



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国财经媒体市场 监测及发展趋势预测分析报告

一、调研说明

《2013-2017年中国财经媒体市场监测及发展趋势预测分析报告》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/226743.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

综观现今的中国财经媒体，整体而言，处于一种上升的态势。从2000年开始，财经媒体的崛起和迅速火爆成为中国传媒发展的新亮点。《中国经营报》、《21世纪经济报道》、《经济观察报》、《第一财经日报》等一批财经报刊的兴起，其在传媒市场中的地位日益显著。与此同时，专业性的财经频道也应运而生。2003年7月，第一财经（CBN）成立。2007年1月至8月国家广电总局发展研究中心发布《第一财经产业价值链研究报告》指出，中国经济的发展迫切需要强势中国财经媒体的支撑，需要一个能向世界传递财经权威信息的话语平台。财经专业性媒体占领财经资讯的制高点，其财经报道反映了社会经济中财经子系统的动向，借助媒体的高普及率、信息量大的优势，以及长期以来在观众心目中形成的专业权威地位，成为人们获取经济信息的重要渠道；尤其对于我国发展尚未成熟、信息传播秩序不稳定的证券市场而言，财经媒体不可避免地应成为一无经验，二无专业知识的广大散户投资者判断市场、获取收益的主要信息源泉。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国财经媒体市场监测及发展趋势预测分析报告》共四章。首先介绍了中国财经媒体行业的概念，接着分析了中国财经媒体行业发展环境，然后对中国财经媒体行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国财经媒体行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国财经媒体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。

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。

第一章 财经媒体行业市场概况 1

第一节 报告研究说明 1

第二节 2012年财经类报刊媒体广告市场状况 3

一、2012年财经类报刊广告市场总规模 3

二、主要财经报刊的广告经营状况 4

三、财经报纸的广告行业特征 5

四、财经报刊的主要广告品牌特征 6

第二章 主要经济类报纸广告总量分析 10

第一节 2012年主要经济类报纸广告总量分析	10
一、主要经济类报纸2012年度广告总额及同比变化	10
二、主要经济类报纸2012年度广告总额走势	12
三、主要经济类报纸2012年度版数情况	14
四、主要经济类报纸2012年度广告行业结构及市场份额	16
五、经济类报纸2012年度行业广告刊登量与去年同期对比	19
六、经济类报纸2012年度各规格广告刊登情况	25
第二节 2012年主要经济类报纸广告总量	27
一、主要经济类报纸2012年年度广告总额及同比变化	27
二、主要经济类报纸2012年份广告总额环比变化	29
三、主要经济类报纸2012年份版数情况	30
四、主要经济类报纸2012年份广告行业结构及市场份额	32
五、经济类报纸2012年份行业广告刊登量与去年同期对比	33
六、经济类报纸2012年份各规格广告刊登情况	36
第三章 2012年度行业广告客户分析	38
第一节 2012年行业广告客户分析	38
一、监测媒体2012年度品牌客户广告刊登额	38
二、监测媒体2012年度"机动车"客户广告刊登额	41
三、监测媒体2012年度"交通运输"客户广告刊登额	45
四、监测媒体2012年度"计算机"客户广告刊登额	51
五、监测媒体2012年度"文教媒介"客户广告刊登额	54
六、监测媒体2012年度"通讯"客户广告刊登额	59
七、监测媒体2012年度"家用电器"客户广告刊登额	61
八、监测媒体2012年度"房地产"客户广告刊登额	64
九、监测媒体2012年度"金融保险"客户广告刊登额	71
第二节 2012年广告客户分析	75
一、监测媒体品牌客户广告刊登额	75
二、监测媒体"机动车"客户广告刊登额	83
三、监测媒体"交通运输"客户广告刊登额	84
四、监测媒体"计算机"客户广告刊登额	85
五、监测媒体"文教媒介"客户广告刊登额	86

- 六、监测媒体"通讯"客户广告刊登额 87
- 七、监测媒体"家用电器"客户广告刊登额 88
- 八、监测媒体"房地产"客户广告刊登额 88
- 九、监测媒体"金融保险"客户广告刊登额 89

第四章 著名财经媒体分析 90

第一节 经济观察报 90

- 一、经济观察报特点 90
- 二、目标读者 90
- 三、广告价格表 91

第二节 中国经营报 92

- 一、中国经营报简介 92
- 二、广告结构 93
- 三、广告价格表 95

第三节 21世纪经济报道 97

- 一、媒体简介 97
- 二、读者群体分析 97
 - (一)、读者群体特征 97
 - (二)、职位分布 98
 - (三)、生活方式 99
 - (四)、广告契机 99
 - (五)、广告客户的主要目标群 99
 - (六)、发行状况 100
- 三、广告价格 101

