

2013-2018年中国网络财经 信息服务市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2018年中国网络财经信息服务市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/chuanmei1307/493271FKF7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-07-30

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2018年中国网络财经信息服务市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国网络财经信息服务行业的概念，接着分析了中国网络财经信息服务行业发展环境，然后对中国网络财经信息服务行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国网络财经信息服务行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国网络财经信息服务行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2018年中国网络财经信息服务市场现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

2008年中国网络财经信息服务市场规模为10.3亿元,同比增长17.9%,增速有所放 缓.股票类 垂直财经网站受金融市场影响较大,门户网站财经频道和非股票型垂直财经网站收入受股市 影响稍小。2012年，网络财经信息服务市场收入规模将已超越20亿元，收入规模增长较快.未来行业前景依然光明.

第一章 网络财经信息服务相关概述

第一节 网络财经信息服务的定义与特征

一、网络财经信息服务界定

二、财经类网络媒体特点

三、网络财经信息服务范畴

三、财经类网络媒体沟通方式

四、财经类网站的价值

第二节 网络财经信息服务的兴起与发展

第三节 网络服务商的分类分析

一、网络服务商责任在网络秩序中的作用

二、网络服务商的分类

三、网络服务商的相关法律问题

第四节 网络财经信息服务的主要运营模式

第五节 网络财经信息服务产业链分析

一、产业链结构分析

二、代理制度分析

第二章 2011-2012年中国网络财经信息服务行业运行环境分析

第一节 2011-2012年中国网络财经信息服务行业运行政策环境分析

一、我国支持信息网络服务业有关财税政策的分析

二、互联网信息服务管理办法分析

三、相关网络信息监管机构分析

四、中国证券监督管理委员会

五、网络财经信息监管

六、产业相关法律、法规

第二节 2011-2012年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年下半年中国宏观经济发展预测分析

第三节 2011-2012年中国金融产业发展分析

一、中国金融发展现状

二、金融投资者处于复杂多变的市场环境中

三、互联网金融信息服务行业发展状况

第四节 2011-2012年中国网络财经信息服务行业运行社会环境分析

一、中国人口规模分析

二、中国互联网用户规模分析

三、中国人口结构与学历情况分析

第三章 2011-2012年中国网络财经信息服务发展态势分析

第一节 2011-2012年中国网络财经信息服务产业热点聚焦

一、和讯百度合作改变网络财经信息业生态

二、无线财经与互联网财经依然是互补品 而不是替代品

三、中国股市催热网络财经信息服务

第二节 2011-2012年中国网络财经信息服务业运行总况

一、市场竞争加剧

二、集团趋势明显

三、长尾效应显露

第三节 2011-2012年中国网络财经信息服务产业链分析

第四节 2011-2012年中国网络财经信息服务业热点问题探讨

第四章 2011-2012年中国网络财经信息服务市场动态分析

第一节 2011-2012年中国网络财经信息服务市场现状综述

- 一、网络财经信息服务市场规模
- 二、中国财经网站用户使用收费财经服务的情况
- 三、我国网络财经信息服务业广告投入情况

第二节 2011-2012年中国网络财经媒体市场发展现状分析

- 一、网络财经媒体相较传统财经媒体的优势和劣势
- 二、网络财经资讯海量且快速的传播
- 三、中国网络财经媒体的收入规模分析
- 四、中国财经网站整体浏览量分析

第五章 2011-2012年中国网络财经信息服务运营模式及财经网站分析

第一节 2011-2012年中国网络财经信息服务营销模式分析

- 一、网站（企业）推广模式分析
- 二、网站广告投放依据分析
- 三、网站运营与开发维护关系

第二节 2011-2012年中国财经网站分析

- 一、中国财经类网站分类
- 二、2011年财经类网站发展状况
- 三、财经类网站发展空间
- 四、财经类网站定位
- 五、财经类网站构架
- 六、财经网站发展新模式
- 七、影响中国财经网站发展趋向因素
- 八、股票财经类网站的运营分析

