

2010-2015年中国网络财经信息服务行业投资分析及深度研究咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2010-2015年中国网络财经信息服务行业投资分析及深度研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201012/U76189AG7A.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

内容简介

网络财经信息服务行业属于新兴行业，网络财经信息服务是指通过互联网和移动通信网络向用户提供股票、基金、债券等有价值证券相关信息服务。服务内容包括：金融资讯、金融数据、信息交流、培训教育、分析工具、理财工具、交易工具等。随着中国人理财观念增强，中国财经类网站发展高速成长，未来几年中国网络财经信息服务业市场规模将会保持较高的增长速度。伴随着中国金融业的开放，财经信息服务业必将成为国际投资者普遍看好的又一个产业。中国网络财经信息服务的主要运营模式是，以财经类网站为运营主体，向用户免费提供财经资讯和信息咨询服务等。根据财经网站的演化过程，国内以财经服务为主要内容的网络服务主要分为两类：最早是门户网站的财经及理财频道，新浪、搜狐、腾讯等门户网站的“财经+理财”频道；随着网络经济的发展，垂直财经网站慢慢浮出水面。网络资源的最大优势在于快速、便捷、低廉、高效，且具有互动性。如今上网的人越来越多，信息传播面广，传播速度快。2010年，网络财经信息服务市场收入规模将达到16.5亿元，相比2009年增长25%。

金融投资者处于复杂多变的市场环境中，迫切需要及时的信息、精准的数据，对投资理财的信息资讯、数据分析的需求急剧增长，呈现出多样化差异化的态势。客户不再满足于免费的资讯产品和服务，能够顺应市场、满足客户需求和偏好的产品和服务具有很大的拓空间。此外，机构投资者进一步发展壮大，机构投资者资金量大，对专业的数据、服务需求很高而且稳定。个人和机构客户的需求将推动行业的迅速发展。投资者对网上交易的及时性、资讯信息的全面性、分析工具的有效性和多样性以及系统的安全性提出了越来越高的要求，证券监管部门也要求证券公司加大IT系统投入，确保证券交易系统安全运行。证券公司对于IT系统的建设及投入也会相应增加，大量的资金投入将有利于互联网金融信息服务行业的发展。手机已经成为在中国最为普及的通信工具，2010年我国手机网民规模达到1.2亿人。3G时代的到来有效的解决手机上网速度偏慢，服务类型单一的问题。手机移动网络的网络财经信息服务发展潜力巨大。互联网技术发展日新月异，是计算机技术应用的最前沿，利用信息技术的发展推进产品的不断创新和进步，完善网络财经信息服务的功能和表现形式，不断满足客户的需求，已经成为推动发展的核心动力之一。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国海关总署、中国互联网协会、国内外相关刊物的基础信息以及网络财经信息服务行业专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前中国宏观经济、政策，重点探讨了网络财经信息服务行业的整体运行情况以及行业竞争，并对未来网络财经信息服务行业的发展环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了网络财经信息服务行业今后的应对策略，给予了合理的授信风险建议，为网络财经信息服务企业在当前环境下，激烈的市场竞争中洞察先

