 3.23% | 2.62% | 2.67% | 1.97% | 6.67% |
| 求職求才 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 1.90% |
| 聊天交友 | 4.28% | 5.44% | 7.75% | 3.89% | 7.76% |
| 音樂廣播 | 5.08% | 5.64% | 8.99% | 8.18% | 11.64% |
| 美容養生 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 星座血型算命 | 0.60% | 0.50% | 0.00% | 0.18% | 5.17% |
| 電腦資訊 | 0.87% | 1.34% | 4.25% | 1.66% | 8.70% |
| 軟體下載 | 4.08% | 3.56% | 3.38% | 0.00% | 10.70% |
| 社會團體 | 0.77% | 0.58% | 1.05% | 0.18% | 2.04% |
| 不一定 | 0.86% | 8.18% | 5.78% | 5.46% | 8.99% |
| 其他 | 2.97% | 0.65% | 1.34% | 2.88% | 4.03% |

21-25 歲

(表四)

| 項目 | 93年1月 | 93年7月 | 94年1月 | 94年7月 | 95年1月 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 入口網站類 | 70.33% | 61.15% | 72.01% | 70.44% | 60.95% |
| 搜尋引擎 | 29.35% | 15.16% | 21.98% | 17.89% | 24.68% |
| 政府機關 | 2.09% | 1.18% | 5.07% | 0.00% | 6.52% |
| 新聞媒體 | 10.67% | 6.03% | 11.53% | 7.41% | 13.75% |
| 銀行金融 | 1.78% | 0.43% | 0.68% | 0.92% | 6.42% |
| 文化藝術 | 1.89% | 0.60% | 2.18% | 4.48% | 5.45% |
| 校園學術 | 2.00% | 1.35% | 5.59% | 4.22% | 10.78% |
| 教育學習 | 0.79% | 0.61% | 6.80% | 1.91% | 7.51% |
| 醫療保健 | 1.03% | 0.00% | 0.77% | 0.87% | 6.12% |
| 親子兒童 | 0.00% | 0.88% | 0.00% | 0.94% | 26.00% |
| 個人網站 | 1.55% | 3.26% | 3.15% | 1.70% | 9.95% |
| 遊戲網站 | 19.33% | 21.59% | 22.40% | 23.80% | 27.01% |
| 成人娛樂 | 0.82% | 0.14% | 1.13% | 0.00% | 5.34% |
| 購物網站 | 0.00% | 5.36% | 7.79% | 5.89% | 13.80% |
| 影視娛樂 | 1.87% | 9.75% | 6.69% | 7.11% | 12.44% |
| 生活休閒旅遊 | 3.45% | 1.74% | 5.43% | 3.73% | 17.12% |
| 求職求才 | 0.00% | 0.00% | 3.56% | 1.65% | 5.55% |
| 聊天交友 | 2.42% | 5.99% | 9.31% | 2.86% | 5.96% |
| 音樂廣播 | 1.85% | 2.76% | 4.78% | 11.09% | 13.65% |
| 美容養生 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 94.00% |
| 星座血型算命 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.87% | 3.46% |
| 電腦資訊 | 4.06% | 4.90% | 1.91% | 3.87% | 12.57% |
| 軟體下載 | 1.60% | 2.78% | 4.38% | 1.96% | 11.61% |
| 社會團體 | 0.67% | 1.04% | 1.14% | 1.07% | 1.60% |
| 不一定 | 0.00% | 9.54% | 4.34% | 4.26% | 10.98% |
| 其他 | 0.00% | 1.71% | 2.53% | 1.30% | 4.12% |

26-35 歲

(表五)

| 項目 | 93年1月 | 93年7月 | 94年1月 | 94年7月 | 95年1月 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 入口網站類 | 69.16% | 63.96% | 70.64% | 58.37% | 62.57% |
| 搜尋引擎 | 29.67% | 31.45% | 16.85% | 28.14% | 32.19% |
| 政府機關 | 2.43% | 1.94% | 9.93% | 3.56% | 4.81% |
| 新聞媒體 | 12.83% | 11.92% | 14.36% | 16.41% | 18.71% |
| 銀行金融 | 5.83% | 5.51% | 9.82% | 3.90% | 11.72% |
| 文化藝術 | 1.03% | 1.11% | 3.98% | 5.53% | 3.69% |
| 校園學術 | 0.65% | 2.42% | 4.61% | 4.39% | 6.30% |
| 教育學習 | 2.00% | 2.70% | 3.76% | 3.28% | 6.84% |
| 醫療保健 | 1.79% | 1.78% | 0.84% | 4.13% | 5.00% |
| 親子兒童 | 0.00% | 0.51% | 0.00% | 0.23% | 1.15% |
| 個人網站 | 2.62% | 0.00% | 2.79% | 1.56% | 5.39% |
| 遊戲網站 | 12.87% | 8.64% | 14.26% | 14.59% | 12.85% |
| 成人娛樂 | 0.00% | 0.35% | 1.27% | 0.76% | 5.26% |
| 購物網站 | 3.16% | 5.40% | 10.43% | 8.14% | 14.27% |
| 影視娛樂 | 1.47% | 0.42% | 0.82% | 6.12% | 10.36% |
| 生活休閒旅遊 | 2.87% | 3.66% | 8.42% | 10.43% | 11.64% |
| 求職求才 | 0.00% | 0.22% | 0.49% | 0.00% | 4.16% |
| 聊天交友 | 0.48% | 1.34% | 2.51% | 4.02% | 3.37% |
| 音樂廣播 | 1.81% | 0.63% | 2.39% | 1.63% | 4.93% |
| 美容養生 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 1.00% | 2.18% |
| 星座血型算命 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.49% | 63.00% |
| 電腦資訊 | 2.49% | 1.64% | 2.37% | 8.29% | 9.32% |
| 軟體下載 | 5.90% | 0.23% | 1.73% | 2.10% | 6.85% |
| 社會團體 | 0.00% | 0.35% | 0.56% | 0.00% | 1.22% |
| 不一定 | 0.45% | 7.36% | 3.22% | 3.56% | 12.68% |
| 其他 | 1.96% | 1.29% | 4.63% | 4.39% | 5.54% |

