



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国网络财经信息服务运行走势及发展方向报告

一、调研说明

《2010-2015年中国网络财经信息服务运行走势及发展方向报告》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/163859.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！

【报告目录】

第一章 网络财经信息服务相关概述 8

第一节 网络财经信息服务的定义与特征 8

一、网络财经信息服务的概念 8

二、网络财经类媒体价值特征分析 8

第二节 网络服务商的分类分析 8

第二章 2009-2010年中国网络财经信息服务行业运行环境分析 10

第一节 2009-2010年中国网络财经信息服务行业运行政策环境分析 10

一、行业相关政策分析 10

二、相关网络信息监管机构分析 12

第二节 2009-2010年中国网络财经信息服务行业运行经济环境分析 15

一、中国GDP增长状况分析 15

二、2010年上半年中国货币信贷运行概况及货币政策 20

三、中国存款准备金率分析 23

第三节 2009-2010年中国网络财经信息服务行业运行社会环境分析 23

一、中国人口规模分析 24

二、中国互联网用户规模分析 26

三、中国人口结构与学历情况分析 30

第三章 2009-2010年中国网络财经信息服务发展态势分析 33

第一节 2009-2010年中国网络财经信息服务业的发展现状分析 33

一、市场竞争加剧 33

二、集团趋势明显 34

三、长尾效应显现 34

第二节 2009-2010年中国网络财经媒体市场发展现状分析 34

一、网络财经媒体相较传统财经媒体的优势和劣势 34

二、网络财经资讯海量且快速的传播 35

三、2009-2010年中国网络财经媒体的收入规模分析 35

四、2009-2010年中国财经网站整体浏览量分析 37

第三节 2009-2010年中国网络财经信息服务产业链分析 38

一、产业链结构分析 38

二、代理制度分析 38

第四章 2009-2010年中国网络财经信息服务运行动态分析 39

第一节 2009-2010年中国网络财经信息服务营销模式分析 39

一、网站（企业）推广模式分析 39

二、产品推广模式分析 42

三、网站广告投放依据分析 43

四、客户关系管理营销分析 45

五、策略联盟营销模式分析 46

第二节 2009-2010年中国财经网站成本控制分析 47

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 47

二、运营战略差异导致内容成本有别 49

三、运营商应重视产品营销 50

四、新营销性价比较高 50

第五章 2009年中国网络财经信息服务用户分析 52

第一节 2009年中国财经网站浏览者群体属性分析 52

第二节 2009年中国网民对主要财经网站的使用需求分析 52

- 一、网民最常登录的财经网站比例情况 52
- 二、网民平时登录财经网站的频次情况 53
- 三、网民获知财经网站的渠道分布情况 54
- 第三节 2009年中国网民对财经资讯服务的使用需求分析 54
 - 一、网民主要网络财经资讯浏览网站分析 55
 - 二、网民登录财经资讯网站的驱动因素分析 57
 - 三、网民主要浏览的财经资讯信息类型分析 57
- 第四节 2009年中国网民个人理财投资行为分析 59
 - 一、网民认为对个人理财最为有用的网络财经服务比例情况 59
 - 二、网民股票购买的参考渠道分析 60
- 第五节 2009年中国网民对收费资讯服务使用需求分析 60
 - 一、网民经常使用的财经收费资讯服务网站 61
 - 二、网民使用财经收费资讯服务驱动因素分析 61
 - 三、网民对财经收费服务资费的接受度情况 62
- 第六节 2009年中国网民对财经分析软件的使用需求分析 63
 - 一、网民最常使用的网络财经分析软件服务 63
 - 二、网民获知分析软件渠道分析情况 63
 - 三、网民对证券分析软件满意度情况 64
 - 四、网民对证券分析软件资费接受情况 65
 - 五、网民证券分析软件不同收费方式偏好比例情况 65
- 第七节 2009年中国网民对财经无线增值服务的使用需求分析 66
 - 一、网民最常使用的财经无线增值服务 66
 - 二、网民获知财经信息相关无线增值服务渠道分析 67
 - 三、网民经常使用的财经信息相关无线增值服务类型分析 67
 - 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 68
- 第六章 2009年中国网络财经信息各服务商广告业务竞争力分析 69
 - 第一节 2009年中国网络财经媒体冲击传统财经媒体 69
 - 一、财经网站拥有多重优势，财经报纸杂志面临巨大冲击 69
 - 二、网络财经媒体三大显著优势 70
 - 三、网络财经媒体三大劣势 71
 - 第二节 2009年中国网络财经内容受青睐 73