机，根据行业环境及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业概况及发展环境

第一章 网络财经信息服务相关概述 1

第一节 网络财经信息服务的定义与特征 1

一、网络财经信息服务的概念 1

二、财经类网络媒体特点 1

三、财经类网络媒体沟通方式 2

四、财经类网站的价值 4

第二节 网络服务商的分类分析 5

一、网络服务商概述 5

二、网络服务商责任在网络秩序中的作用 5

三、网络服务商的分类 12

四、网络服务商的相关法律问题 16

五、我国网络立法的现状分析 25

第二章 2009-2010年中国网络财经信息服务行业运行环境分析 27

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 27

一、当前我国支持信息网络服务业有关财税政策的分析 27

二、互联网信息服务管理办法分析 30

三、相关网络信息监管机构分析 33

四、中国证券监督管理委员会 36

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 39

一、中国GDP增长状况分析 39

二、2010年中国货币信贷运行概况及货币政策 42

三、中国存款准备金率分析 61

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 63

一、中国人口规模分析 63

二、中国互联网用户规模分析 65

三、中国人口结构与学历情况分析 72

第二部分 行业运行分析

第三章 2009-2010年中国网络财经信息服务发展态势分析 77

第一节 2009-2010年中国网络财经信息服务业的发展现状分析 77

一、市场竞争加剧 77

二、集团趋势明显 78

三、长尾效应显露 78

第二节 2009-2010年中国网络财经媒体市场发展现状分析 79

一、网络财经媒体相较传统财经媒体的优势和劣势 79

二、2009-2010年中国网络财经媒体的收入规模分析 81

三、金融资讯的广泛传播从网络财经媒体突破 81

四、网络财经类媒体市场定位 84

五、三大经典财经传媒分析 86

六、互联网金融信息服务行业发展状况 96

第三节 2009-2010年中国网络财经信息服务产业链分析 98

第四章 2009-2010年中国网络财经信息服务运行动态分析 107

第一节 2009-2010年中国网络财经信息服务营销模式分析 107

一、网站（企业）推广模式分析 107

二、网站广告投放依据分析 109

三、网站运营与开发维护关系 109

第二节 2009-2010年中国财经网站分析 111

一、中国财经类网站分类 111

二、2009年财经类网站发展状况 112

三、财经类网站发展空间 114

四、财经类网站定位 115

五、财经类网站构架 115

六、财经网站发展新模式 116

七、影响中国财经网站发展趋向因素 118

八、股票财经类网站的运营分析 119

第三部分 用户调查与广告业务分析

第五章 2009年中国网络财经信息服务用户分析 123

第一节 2009年中国财经网站浏览者群体属性分析 123

一、用户区域分布特征 123

二、用户年龄特征 123

三、用户性别特征 124

四、用户婚姻特征 124

五、用户学历特征 125

六、用户职业特征 125

七、用户上网时长分布 126

第二节 2009年中国网民对主要财经网站的使用需求分析 126

一、网民心目中最具发展潜力的财经网站 126

二、网民上网获取信息的需求分析 128

三、财经类网络产品品牌认知度 129

第三节 2009-2010年中国网民对财经资讯服务的使用需求分析 130

一、网民主要网络财经资讯浏览网站分析 130

二、2009年中国财经垂直网站有效浏览所占份额 130

三、2010年垂直财经网站行业数据分析 131

四、财经类网站综合流量 133

第四节 2009年中国网民个人理财投资行为分析 133

一、网民认为对个人理财最为有用的网络财经服务 133

二、网民股票购买的渠道 137

第五节 2009年中国网民对收费资讯服务使用需求分析 139

一、中国财经网站浏览者使用收费网络财经信息服务情况 139

二、网民使用财经收费资讯服务驱动因素分析 140

第六节 2009年中国网民对财经分析软件的使用需求分析 140

一、股票软件 140

二、股票分析软件 142

三、股票分析软件的产品定位 143

四、证券分析软件的新竞争格局 144

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 145

一、无线增值市场稳定增长 145

二、未来几年无线增值市场将保持持续增长 146

三、网络服务商的用户安全责任分析 150

四、国际化、无线化是财经网站未来发展趋势 163

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 165

第一节 2009年中国网络财经媒体冲击传统财经媒体 165

一、纸质媒体与网络媒体优劣之比较 165

二、网络财经媒体优势 169

第二节 2009年中国网络财经内容受青睐 170

一、财经资讯是网民关注热点 170

二、财经网站用户最关注内容 171

三、金融类广告投放稳步走高 171

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 173

- 一、2009年财经类网络广告投放情况 173
- 二、2010年财经类网站广告投放排名 174
- 三、网络广告服务商的选择 175
- 四、财经网站广告营收情况 177
- 第四部分 行业竞争分析
- 第七章 2009-2010年中国各服务商产品业务竞争力分析 181
- 第一节 2009-2010年中国各服务商产品业务竞争力分析 181
- 一、中国金融消费群体形成 181
- 二、金融产品的营销瓶颈 183
- 三、中国的互联网金融信息服务提供商发展分析 185
- 四、中金在线盈利模式独特 188
- 第二节 2009-2010年中国金融界生产研发状况分析 189
- 一、金融产品 189
- 二、个人金融产品的特性 190
- 三、我国金融信息化建设的现状及发展 196
- 四、我国金融衍生产品发展现状 204
- 五、金融产品开发与维护对策 206
- 第三节 2009-2010年中国产品提供商产品营销竞争力分析 210
- 一、新媒体环境下财经媒体发展路径与趋向 210
- 二、网络财经资讯产品营销整合策略 213
- 三、网络财经媒体的竞争 214
- 四、境外财经媒体开设中文网站 217
- 五、中外财经网站的内容结构比较分析 219
- 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 223
- 第一节 2009-2010年中国无线财经服务壁垒分析 223
- 一、美国手机财经服务渗透率 223
- 二、无线新媒体业务入佳境 224
- 三、无线财经领域具有良好发展前景 225
- 第二节 2009-2010年中国财经搜索竞争分析 225
- 一、财经搜索系统发展 225
- 二、百度财经搜索或一家独大 231
- 三、和讯-百度合作原因分析 233
- 第三节 2009-2010年中国财经视频运营商策略分析 234
- 一、财经视频发展现状分析 234
- 二、财经类网络视频分析 236

