

## 企业网络广告的定价策略研究

曹文彬

华侨大学商学院, 福建, 泉州, 362021

## Research on Pricing Schemes of Enterprise's Internet-Based Advertising

CAO Wen-bin

School of Business, National Huaqiao University, Quanzhou 362021, China

- [摘要](#)
- [参考文献](#)
- [相关文章](#)

Download: [PDF \(1429KB\)](#) [HTML \(KB\)](#) [Export: BibTeX or EndNote \(RIS\)](#) [Supporting Info](#)

**摘要** 网络广告的定价策略有多种,本文对一个企业在多个网站发布广告按曝光次数定价策略建立了网络优化模型,并推导出其它常用的两种定价策略的模型.然后对网络广告中点击率降低、网站数量的选择、不同定价策略的差异等问题进行了分析.最后基于变分不等式方法提出了求解优化模型的算法并给出了算例,算例结果表明了网络模型对网络广告定价策略的选择是有效的.

**关键词:** [网络营销](#) [定价策略](#) [网络优化](#) [变分不等式](#)

**Abstract:** This paper addresses the optimal pricing strategies of Internet-based advertising when a firm is advertising on multiple websites. An network optimization model is constructed for comparing three pricing schemes of Internet-based advertising subject to a budget constraint, analyzing some questions about click-throughs rate and the amount of websites, etc. A variational inequality-based algorithm is developed to find the optimal solution.

收稿日期: 2005-04-12;

基金资助: 华侨大学博士启动基金资助项目; 福建省科学计划资助项目(2005R032)

引用本文:

曹文彬. 企业网络广告的定价策略研究[J]. 中国管理科学, 2006, V(1): 94-99

### Service

[把本文推荐给朋友](#)  
[加入我的书架](#)  
[加入引用管理器](#)  
[Email Alert](#)  
[RSS](#)

### 作者相关文章

[曹文彬](#)

没有本文参考文献

没有找到本文相关文章