網址過長，難以記憶

「社群網站」或「入口網站」也提供個人網上空間，給予使用者編寫日誌及上存相片，讓朋友瀏覽，但往往也會為網址的過長，難以記下。雖然網址的結構大多是由該「社群網站」或「入口網站」的網址後加上登入名稱，但其實各自也有自己的結構，以「無名小站」及四個入圍前十名的「社群網站」的部落格為例：

| | |
|--------|--|
| 無名小站 | http://www.wretch.cc/blog/ 登入名稱 |
| Yam 天空 | http://blog.yam.com/ 登入名稱 |
| Yahoo | http://tw.myblog.yahoo.com/ 登入名稱 |
| pchome | http://mypaper.pchome.com.tw/ 登入名稱 |
| HiNet | http://blog.xuite.net/ 登入名稱 |

五個網站的部落格的網址結構也不一樣，「blog」被擺放的位置也不同，pchome 的網址甚至沒有用「blog」，是用 mypaper，所以每個人的網址也難以記著。

雖然一般人需要儲存朋友的「個人網站」，也是儲存在「我的最愛」或加到書籤，但當他們離開自己的電腦，用另一部電腦時如果想到朋友的網站觀看便總是想不到網址。儘管可以把網站加到書籤，十個朋友的網站，甚至二十個朋友的網站也還很方便管理和尋找，但當一些團體(如宗教)，擁有數十個會員，甚至過百，會員間如果溝通緊密，要儲起他們全部網址並方便尋找，實在不易。

市場定位

根據剛才的分析，可歸納出目標市場為：

- 16-20 歲(中學群)、21-25 歲(大學群)及 26-35 歲(工作群)，
- 擁有個人網上空間

宣傳

廣告內容

在 pchome 放置廣告，內容很簡單，以 flash 製作小動畫，廣告內顯示當一群人正在忙於交換大家的網址，努力地抄寫，美女隨手一揚便顯示出自己的網址，是她的名字加上.tw，寓意利用.tw 作域名可以很簡單地告訴別人，別人也很容易記下。

廣告人物

預算邀請五位美女製作五段相同的小動畫，原因是增加瀏覽者注意，例如「宅男甲」看到的是美女甲，「宅男乙」看到的是美女乙，兩者發覺有不同時，便可引起他們再度注意廣告。

拍攝五張廣告硬照，放在域名申請公司中「域名申請表」的網頁，放在這個位置不是賣廣告，而是當這五位美女拍攝廣告硬照後，他們定必放在自己的相簿，當網民看到他們的相簿便會看到 pchome 有.tw 域名的優惠。Pchome 沒有要求那五位女生把相片放上去，只是他們把照片當作個人照片般處理，PChome 沒有借相簿賣廣告。

以網路美女作廣告主角，有兩個好處

1. 喜歡上網的「宅男」是很喜歡上網看美女相簿(網路美女)，所以任何和這些美女有關的廣告他們一定最快看到，而且如果由知名的網路美女(例如當時的超人氣美女)作廣告，一眾「宅男」更加快速廣泛宣傳，比電視廣告的傳播威力更大。
2. 便宜。

除了女主角，小動畫中其他男生也應該在網路上招攬，原因和為何選用網路美女一樣，就是便宜，甚至免費，而且在招攬過程中，是為這個廣告作「宣傳」，增加網民的注意，期待廣告的出現，有先聲奪人的效果。

執行

合作夥伴

我建議和 pchome 合作，選出每個月前十名最高點擊率的會員，便送給他們自訂的.tw 域名，作為轉址。例如網址本是

<http://mypaper.pchome.com.tw/peter>

便可把 peter.tw 送給這個部落格的使用者，但不一定可以用 peter.tw，pchome 只可承諾送出.tw 域名，卻不可以限定所送出的域名和 pchome 的登入名相同，原因有二