第四节 2009-2010年中国财经社区发展形势剖析 239

- 一、财经网站社区化的发展历程 239
- 二、财经网站社区化的发展趋势 239
- 三、财经网站社区的盈利难题 240
- 四、财经网站社区盈利的建议 240

第五节 2009-2010年中国核心服务商营收竞争力综述 241

- 一、金融界、和讯和东方财富竞争力分析 241
- 二、行业的盈利模式 243

第九章 2009-2010年中国网络财经信息服务行业主要企业竞争力分析 245

第一节 东方财富网 245

- 一、基本概述 245
- 二、主要机构 245
- 三、服务条款 246
- 四、产品种类与服务 251
- 五、盈利模式分析 255
- 六、SWOT分析 256
- 七、公司网站分析 257

第二节 金融界 258

- 一、基本概述 258
- 二、产品与服务 258
- 三、公司上市与收购 261
- 四、2010年公司经营状况 263
- 五、公司网站分析 266

第三节 新浪财经 268

- 一、基本概述 268
- 二、用户特征分析 268
- 三、盈利模式分析 270
- 四、产品种类与服务 270
- 五、SWOT分析 271

第四节 中国经济网 272

- 一、基本概述 272
- 二、独特优势分析 274
- 三、使用受众分析 275

第五节 和讯网 278

- 一、基本概述 278

二、产品与服务	280
三、服务模式	281
四、分子公司	282
五、公司的优势	282
六、公司网站分析	284
第六节 证券之星	286
一、基本概述	286
二、竞争优势	287
三、产品与服务	288
第七节 中国基金网	292
一、基本概述	292
二、运营状况	293
第八节 华尔街电讯	293
一、基本概述	293
二、竞争优势	294
三、产品和服务	296
第九节 搜狐财经	299
一、基本概述	299
二、服务内容分析	301
三、产品种类与服务	303
四、SWOT分析	303
第十节 新华财经网	304
一、基本概述	304
二、产品与服务	305
第五部分 发展趋势与投资策略	
第十章 2010-2015年中国网络财经信息服务行业发展趋势分析	309
第一节 2010-2015年中国网络财经信息服务前景展望	309
一、中国网络财经信息服务市场规模增速将放缓	309
二、股票网站前景	310
第二节 2010-2015年中国网络财经信息服务业趋势探讨	313
一、财经网站发展趋势	313
二、财经中文网站竞争趋势	315
三、财经信息服务的发展趋势	320
四、金融企业产品营销大趋势	321
五、西方发达国家金融信息化发展趋势	324