- 一、财经资讯是网民关注热点 73
- 二、财经网站用户学历高、年龄高、收入高 73
- 三、财经网站受金融、汽车和房产类广告主青睐 75
- 第三节 2009-2010年中国主要网络财经媒体广告营收竞争力分析 75
- 一、新浪财经与和讯竞争力对比分析 75
- 二、东方财富网和腾讯有望营收提升 76

第七章 2009-2010年中国各服务商产品业务竞争力分析 79

第一节 2009-2010年中国各服务商产品业务竞争力分析 79

- 一、金融界产品收入领军产品提供商 79
- 二、中金在线盈利模式独特 79

第二节 2009-2010年中国金融界生产研发状况分析 79

- 一、金融界产品齐全，生产研发力超群 79
- 二、产品改进建议 80

第三节 2009-2010年中国产品提供商产品营销竞争力分析 80

- 一、网络财经产品营销路径 80
- 二、传统营销路径点评分析及关键提示 80
- 三、新营销策略性价比较高 82
- 四、资讯准确性是财经媒体提高的重点 82

第四节 2009-2010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 82

第八章 2009-2010年中国网络财经信息各服务商新兴业务竞争力分析 83

第一节 2009-2010年中国无线财经服务壁垒分析 83

- 一、2009-2010年中国无线财经发展遭遇瓶颈 83
- 二、无线财经的发展阻碍分析 83
- 三、无线财经前景不明朗，跨越需要耐心 83
- 四、大智慧和证券之星无线财经用户覆盖率先 84
- 五、运营商宜提高无线财经内容价值 85