第四节 南方周末 102

- 一、南方周末简介 102
- 二、读者群体分析 102
- 三、发行状况 103
- 四、广告价格 104

第五节 中国商报 105

- 一、媒体简介 105
- 二、广告价格 106

第六节 中华工商时报 107

一、媒体简介 107

二、广告价格 108

第七节 财经时报 109

一、媒体简介 109

二、读者定位 110

三、读者分析 110

四、出版与发行情况 110

五、广告价格 111

第八节 北京现代商报 112

一、媒体简介 112

二、广告价格 112

第九节 经济日报 113

一、媒体简介 113

二、读者分析 114

三、版面介绍 114

四、国内外记者站地区分布 116

五、广告价格 120

图表目录

表 2012年5月财经类报纸广告行业分布 6

表 2012年6月财经类报纸广告行业分布 7

表 2012年6月财经类报纸广告品牌前20强 7

表 2012年6月财经类报纸广告媒体前20强 8

表 2012年6月财经类杂志广告状况 9

表 2012年6月财经类杂志品牌前20名强 9

表 2012年九大经济类报纸广告营业总额状况 10

表 2012年九大经济类报纸四种广告营业额状况 11

图 2012年度主要经济类报纸广告市场份额图 11

图 2012年度主要经济类报纸所有广告同比变化图 12

表 2012年主要经济类报纸广告总额及各月广告额状况 12

图 2012年度主要经济类报纸广告走势图 13

表 主要经济类报纸2012年度版数情况 14

图 2012年度主要经济类报纸广告单位价格体系 15

图 2012年度主要经济类报纸版数及广告充实率对比图 15

表 2012年度主要经济类报纸广告行业结构及市场份额 16

图 2012年度主要经济类报纸行业广告刊登量及与去年同期对比 19

表 2012年度主要经济类报纸各规格广告刊登情况 25

图 2012年度三大竞争媒体主要广告规格贡献度对比图 26

表 2012年年九大经济类报纸广告营业总额及四种广告营业额 27

图 2012年年度主要经济类报纸广告市场份额图 28

图 2012年年度主要经济类报纸所有广告同比变化图 28

表 2012年年主要经济类报纸广告总额及环比变化 29

图 2012年年度主要经济类报纸广告总额环比变化图 30

表 主要经济类报纸2012年年度版数情况 30

图 2012年年度主要经济类报纸广告单位价格体系 31

图 2012年年度主要经济类报纸版数及广告充实率对比图 31

表 2012年年度主要经济类报纸广告行业结构及市场份额 32

图 2012年年度主要经济类报纸行业广告刊登量及与去年同期对比 33

表 2012年年度主要经济类报纸各规格广告刊登情况 36

图 2012年年度三大竞争媒体主要广告规格贡献度对比图 37

图 2012年度100家品牌客户九大经济媒体广告刊登额 38

图 2012年度著名品牌机动车客户在九大媒体的广告刊登额 41

表 2012年度著名交通运输客户在九大媒体的广告刊登额 45

表 2012年度著名计算机客户在九大媒体的广告刊登额 51

表 2012年度文教媒介100家著名品牌客户在九大经济报纸广告刊登额 54

表 2012年度著名通讯客户在九大经济媒体广告刊登额 59

表 2012年度著名家用电器客户在九大经济媒体广告刊登额 61

表 2012年度著名房地产客户在九大经济媒体广告刊登额 64

表 2012年著名金融保险客户在九大经济媒体广告刊登额 71

图 2012年年度100家品牌客户广告刊登总额 75

图 2012年年度100家品牌客户在主要经济媒体广告刊登额 78

图 2012年年度著名品牌机动车客户在十大媒体的广告刊登额 83

表 2012年年度著名交通运输客户在十大媒体的广告刊登额 84

表 2012年年度著名计算机客户在十大媒体的广告刊登额	85
表 2012年年度文教媒介著名品牌客户在十大经济报纸广告刊登额	86
表 2012年年度著名通讯客户在十大经济媒体广告刊登额	87
表 2012年年度著名家用电器客户在十大经济媒体广告刊登额	88
表 2012年年度著名房地产客户在十大经济媒体广告刊登额	88
表 2012年年著名金融保险客户在十大经济媒体广告刊登额	89
图 中国经营报历年广告营业额	93
图 中国经营报历年发行量	94
表 中国经营报联系方式	94
表 2012年《中国经营报》广告价格表	95
表 2012年《中国经营报•第一招商》广告价格表	96
表 2012年《21世纪经济报道》广告价格	101
表 《南方周末》2012年广告价目表(1)	104
表 《南方周末》2012年广告价目表(2)	104
表 2012年中国商报广告价格表	106
表 2012年中华工商时报广告价格表	108
表 2012年财经时报广告报价	111
表 北京现代商报2012年广告报价	112
表 经济日报广告部业务联络表	120
表 经济日报2012年广告报价	120

通过《2013-2017年中国财经媒体市场监测及发展趋势预测分析报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/226743.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。