七、互联网金融信息服务行业的发展趋势 328

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 331

第一节 2010-2015年中国网络财经信息服务行业投资机会分析 331

一、影响行业发展的有利因素 331

二、影响行业发展的不利因素 333

三、网络财经信息服务业成为投资者新目标 334

四、财经媒体网站盈利空间 335

第二节 2010-2015年中国网络财经信息服务行业投资风险分析 336

一、政策风险分析 336

二、技术风险分析 336

三、竞争风险 337

第三节 专家投资建议 338

一、财经类媒体网站的盈利策略 338

二、西方财经媒体网站的盈利策略 338

三、财经网站的运营推广策略 343

四、未来网络财经媒体盈利模式 347

五、如何做好财经新闻 348

图表目录

图表：信息网络服务业相关财税政策 28

图表：2009年1月全国金融机构人民币信贷收入 46

图表：2009年2月全国金融机构人民币信贷收入 47

图表：2009年3月全国金融机构人民币信贷收入 47

图表：2009年4月全国金融机构人民币信贷收入 47

图表：2009年5月全国金融机构人民币信贷收入 47

图表：2009年6月全国金融机构人民币信贷收入 47

图表：2009年7月全国金融机构人民币信贷收入 48

图表：2009年8月全国金融机构人民币信贷收入 48

图表：2009年9月全国金融机构人民币信贷收入 48

图表：2009年10月全国金融机构人民币信贷收入 48

图表：2009年11月全国金融机构人民币信贷收入 48

图表：2009年12月全国金融机构人民币信贷收入 49

图表：2010年1月全国金融机构人民币信贷收入 49

图表：2010年2月全国金融机构人民币信贷收入 49

图表：2010年3月全国金融机构人民币信贷收入 49

图表：2010年4月全国金融机构人民币信贷收入 49

- 图表：2010年5月全国金融机构人民币信贷收入 50
- 图表：2010年6月全国金融机构人民币信贷收入 50
- 图表：2010年7月全国金融机构人民币信贷收入 50
- 图表：2010年8月全国金融机构人民币信贷收入 50
- 图表：2010年9月全国金融机构人民币信贷收入 50
- 图表：2010年10月全国金融机构人民币信贷收入 51
- 图表：2009年1月全国金融机构人民币信贷支出 51
- 图表：2009年2月全国金融机构人民币信贷支出 51
- 图表：2009年3月全国金融机构人民币信贷支出 51
- 图表：2009年4月全国金融机构人民币信贷支出 52
- 图表：2009年5月全国金融机构人民币信贷支出 52
- 图表：2009年6月全国金融机构人民币信贷支出 52
- 图表：2009年7月全国金融机构人民币信贷支出 52
- 图表：2009年8月全国金融机构人民币信贷支出 53
- 图表：2009年9月全国金融机构人民币信贷支出 53
- 图表：2009年10月全国金融机构人民币信贷支出 53
- 图表：2009年11月全国金融机构人民币信贷支出 53
- 图表：2009年12月全国金融机构人民币信贷支出 54
- 图表：2010年1月全国金融机构人民币信贷支出 54
- 图表：2010年2月全国金融机构人民币信贷支出 54
- 图表：2010年3月全国金融机构人民币信贷支出 54
- 图表：2010年4月全国金融机构人民币信贷支出 55
- 图表：2010年5月全国金融机构人民币信贷支出 55
- 图表：2010年6月全国金融机构人民币信贷支出 55
- 图表：2010年7月全国金融机构人民币信贷支出 55
- 图表：2010年8月全国金融机构人民币信贷支出 56
- 图表：2010年9月全国金融机构人民币信贷支出 56
- 图表：2010年10月全国金融机构人民币信贷支出 56
- 图表：2009年1月股票市场主要统计 56
- 图表：2009年2月股票市场主要统计 57
- 图表：2009年3月股票市场主要统计 57
- 图表：2009年4月股票市场主要统计 57
- 图表：2009年5月股票市场主要统计 57
- 图表：2009年6月股票市场主要统计 57
- 图表：2009年7月股票市场主要统计 58

- 图表：2009年8月股票市场主要统计 58
- 图表：2009年9月股票市场主要统计 58
- 图表：2009年10月股票市场主要统计 58
- 图表：2009年11月股票市场主要统计 58
- 图表：2009年12月股票市场主要统计 59
- 图表：2010年1月股票市场主要统计 59
- 图表：2010年2月股票市场主要统计 59
- 图表：2010年3月股票市场主要统计 59
- 图表：2010年4月股票市场主要统计 59
- 图表：2010年5月股票市场主要统计 60
- 图表：2010年6月股票市场主要统计 60
- 图表：2010年7月股票市场主要统计 60
- 图表：2010年8月股票市场主要统计 60
- 图表：2010年9月股票市场主要统计 60
- 图表：2010年10月股票市场主要统计 61
- 图表：中国人口变化状况 64
- 图表：2000年全国互联网上网人数 65
- 图表：2001年全国互联网上网人数 65
- 图表：2002年全国互联网上网人数 65
- 图表：2003年全国互联网上网人数 65
- 图表：2004年全国互联网上网人数 65
- 图表：2005年全国互联网上网人数 65
- 图表：2006年全国互联网上网人数 66
- 图表：2007年全国互联网上网人数 66
- 图表：2008年全国互联网上网人数 66
- 图表：2009年全国互联网上网人数 66
- 图表：2009年北京互联网上网人数 66
- 图表：2009年天津互联网上网人数 66
- 图表：2009年河北互联网上网人数 67
- 图表：2009年山西互联网上网人数 67
- 图表：2009年内蒙古互联网上网人数 67
- 图表：2009年辽宁互联网上网人数 67
- 图表：2009年吉林互联网上网人数 67
- 图表：2009年黑龙江互联网上网人数 67
- 图表：2009年上海互联网上网人数 68