第二节 2009-2010年中国财经搜索竞争分析 85

- 一、财经搜索系统发展 85
- 二、百度财经搜索或一家独大 85
- 三、和讯-百度合作，亮点在财经搜索 87

第三节 2009-2010年中国财经视频运营商策略分析 88

一、财经视频发展现状分析 88

二、财经视频劣势多于优势 88

三、运营商宜采用跟随策略 89

第四节 2009-2010年中国财经社区发展形势剖析 89

一、财经社区已成主流模式社区助财经网站改朝换代 89

二、盈利难题困扰财经网站 90

三、社区盈利建议 90

四、和讯博客和东方财富网股吧亮点分析 90

第五节 2009-2010年中国核心服务商营收竞争力综述 90

一、金融界、和讯和东方财富竞争力分析 91

二、财信企业运营模式差异凸显 93

三、各服务商新兴业务竞争力分析 93

第九章 2009-2010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 94

第一节 和讯（WWW.HEXUN.COM） 94

一、企业概况分析 94

二、企业主要业务分析 94

三、企业SWOT分析 94

四、企业未来走向分析 95

第二节 金融界（WWW.JRJ.COM.CN） 95

一、企业概况分析 95

二、企业主要业务分析 95

三、企业收购情况 96

四、企业未来走向分析 97

第三节 东方财富网（WWW.EASTMONEY.COM） 98

一、企业概况分析 98

二、企业主要业务分析 98

四、企业未来走向分析 99

第四节 中金在线（WWW.CNFOL.COM） 99

一、企业概况分析 99

二、企业主要业务分析 99

三、企业未来走向分析 100

第十章 2010-2015年中国网络财经信息服务行业发展趋势分析 101

第一节 2010-2015年中国网络财经信息服务前景展望 101

一、中国网络财经信息服务市场规模增速将放缓 101

二、网络财经信息服务市场盈利预测分析 102

第二节 2010-2015年中国网络财经信息服务业趋势探讨 102

一、网络财经信息服务企业多元化发展趋势分析 102

二、2010-2015年中国网络财经信息用户需求趋势分析 102

第十一章 2010-2015年中国网络财经信息服务行业投资战略分析 103

第一节 2010-2015年中国网络财经信息服务行业发展周期分析 103

一、网络财经信息服务行业的经济周期分析 103

二、网络财经信息服务行业的增长性与波动性分析 104

三、网络财经信息服务行业的成熟度分析 105

第二节 2010-2015年中国网络财经信息服务行业投资机会分析 106

第三节 2010-2015年中国网络财经信息服务行业投资风险分析 106

一、金融风险分析 107

二、政策风险分析 107

三、竞争风险分析 108

四、技术风险分析 108

五、其他风险分析 108

第四节 专家投资建议 109

【图表目录】

图表 1 中国财经网站分类 8

图表 2 2010年中国IT开支不同领域对比 11

图表 3 2010年第一季度中国主要宏观经济数据增长表 15

图表 4 2000-2010年第一季度中国GDP及其增长率统计表 16

图表 5 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 16

图表 6 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 17

图表 7 2009年主要工业产品产量及其增长速度 18

图表 8 1978-2009年中国人口构成统计表 24

图表 9 1990-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 24

图表 10 1978-2009年我国总人口增长趋势图 25

图表 11 2009年人口数及其构成 26

图表 12 2002-2010年6月中国网民规模增长图 26

图表 13 2005-2009年中国大陆网民规模与互联网普及率 27

图表 14 截止至2009年6月中国互联网统计数据表 27

图表 15 部分国家的互联网普及率统计表 28

图表 16 截止至2009年6月中国网民性别结构分布图 28

图表 17 截止至2009年6月网络应用使用率排名和类别 29

图表 18 网民对生活形态语句的总体认同度统计表 30

图表 19 2001-2008年我国教育经费增长趋势图 31

图表 20 2003-2008年我国各类教育招生人数 31

图表21 2004-2011年中国网络财经信息服务市场收入规模 35

图表22 2009年中国财经网站用户使用收费财经服务的情况 37

图表 23 中国网络财经产品分类 42

图表 24 2004—2012年中国财经网站广告营收规模 43

图表 25 2005—2009年中国各类财经网站广告营收份额 44

图表 26 部分财经网站论坛、博客流量和黏性对比 48

图表 27 中国财经网站浏览者群体属性占比 52

图表 28 2009年中国网民经常浏览财经网站情况 52

图表 29 2009年3、4、5月中文财经网站3月排名 53

图表 30 网民获知财经网站的渠道分布占比 54

图表 31 2009年最具发展潜力的四大财经网站 55

图表 32 网民主要浏览的财经资讯信息类型 57

图表 33 网民主要浏览的财经资讯信息类型网站及定位 58

图表 34 个人理财成为网民最关注的业务 60

图表 35 2009年Q3中国财经网站网民获知信息的参考渠道 60

图表 36 2009年网民使用收费网络财经信息服务情况占比 61

图表 37 2009年网民使用财经收费资讯服务驱动因素占比 61

图表 38 2009年网民对财经收费服务资费的接受度占比 62

图表 39 2009年网民最常使用的证券分析软件前十排名 63

图表 40 2009年网民获知分析软件渠道占比 63

图表 41 2009年网民对证券分析软件满意度占比 64

图表 42 2009年网民对证券分析软件资费接受占比 65

图表 43 2009年网民证券分析软件不同收费方式偏好占比 65

图表 44 2009年网民最常使用的财经无线增值服务 66

图表 45 2009年网民在财经信息相关无线增值服务的花费投入情况 68

图表 46 2009年整体财经频道及搜狐财经频道各收入人群访问情况分析 73

图表 47 2009年财经信息咨询用户年龄情况分析 73

图表 48 2009年财经信息咨询用户学历情况分析 74

图表 49 2009年中国网络财经媒体广告市场收入份额 75

图表 50 网络财经产品提供商营销路径 80

图表 51 2009年中国收费财经软件提供商用户覆盖率 84

图表 52 2008年主要财信企业收入规模 91

图表 53 2009年主要财信企业收入规模 91艾凯数据研究中心发布的《2010-2015年中国网络财经信息服务运行走势及发展方向报告》，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 54 中国网络财经产品分类 92

图表 55 东方财富信息股份有限公司2010年上半年主要财务指标 98

图表 55 东方财富信息股份有限公司2010年上半年主营业务分行业经营情况表 99

图表 55 东方财富信息股份有限公司2010年上半年主营业务产品或服务情况表 99

图表 55 东方财富信息股份有限公司2010年上半年主营业务分地区情况 99

图表 56 中国财经信息服务产业发展历程 104

图表 57 提升财经网站关键指标的方法 111

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/163859.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。