第三节 2011-2012年中国网络财经信息服务营销模式分析

- 一、网站（企业）推广模式分析
- 二、产品推广模式分析
- 三、网站广告投放依据分析
- 四、客户关系管理营销分析
- 五、策略联盟营销模式分析

第四节 2011-2012年中国财经网站成本控制分析

- 一、财经网站访问体验较佳，建设和维护应权衡单位成本收益
- 二、运营战略差异导致内容成本有别
- 三、运营商应重视产品研发和维护成本
- 四、新营销性价比较高
- 五、成本控制提升建议

第六章 2012年1月中国网络财经信息服务用户分析

第一节 2012年1月中国财经网站浏览者群体属性分析

- 一、用户区域分布及占比
- 二、用户年龄分布及占比
- 三、用户性别及占比
- 四、用户婚姻状况及占比
- 五、用户学历分布及占比
- 六、用户职业分布及占比
- 七、用户上网时长统计

第二节 2012年1月中国网民对主要财经网站的使用需求分析

- 一、网民最常登录的财经网站比例情况
- 二、网民平时登录财经网站的频次情况
- 三、网民获知财经网站的渠道分布情况

第三节 2012年1月中国网民对财经资讯服务的使用需求分析

- 一、网民主要网络财经资讯浏览网站分析
- 二、网民登录财经资讯网站的驱动因素分析
- 三、网民主要浏览的财经资讯信息类型分析
- 四、中国财经垂直网站有效浏览所占份额
- 五、垂直财经网站行业数据分析
- 六、财经类网站综合流量

第四节 2012年1月中国网民个人理财投资行为分析

- 一、网民主要购买的投资产品比例情况
- 二、网民认为对个人理财最为有用的网络财经服务比例情况
- 三、网民股票购买的参考渠道分析

第五节 2012年1月中国网民对收费资讯服务使用需求分析

- 一、网民经常使用的财经收费资讯服务网站

二、网民使用财经收费资讯服务驱动因素分析

三、网民对财经收费服务资费的接受度情况

第六节 2012年1月中国网民对财经分析软件的使用需求分析

一、网民最常使用的网络财经分析软件服务

二、网民获知分析软件渠道分析情况

三、网民对证券分析软件满意度情况

四、网民对证券分析软件资费接受情况

五、网民证券分析软件不同收费方式偏好比例情况

第七节 2012年1月中国网民对财经无线增值服务的使用需求分析

一、网民最常使用的财经无线增值服务

二、网民获知财经信息相关无线增值服务渠道分析

三、网民经常使用的财经信息相关无线增值服务类型分析

四、网民在财经信息相关无线增值服务的花费投入情况分析

第七章 2011-2012年中国网络财经信息各服务商广告业务竞争力分析

第一节 2011-2012年中国网络财经媒体冲击传统财经媒体

一、网络财经媒体优劣势分析

二、财经网站竞争力体现

三、财经报纸杂志面临巨大冲击

第二节 2011-2012年中国网络财经内容受青睐

一、财经资讯是网民关注热点

二、财经网站用户学历高、年龄高、收入高

三、财经网站受金融、汽车和房产类广告主青睐

第三节 2011-2012年中国主要网络财经媒体广告营收竞争力分析

一、新浪财经与和讯竞争力对比分析

二、东方财富网和腾讯有望营收提升

三、搜狐财经和ft中文网用户特征突出

四、提升财经网站广告营收方法分析

五、财经类网络广告投放及排鉛

六、网络广告服务商的选择

七、财经网站广告营收情况

第八章 2011-2012年中国各服务商产品业务竞争力分析

第一节 2011-2012年中国各服务商产品业务竞争力分析

- 一、中国金融消费群体形成
- 二、金融产品的营销瓶颈
- 三、中国的互联网金融信息服务提供商发展分析
- 四、中金在线盈利模式独特

第二节 2011-2012年中国金融界生产研发状况分析

- 一、金融产品
- 二、个人金融产品的特性
- 三、我国金融信息化建设的现状及发展
- 四、我国金融衍生产品发展现状
- 五、金融产品开发与维护对策

第三节 2011-2012年中国产品提供商营销竞争力分析

- 一、新媒体环境下财经媒体发展路径与趋向
- 二、网络财经资讯产品营销整合策略
- 三、网络财经媒体的竞争
- 四、境外财经媒体开设中文网站
- 五、中外财经网站的内容结构比较分析

