

Research of key success factor for Venture Capitalist while in Vesting to Internet Space

蔡添進、潘振雄；涂一卿

E-mail: 9219936@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

In the past five years, Internet space has gone through several evolutions. Some Venture Capitalists has made more than 100 time returns on investments and some of them got lost when Internet stock crashed in April 2000. Evolution and innovation of Internet Industry keep coming. During the Paradigm shifting era, uncertainty and unknown factors continue to impact most of the investors and it requires in-depth exploring. It is said that the most dangerous factor to VC is to not invest Internet companies since they are all fearful of the Internet bubble coming. Most of business entities have been emphasizing that applied E- business is essential. How does VC face this e-World? My research is to try to explore and understand the Internet Economy layer. Which layer provides the best opportunities? Broadband communication and Always-On line will be materialized soon. How does VC seek the best shining start-up companies? How do they evaluate those start-up Internet companies in terms of critical success factor? If a simple checklist works well to evaluate each start-up Internet company, deal makers of VC become no value added at all, thus having no reason to exist. In an Internet industry, most innovative business model can only sustain one company. eBay is the first company to run an auction web site. Within six months later, Yahoo and Amazon followed the same business model without great success. It seems that a great idea business model has to be well implemented in very short period of time as part of critical success factor. According to co-research and report from Cisco and University of Texas at Austin, there are four layers of the Internet Economy. Among the top three Internet companies-America On-line, Amazon and Yahoo-Yahoo has gone through three rounds of re-inventing itself. First round, Yahoo is just a simple search engine of portal web site. In the second round, Yahoo re-invents itself again to have vertical integration with specific requirement of portals such as sports, pets, music, free email, etc. The latest evolution is to have a three-dimension business model-integrating Smart agent of specific search engine: direct and indirect payment instrument of E-commerce with some sort of marketing of consumer product. Successful company Yahoo still needs to reinvent itself to maintain its success, profit and growth. How does VC make decision factors on evaluating a start-up Internet company? How do start-up companies face those changes? This topic is becoming more interesting to my research. After my research with several visits both in domestic and Foreign VC, my analysis and research come to conclusion as follows: 1. It is very important to make judgements of the future of Internet industry and seize any opportunities. Speed is everything. 2. What unfair competitive advantage has a particular invested start-up company obtained? 3. Leadership of the founders in vision, innovation, best in selling skill are critical to lead company facing unknown futures and changes. 4. A start-up company with unique Internet business model with an entry barrier. 5. Ability of implementation on any great and innovative business model in very short period of time is essential. My study can provide a general guideline when it comes to investment of Internet start up companies. However, it still requires a dealmaker to put his/her personal experience and knowledge during the due diligent stage. Expected Capital gain has been a rule of thumb to evaluate success on any single investment. EPS and IPO are still valid on Internet company investment after Internet stock crashed in April 2000. Most of VC has changed back to conventional valuation mythology, no matter what kind of industry they invest their money into.

Keywords : Internet Economy ; Venture Capital ; Critical Success Factor ; IRR ; Post PC ; Internet Appliance

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書 iii 中文摘要 v 英文摘要 vii 誌謝 x 目錄 xi 圖目錄 xiii 表目錄 xv 第一章 緒論 1.1 研究背景動機 1 1.2 研究目的 2 1.3 研究範圍 3 1.4 名詞闡釋 5 第二章 文獻探討 2.1 創業投資事業之投資策略 15 2.2 成功關鍵因素之探討 16 2.3 創業投資事業之投資評估流程 17 第三章 網際網路產業現況分析 3.1 網際網路產業結構分析與機會 20 3.2 網際網路公司分類 37 3.3 網際網路產業發展趨勢分析 39 第四章 研究方法 4.1 研究架構 61 4.2 研究對象與範圍 62 4.3 研究方法與流程 64 第五章 個案公司訪談摘要與個案研究 5.1 個案研究五家網路公司成功摘要 65 第六章 創投對網際網路公司成功因素之實証分析 6.1 國內外創投對網際網路產業之成功關鍵要素 102 6.2 網際網路產業成功關鍵要素 111 第七章 結論與建議 7.1 研究發現與結論 115 7.2 後續研究方向建議 120 參考文獻 一、中文部份 121 二、英文部份 126 三、參考網站部份 128 附錄一 全美Top200理財網站一覽表 130 附錄二 美國網路與通訊熱門概念股 138

