



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国网络财经信息服务深度评估 与发展前景研究报告（2011 -2015年）

一、调研说明

《中国网络财经信息服务深度评估与发展前景研究报告（2011-2015年）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/174387.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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。

二、摘要、目录、图表

艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。 本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创,为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！ 第一章 网络财经信息服务相关概述

第一节 网络财经信息服务基础概述

一、网络财经信息服务特点

二、网络财经信息服务业务范围

三、网络财经类媒体价值分析

第二节 网络财经信息服务商的分类分析

第三节 网络财经信息服务发展历程

第四节 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 2010年中国网络财经信息服务行业运行环境分析

第一节 2010年中国网络财经信息服务行业运行政策环境分析

一、行业相关政策分析

二、网络财经信息监管

第二节 2010年中国网络财经信息服务行业运行经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、全社会固定资产投资分析

四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

六、中国上证指数走势分析

七、中国存款准备金率分析

第三节 2010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 2010年中国网络财经信息服务发展现状分析

第一节 2010年中国网络财经信息服务动态分析

一、和讯百度合作改变网络财经信息生态

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 2010年中国网络财经信息服务市场运行态势分析

一、市场竞争加剧

二、集团趋势明显

三、长尾效应显现

四、网络财经信息平台综合运营商布局情况

五、2009年厚积薄发的财经类网站研究

第三节 2010年中国网络财经信息服务业热点问题探讨

第四章 2010年中国网络财经信息服务市场动态分析

第一节 2010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 2010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

第三节 2010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 2010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

第五章 2010年中国网络财经信息服务用户分析

第一节 2010年中国财经网站浏览者群体属性分析

第二节 2010年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 2010年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

第四节 2010年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 2010年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 2010年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 2010年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

第六章 2010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 2010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 2010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 2010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

第七章 2010年中国各服务商产品业务竞争力分析

第一节 2010年中国各服务商产品业务竞争力分析

一、金融界产品收入领军产品提供商

二、中金在线盈利模式独特

第二节 2010年中国金融界生产研发状况分析

一、金融界产品齐全，生产研发力超群

二、产品改进建议

第三节 2010年中国产品提供商产品营销竞争力分析

一、网络财经产品营销路径

二、传统营销路径点评分析及关键提示

三、新营销策略性价比较高

四、奇迹营销陷入误区，成熟企业理应摒弃

第四节 2010年提升中国网络财经信息售后服务渠道助益产品营收提升

第八章 2010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 2010年中国无线财经服务壁垒分析

一、2010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 2010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 2010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 2010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 2010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

第九章 2010年中国网络财经信息服务行业主要企业（财经金融门户）竞争力分析

第一节 和讯 (www.hexun.com)

- 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

第二节 金融界 (www.jrj.com.cn)

- 一、企业概况分析
- 二、企业主要业务分析
- 三、企业SWOT分析
- 四、企业未来走向分析

第三节 东方财富网 (www.eastmoney.com)

- 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

第四节 中金在线 (www.cnfol.com)

- 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

第十章 2011-2015年中国网络财经信息服务行业发展趋势分析

第一节 2011-2015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增速将放缓
- 二、网络财经信息服务市场盈利预测分析

第二节 2011-2015年中国网络财经信息服务业趋势探讨

- 一、网络财经信息服务企业多元化发展趋势分析
- 二、2011-2015年中国网络财经信息用户需求趋势分析

第十一章 2011-2015年中国网络财经信息服务行业投资战略分析

第一节 2011-2015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 2011-2015年中国网络财经信息服务行业投资机会分析

第三节 2011-2015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 专家投资建议

图表目录：

图表：2005-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2015年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2015年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2015年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2015年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2015年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2015年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：中国上证指数走势分析

图表：中国存款准备金率分析

图表：中国人口规模分析

图表：中国互联网用户规模分析

图表：中国人口结构与学历情况分析

图表：搜索用户的年龄结构

图表：2010中国络财经信息服务市场收入规模

图表：中国财经信息服务业发展历程

图表：中国财经网站用户使用收费财经服务的情况

图表：2010年搜索用户的年龄分布比较

图表：非学生用户的学历结构

艾凯数据研究中心发布的《中国网络财经信息服务深度评估与发展前景研究报告（2011-2015年）》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2010年非学生用户的学历分布比较

图表：学生用户的分布结构

图表：搜索用户的职业结构

图表：搜索用户的收入结构

图表：搜索用户的搜索依赖度

图表：搜索用户提供搜索需求的界面

图表：搜索引擎用户的选择搜索品牌的认知情况

图表：全国范围内搜索用户的搜索引擎首选

图表：影响用户首选搜索品牌的因素

图表：各大搜索的首选品牌忠诚度

图表：网民在网络上搜索的内容

图表：搜索引擎用户输入关键词类型

图表：搜索引擎用户查找商品时关键词选择

图表：搜索引擎用户应对搜索失败的行为选择

图表：全国搜索用户对广告的区分能力

图表：2010年网络营销（包括品牌广告和搜索引擎广告）的发展走势

图表：网络媒体与传统媒体相比的优势

图表：行业人士认为投放价值最高的网络平台

图表：2010年第三季度中国搜索引擎市场厂商份额

图表：搜索引擎营销的目标层次

图表：2010年视频搜索服务月度覆盖人数及增长率

图表：2010年视频搜索服务访问次数市场份额分布

图表：2010年新闻搜索及新闻资讯用户集中度

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/174387.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。