第九章 2011-2012年中国网络财经信息各服务商新兴业务竞争力分析

第一节 2011-2012年中国无线财经服务壁垒分析

- 一、2011-2012年中国无线财经发展遭遇瓶颈
- 二、无线财经的发展存四大阻碍分析
- 三、无线财经前景不明朗，跨越需要耐心
- 四、大智慧和证券之星无线财经用户覆盖率先
- 五、运营商宜提高无线财经内容价值

第二节 2011-2012年中国财经搜索竞争分析

- 一、财经搜索发展需满足四个条件
- 二、财经搜索对运营商有三点好处
- 三、百度财经搜索或一家独大
- 四、和讯-百度合作，亮点在财经搜索

第三节 2011-2012年中国财经视频运营商策略分析

- 一、财经视频发展现状分析
- 二、财经视频劣势多于优势
- 三、运营商宜采用跟随策略

第四节 2011-2012年中国财经社区发展形势剖析

- 一、财经社区已成主流模式社区助财经网站改朝换代
- 二、盈利难题困扰财经网站
- 三、社区盈利建议
- 四、和讯博客和东方财富网股吧亮点分析

第五节 2011-2012年中国核心服务商营收竞争力综述

- 一、金融界、和讯和东方财富竞争力分析
- 二、财信企业运营模式差异凸显
- 三、其它财信企业份额萎缩

第十章 2011-2012年中国网络财经信息服务行业主要企业竞争力分析

第一节 东方财富网

- 一、基本概况
- 二、主要机构
- 三、服务条款
- 四、产品种类与服务
- 五、盈利模式分析
- 六、SWOT分析
- 七、公司网站分析

第二节 金融界

- 一、基本概况
- 二、产品与服务
- 三、公司上市与收购
- 四、2011-2012年公司经营状况
- 五、公司网站分析

第三节 新浪财经

- 一、基本概况
- 二、用户特征分析
- 三、盈利模式分析

四、产品种类与服务

五、SWOT分析

第四节 中国经济网

一、基本概况

二、独特优势分析

三、使用受众分析

第五节 和讯网

一、基本概况

二、产品与服务

三、服务模式

四、分子公司

五、公司的优势

六、公司网站分析

第六节 证券之星

一、基本概况

二、竞争优势

三、产品与服务

第七节 中国基金网

一、基本概况

二、运营状况

第八节 华尔街电讯

一、基本概况

二、竞争优势

三、产品和服务

第九节 搜狐财经

一、基本概况

二、服务内容分析

三、产品种类与服务

四、SWOT分析

第十节 新华财经网

一、基本概况

二、产品与服务

第十一节 中金在线

- 一、企业概况分析
- 二、企业主要业务分析
- 三、企业未来走向分析

第十一章 2013-2018年中国网络财经信息服务行业发展趋势分析

第一节 2013-2018年中国网络财经信息服务前景展望

- 一、中国网络财经信息服务市场规模及增速预测
- 二、网络财经信息服务市场盈利预测分析
- 三、股票网站前景预测

第二节 2013-2018年中国网络财经信息服务业趋势探讨

- 一、财经网站发展趋势
- 二、财经中文网站竞争趋势
- 三、财经信息服务的发展趋势
- 四、金融企业产品营销大趋势
- 五、西方发达国家金融信息化发展趋势
- 七、互联网金融信息服务行业的发展趋势
- 八、网络财经信息服务企业多元化发展趋势分析
- 九、2013-2018年中国网络财经信息用户需求趋势分析