REFERENCES

一、中文部份 1. 李盈穎 (5/22/2000), 「衝上B2C浪頭, 台灣會不會滅頂?」, 商業周刊 (P.64?P.70) 2. 林亞偉 (5/22/2000), 「投資網路公司, 現在很好殺價」, 商業周刊 (P.80?P.82) 3. 賴毓敏 (5/22/00), 「網際網路創業風潮方興未艾」, 商業周刊, (P105) 4. 李盈穎 (5/15/2000), 「楊承喜不敢回味素鰻魚的滋味」, 商業周刊, (P.114?P.116) 5. 盧智芳 (5/15/2000), 「《e天下》, 網路創業有陷阱」, 商業周刊 6. 張殿文 (4/17/00), 「Bex是辜仲諒的B2B神奇寶貝」, 商業周刊, (P98?P99) 7. 廖國寶 (4/17/00), 「企業網路投資熱誰是專家?誰是玩家?」, 商業周刊, (P78?P80) 8. 林亞偉整理 (4/17/00), 「新經濟是真是假, 誰能說明白?」, 商業周刊, (P104?P106) 9. 刊欣 (4/17/00), 「依靠廣告收入, 網站經營捉襟見肘」, 商業周刊, (P134) 10. 編輯部 (4/10/00), 「台灣網路電話的技術先驅」, 商業周刊, (P98?P102) 11. 廖國寶 (3/27/00), 「五千億固網市場, 四家爭食各懷鬼胎」, 商業周刊, (P88?P89) 12. 許淑晴 (3/20/00), 「台灣引爆企業集團, B2B電子商務大聯盟」, 商業周刊, (P72?P74) 13. 許淑晴 (3/20/00), 「迎接e時代, 員工態度最重要」, 商業周刊, (P74?P75) 14. 廖國賢 (3/20/00), 「手機上網, 全球掀起數位生活革命」, 商業周刊, (P98?P99) 15. 林亞偉 (3/20/00), 「李嘉誠的兒子登基香港網路電信新皇帝」, 商業周刊, (P94?P97) 16. 金麗萍 (3/20/00), 「張忠謀:不利用網路的人要落伍了」, 商業周刊, (P50?P52) 17. 黃翌弘譯自經濟學人 (3/6/00), 「網路是改變企業一生的愛情!」, 商業周刊, (P133?P134) 18. 刊欣 (3/6/00), 「網路股上市熱, 一夜致富或泡沫一場?」, 商業周刊, (P138?P139) 19. 黃翌弘譯自經濟學人 (3/6/00), 「歐、亞洲努力奮起, 想分一杯網路羹」, 商業周刊, (P136?P137) 20. 編輯部 (2/28/00), 「雅虎走過哪些冤枉路?」, 商業周刊, (P116?P118) 21. 詹宏志 (2/21/00), 「體系內e化?還是體系外e化?」, 商業周刊, (P59) 22. 廖國寶 (2/21/00), 「亞馬遜越來越順, 還是越來越遜?」, 商業周刊, (P94?P99) 23. 洪逸譯自經濟學人 (1/17/00), 「股市泡沫越吹越大, 華爾街居高思危」, 商業周刊, (P113?P114) 24. 鄭志豪專訪蘇費克 (4/1/00), 「BtoB電子商務的祕訣」, 天下雜誌, (P220?P221) 25. 洪懿妍 (4/1/00), 「實體企業宣告虛擬大戰」, 天下雜誌, (P160?P165) 26. 編輯部 (4/1/00), 「網路需要創意還需經驗」, 天下雜誌, (P156?P158) 27. 李明軒 (4/1/00), 「電子商務熱魔幻?寫真?」, 天下雜誌, (P132?P141) 28. 編輯部 (4/1/00), 「網路熱潮到底是不是泡沫?」, 天下雜誌 29. 陳雅慧 (4/1/00), 「網路投資九大防線」, 天下雜誌, (P.174?P.178) 30. 鄭琇文 (5/00), 「.COM建立營運模式為成功關鍵」, 電子時報 31. 何英煒 (5/00), 「創投網開一面, 生態丕變」, 電子時報 32. 鄭琇文 (5/00), 「亞洲網路發展空間大, 難度高」, 電子時報 33. 黃萃行 (5/00), 「創投對新興網路公司投資退燒」, 電子時報 34. 戴素萍 (5/00), 「創投業投資半導體資金成長412%」, 電子時報 35. 張薰仁 (5/00), 「美創投看好軟體, 通訊產業」, 電子時報 36. 黃建智 (5/00), 「美創投熱潮仍是網路」, 電子時報 37. 林玲妃 (5/20/00?5/22/00) 「中美兩地創投金額大躍進」, 電子時報 38. 李柏毅 (5/00), 「半導體最獲台灣創投業青睞」, 電子時報 39. 林玲妃 (5/17/00), 「美國創投Q1創新高, 75%投入網路企業」, 電子時報。 40. 黃達人 (4/28/00), 「網際網路仍有夢但營運體質才最真(一)」, 電子時報 41. 黃達人 (4/25/00), 「網路公司產業動脈」, 電子時報 42. 林玲妃 (6/00), 「投資網路 - 施振榮有三大評估標準」, 工商時報 43. 謝富旭 (5/00), 「IBM號召成立電零組件網站」, 工商時報 44. 謝富旭 (5/00), 「B2B邁向垂直整合, 市場商機無窮」, 工商時報 45. 林玲妃 (5/5/00), 「惠普志在成為單一窗口整合者」, 工商時報 46. 林玲妃 (4/21/00), 「網路商業堂堂跨入第三代」, 工商時報 47. 林正峰 (4/00), 「貝佐斯:亞馬遜追求擴張計畫不變」, 工商時報 48. 謝富旭 (4/00), 「網路股首季業績, 幾家歡樂幾家愁」, 工商時報 49. 林玲妃 (5/3/00), 「創造品牌, 雅虎稱霸網海」, 中國時報 50. 張志偉 (2000), 「入門網站教父 - YAHOO!」, 商周出版, (P.328?P.333) 51. 張繼文 / 鄭巧婷 / 王俊權 編著 (2000), 「華爾街線上交易致富勝經」, 商智文化, (P254?P265) 52. 劉復苓譯 (2000), 「亞馬遜網路書店的十大秘訣」, 聯經出版社出版, (P16?P19) 53. 唐斯、梅振家著, 邱文寶譯 (2000), 「Killer APP」, 天下文化書坊, (P28、P75、P68) 54. 吳思華 (1988), 「產業政策與企業策略」, 夏89 55. 吳思華 (1997), 「策略九談」, 麥田出版社 56. 司徒達賢 (1995), 「策略管理」, 遠流出版社 57. 權福生 (1999), 「台灣電腦網站產業關鍵成功因素與核心競爭力研究」, 大葉大學事業經營研究所碩士論文 58. 楊建東 (1999), 「創業投資策略與基金管理類型關係之研究」, 大葉大學事業經營研究所碩士論文