1. 因為不可以確保該域名是否已被佔用。
2. 給予使用者提出其他名字，不用硬性規定用回舊名字

選擇 pchome 的原因

- 如果和 pchome 合作，pchome 有了這項獎勵計劃，便可吸引更多人使用 pchome，其他「社群網站」或「入口網站」的會員如果本身也是擁有高點擊率，也會因為這誘引而轉向 pchome
- 因為 pchome 的排名緊次於 yahoo 及無名，當 pchome 接受這計劃，定必大量提高部落格使用率及外來人的點擊率。由於流量增多，廣告商的加入數目會增多，pchome 的廣告收入便會影響 yahoo 及無名。

依據以上兩點，相信 pchome 會接受這個計劃。

不選擇無名的原因

- 由於「無名小站」是第一位，本身是高流量的網站，它們接受合作的機會比較低，因為「無名小站」是否合作也是第一位，如果要求合作，可能需要額外支付給「無名小站」作廣告費。
- 「無名小站」其實是 yahoo 的一部分(詳細可見 yahoo 網站)，所以 yahoo 也暫時不必考慮。

客戶繳費問題

現時台灣的線上購物很方便，也是生活的一部分，但是還在讀書的年青人卻沒有信用卡，難以繳費，所以我提議像其他帳單一樣，只要用家收到繳費通知的電郵後便可打印出來，到任何一間便利店繳付。

另外建議可以分期付款，.tw 域名年費是 800 元台幣，如果分開十二個月收費，每個月 70 元，那麼每年就是 840 元，雖然是比原先多出 40 元，但用家卻可以每個月只需要 70 元，大概就是一個速食店的早餐價錢就可以，相信對於不容易支付 800 元的年青人來說，70 元一個月是他們可以接受的價錢，而且域名註冊公司每年可多收 40 元。

預算編列

購買域名

作為送給 pchome 每月前十名最高點擊率的部落格，一個月需要十個域名，便需要 $10 \times 800 = 8000$ ，一年便是 $8000 \times 12 = 96000$ 。暫定推行獎勵計劃一年。

招聘美女

一位美少女去拍照預算 4000，五位便是 20000。

專業攝影及化妝師

專業攝影包括攝影師及燈光師等人員，預算使用二萬，化妝師一萬，合共三萬。

總支出

| 項目 | 價錢 |
|------|---------|
| 購買域名 | 96,000 |
| 招聘美女 | 20,000 |
| 專業攝影 | 20,000 |
| 化妝師 | 10,000 |
| 合共 | 146,000 |

預期效益

目標市場人數

計算目標市場人數，以這公式計算：

$$\text{人口} \times \text{使用互聯網比率} \times [(\text{入口網站使用率}/2) + \text{個人網站使用率}]$$

把入口網站使用率除以二是因為使用入口網站的人不一定有使社群功能，所以假設為一半。

根據行政院統計處，中學群、大學群、工作群的人數見(表四)

| 區域別 Locality | 性別 Sex | 15~19 歲 Years | 20~24 歲 Years | 25~29 歲 Years | 30~34 歲 Years |
|-----------------|-----------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 總計 Total | 計 T. | 1,615,696 | 1,605,073 | 1,961,969 | 1,961,385 |
| | 男 M. | 842,320 | 826,502 | 991,857 | 981,315 |
| | 女 F. | 773,376 | 778,571 | 970,112 | 980,070 |

用表一、表三、表四及表五的數據，可得出以下目標市場人數

| 組別 | 目標市場 人數 | 人口 | 使用互聯 網比率 | 入口網站 使用率 | 個人網站 使用率 |
|-------|------------|-----------|-------------|-------------|-------------|
| 16-20 | 698,707 | 1,615,696 | 93 | 63 | 15 |
| 21-25 | 617,551 | 1,605,073 | 95 | 61 | 10 |
| 26-35 | 2,877,780 | 3,923,354 | 90 | 63 | 5 |

(*百分率及目標市場人數是四捨五入)

由上表得知，以擁有部落格的年青人作為目標市場，潛力非常大，長期效益難以估計。

域名炒賣

當 pchome 剛推出以 .tw 域名作獎勵計劃時，由於將會掀起新一波域名潮流，所以會有不少人搶先登記流行域名，其中最有可能搶先會被登記的域名便是每個月 pchome 選出的前十名最高點擊率部落格，因為那十名部落格擁有者通常會用自己的名字或登入名稱作 .tw 域名。先把這些名稱搶先登記的人便是希望可以高於 800 元賣給那十個人。一般來說，由於很多人也會把自己的生日在部落格的資料欄顯示，所以一個登入名稱，將會有以下六個組合。

例如：名字叫 PeterChan，12 月 10 日是他的生日，網址可以是

| | | |
|--------------|------------------|-------------------|
| Peterchan.tw | Peter_chan.tw | Chan_peter.tw |
| Chanpeter.tw | Peterchan1210.tw | Peter_chan1210.tw |

每個月有十名，所以會有六十個域名會被登記，一年便有七十二個，收入會是 $72*800=576000$ 。