第十二章 2013-2018年中国网络财经信息服务行业投资战略分析

第一节 2013-2018年中国网络财经信息服务行业发展周期分析

- 一、网络财经信息服务行业的经济周期分析
- 二、网络财经信息服务行业的增长性与波动性分析
- 三、网络财经信息服务行业的成熟度分析

第二节 2013-2018年中国网络财经信息服务行业投资机会分析

- 一、网络财经信息服务业成为投资者新目标
- 二、财经媒体网站盈利空间

第三节 2013-2018年中国网络财经信息服务行业投资风险分析

- 一、金融风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、竞争风险分析

四、技术风险分析

五、其他风险分析

第四节 博思数据建议

一、财经类媒体网站的盈利策略

二、西方财经媒体网站的盈利策略

三、财经网站的运营推广策略

四、未来网络财经媒体盈利模式

五、如何做好财经新闻

图表目录：（部分）

图表：信息网络服务业相关财税政策

图表：中国人口变化状况

图表：近十年全国互联网上网人数及增长情况

图表：2010-2012年中国网络财经信息服务市场收入规模

图表：新浪的不同频道的群体价值取向

图表：路透公司产品

图表：道琼斯公司产品构架

图表：彭博社业务构架

图表：彭博社信息流

图表：财经网站分类

图表：2010-2012年中国互联网财经网站受众规模增长率统计

图表：2012年金融财经网站到达率、受众人均页面浏览数和人均访问时长统计

图表：财经类网站综合流量排名

图表：门户与财经网站广告收入规模与受众规模对比

图表：百度和讯网与其他财经频道用户区域结构

图表：百度和讯网与其他财经类网站营销客户结构

图表：财经信息资讯浏览者区域分布

图表：财经信息资讯浏览者年龄分布

图表：财经信息资讯浏览者性别分布

图表：财经信息资讯浏览者婚姻状况

图表：财经信息资讯浏览者学历分布

图表：财经信息资讯浏览者职业分布

图表：财经信息资讯浏览者上网时间分布

图表：财经网站/频道品牌衰退模型

图表：2011-2012年中国十大财经类网站排行榜

图表：2012年3季度中国财经垂直网站有效浏览所占份额

图表：2012年3季度中国财经垂直网站有效浏览所占份额

图表：2011-2012年9月垂直财经网站日均覆盖人数排名

图表：2011-2012年9月垂直财经网站有效浏览时间排名

图表：2011-2012年12月垂直财经网站日均覆盖人数排名

图表：2011-2012年12月垂直财经网站有效浏览时间排名

图表：财经类网站综合流量排名

图表：2012年中国财经网站用户使用收费财经服务的情况

图表：不同类型资讯服务的用户覆盖情况和总有销时间对比指数

图表：2012年财经网站用户关注资讯内容

图表：2012年7月金融服务类网络广告投放费用及增长率

图表：2012年7月金融类品牌广告投放费用媒体类别分析

图表：财经类网络展示广告投放情况

图表：财经类网站第三季度网络广告投放排行

图表：2004-2012年中国财经网站广告营收规模

图表：2005-2012年中国各类财经网站广告营收份额

图表：各金融理财产品消费者特征

图表：中国新富的投资理财结构

图表：中国大学生群体银行卡使用比例

图表：2008-2015年美国手机财经服务渗透率

图表：东方财富网软件下载

图表：新浪财经频道用户属性特征

图表：中国经济网境外访问主要国家地区

图表：中国经营网受众性别构成

图表：中国经济网受众年龄结构

图表：中国经济网受众行业分类

图表：中国经济网受众用户职业分类

图表：中国经济网受众收入比例

图表：中国经济网受众教育程度

图表：和讯网服务模式

图表：网站的基本信息

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1307/493271FKF7.html>