



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国网络财经信息服务商 竞争力分析报告

一、调研说明

《2008年中国网络财经信息服务商竞争力分析报告》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/41128.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

根据机构统计和预测，金融界预期收入2.8亿元，位居各服务商之首。其主营业务收费软件和资讯预期收入为2.49亿元，占到公司08年总收入的88.9%。广告收入最高的是新浪财经频道，08年预计收入为0.94亿元。报告对各核心运营商的收入及份额进行了预计，对服务商运营优势进行了分析，对各部分的运营提出了建议。

【 目录 】

page5——I．研究背景

page6——II．研究方法

page7——III．概念定义

page8——IV. 报告摘要

page9——V. 报告正文

page9——1. 中国网络财经信息核心服务商营收竞争力

page9——1.1. 金融界2.8亿元收入领军网络财信企业，和讯和东方财富网随后

page10——1.2. 收入构成截然不同，财信企业运营模式差异凸显

page11——1.3. 金融界市场收入份额持续扩大，其它财信企业份额萎缩

page12——2. 各服务商广告业务竞争力分析

page12——2.1. 网络财经媒体冲击传统财经媒体

page12——2.1.1. 财经网站拥有多重优势，财经报纸杂志面临巨大冲击

page12——2.1.2. 网络财经媒体三大显著优势

page13——2.1.3. 网络财经媒体三大劣势

page14——2.2. 网络财经内容受青睐

page14——2.2.1. 财经资讯是网民关注热点

page15——2.2.2. 财经网站用户学历高、年龄高、收入高

page16——2.2.3. 财经网站受金融、汽车和房产类广告主青睐

page17——2.3. 中国主要网络财经媒体08年广告营收竞争力

page17——2.3.1. 新浪财经0.94亿领军门户，和讯0.6亿领军垂直

page19——2.3.2. 流量和黏性与广告营收正相关，东方财富网和腾讯有望营收提升

page25——2.3.3. 搜狐财经和FT中文网用户特征突出

page28——2.3.4. 提升财经网站广告营收方法、案例及艾瑞建议

page30——3. 各服务商产品业务竞争力分析

page30——3.1. 金融界产品收入领军产品提供商，中金在线盈利模式独特

page32——3.2. 金融界生产研发力超群

page32——3.2.1. 金融界产品齐全，生产研发力超群

page35——3.2.2. 产品改进建议

page36——3.3. 产品提供商产品营销竞争力分析

page36——3.3.1. 网络财经产品营销路径

page36——3.3.2. 传统营销路径点评分析及关键提示

page38——3.3.3. 新营销策略性价比较高

page39——3.3.4. 奇迹营销陷入误区，成熟企业理应摒弃

page40——3.4. 提升售后服务多渠道助益产品营收提升

page41——4. 各服务商新兴业务竞争力分析

page42——4.1. 无线财经服务发展存在四大壁垒，跨越需要耐心

page42——4.1.1. 无线财经08年发展遭遇瓶颈

page42——4.1.2. 无线财经的发展存四大阻碍

page42——4.1.3. 无线财经前景不明朗，跨越需要耐心

page43——4.1.4. 大智慧和证券之星无线财经用户覆盖率先

page43——4.1.5. 运营商宜提高无线财经内容价值

page45——4.2. 财经搜索对用户有一定价值，百度或一家独大

page45——4.2.1. 财经搜索对用户有价值，发展需满足四个条件

page45——4.2.2. 财经搜索对运营商有三点好处

page45——4.2.3. 百度财经搜索或一家独大

page45——4.2.4. 和讯-百度合作，亮点在财经搜索

page46——4.3. 财经视频难成财经资讯传播方式主流，运营商宜采用跟随策略

page46——4.3.1. 财经视频发展现状

page46——4.3.2. 财经视频劣势多于优势

page46	——4.3.3. 运营商宜采用跟随策略
page47	——4.4. 财经社区已成主流模式，盈利难题困扰财经网站
page47	——4.4.1. 财经社区已成主流模式，社区助财经网站改朝换代
page47	——4.4.2. 盈利难题困扰财经网站
page48	——4.4.3. 社区盈利建议
page48	——4.4.4. 和讯博客和东方财富网股吧竞争力突出，社区财经网站有亮点

page49	——5. 核心服务商营收竞争力综述
--------	-------------------

page50	——6. 财经网站成本控制
page50	——6.1. 财经网站访问体验较佳，建设和维护应权衡单位成本收益
page51	——6.2. 运营战略差异导致内容成本有别
page51	——6.3. 运营商应重视产品研发和维护成本
page51	——6.4. 新营销性价比较高
page51	——6.5. 成本控制提升建议
page53	——法律声明

图 目 录

page9	——图1-1 2008年中国主要财信企业收入规模
page10	——图1-2 2008年中国主要财信企业收入构成
page11	——图1-3 2007- 2008年中国主要财信企业市场收入份额对比
page14	——图2-1 2008年5月不同类型资讯服务用户覆盖情况和人均月度有效浏览时间对比指数
page16	——图2-2 中国2008年1月-6月各类广告主财经网站投放份额
page17	——图2-3 2008年中国网络财经媒体广告市场收入份额
page18	——图2-4 2008年中国网络财经核心媒体广告收入规模
page20	——图2-5 iUserTracker-07年12月-08年5月主要财经网站月度覆盖人数
page21	——图2-6 iUserTracker-07年12月-08年5月主要财经网站日均覆盖人数
page22	——图2-7 iUserTracker-07年12月-08年5月主要财经网站日均浏览页面数
page23	——图2-8 iUserTracker-07年12月-08年5月主要财经网站人均单日有效浏览时间
page29	——图2-9 2008年财经资讯内容各要素重要性指数与满意度指数
page31	——图3-1 2008年中国网络财经产品市场各金融服务商收入份额
page33	——图3-2 中国核心财经产品提供商财经产品系列

page35	——图3-3 2008年收费软件各要素重要性指数与满意度指数
page38	——图3-4 消费者消费模型的变化
page40	——图3-5 网络财经产品收入影响因素分析
page41	——图4-1 2008-2009年中国网民使用热点财经服务情况
page43	——图4-2 2008年中国手机财经服务提供商用户覆盖率
page44	——图4-3 2008年中国无线财经用户对无线财经服务的改进意见

表 目 录

page12	——表2-1财经资讯传播平台的优劣对比
page15	——表2-2 财经网站用户的属性——TGI（月度覆盖人数）
page24	——表2-3 2008年1-6月核心财经网站广告营收与浏览量各指标排名关系
page25	——表2-4核心财经网站用户年龄分布——TGI（月度覆盖人数）
page26	——表2-5核心财经网站用户学历和收入分布——TGI（月度覆盖人数）
page27	——表2-6核心财经网站用户年龄分布——TGI（月度覆盖人数）
page28	——表2-7 提升财经网站关键指标的方法
page34	——表3-1 中国网络财经产品分类
page36	——表3-2 网络财经产品提供商营销路径
page46	——表4-1 财经视频优劣
page47	——表4-2部分财经网站论坛、博客流量和黏性对比
page49	——表5-1核心运营商竞争力综述

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41128.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提供专业投资咨询报告、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。