- 图表：2009年江苏互联网上网人数 68
- 图表：2009年浙江互联网上网人数 68
- 图表：2009年安徽互联网上网人数 68
- 图表：2009年福建互联网上网人数 68
- 图表：2009年江西互联网上网人数 68
- 图表：2009年山东互联网上网人数 69
- 图表：2009年河南互联网上网人数 69
- 图表：2009年湖北互联网上网人数 69
- 图表：2009年湖南互联网上网人数 69
- 图表：2009年广东互联网上网人数 69
- 图表：2009年广西互联网上网人数 69
- 图表：2009年海南互联网上网人数 70
- 图表：2009年重庆互联网上网人数 70
- 图表：2009年四川互联网上网人数 70
- 图表：2009年贵州互联网上网人数 70
- 图表：2009年云南互联网上网人数 70
- 图表：2009年西藏互联网上网人数 70
- 图表：2009年陕西互联网上网人数 71
- 图表：2009年甘肃互联网上网人数 71
- 图表：2009年青海互联网上网人数 71
- 图表：2009年宁夏互联网上网人数 71
- 图表：2009年新疆互联网上网人数 71
- 图表：2005年互联网宽带接入端口 71
- 图表：2006年互联网宽带接入端口 72
- 图表：2007年互联网宽带接入端口 72
- 图表：2008年互联网宽带接入端口 72
- 图表：2009年互联网宽带接入端口 72
- 图表：2004-2011年中国网络财经信息服务市场收入规模 81
- 图表：新浪的不同频道的群体价值取向 83
- 图表：路透公司产品 87
- 图表：道琼斯公司产品构架 90
- 图表：彭博社业务构架 94
- 图表：彭博社信息流 94
- 图表：财经网站分类 112
- 图表：2008-2009年中国互联网财经网站受众规模增长率统计 113

- 图表：2009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 114
- 图表：财经类网站综合流量排名 115
- 图表：门户与财经网站广告收入规模与受众规模对比 116
- 图表：百度和讯网与其他财经频道用户区域结构 117
- 图表：百度和讯网与其他财经类网站营销客户结构 118
- 图表：财经信息资讯浏览者区域分布 123
- 图表：财经信息资讯浏览者年龄分布 124
- 图表：财经信息资讯浏览者性别分布 124
- 图表：财经信息资讯浏览者婚姻状况 124
- 图表：财经信息资讯浏览者学历分布 125
- 图表：财经信息资讯浏览者职业分布 125
- 图表：财经信息资讯浏览者上网时间分布 126
- 图表：财经网站/频道品牌衰退模型 129
- 图表：2010年中国十大财经类网站排行榜 130
- 图表：2009年3季度中国财经垂直网站有效浏览所占份额 130
- 图表：2009年3季度中国财经垂直网站有效浏览所占份额 131
- 图表：2010年9月垂直财经网站日均覆盖人数排名 131
- 图表：2010年9月垂直财经网站有效浏览时间排名 132
- 图表：2010年10月垂直财经网站日均覆盖人数排名 132
- 图表：2010年10月垂直财经网站有效浏览时间排名 133
- 图表：财经类网站综合流量排名 133
- 图表：2008年中国财经网站用户使用收费财经服务的情况 139
- 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 170
- 图表：2008年财经网站用户关注资讯内容 171
- 图表：2009年7月金融服务类网络广告投放费用及增长率 172
- 图表：2009年7月金融类品牌广告投放费用媒体类别分析 172
- 图表：财经类网络展示广告投放情况 173
- 图表：2009年5月财经类网络广告主排名 174
- 图表：财经类网站第三季度网络广告投放排行 175
- 图表：2004-2012年中国财经网站广告营收规模 178
- 图表：2005-2009年中国各类财经网站广告营收份额 179
- 图表：各金融理财产品消费者特征 181
- 图表：中国新富的投资理财结构 182
- 图表：中国大学生群体银行卡使用比例 183
- 图表：2008-2015年美国手机财经服务渗透率 223

图表：东方财富网软件下载 252

图表：新浪财经频道用户属性特征 269

图表：中国经济网境外访问主要国家地区 275

图表：中国经营网受众性别构成 275

图表：中国经济网受众年龄结构 276

图表：中国经济网受众行业分类 276

图表：中国经济网受众用户职业分类 277

图表：中国经济网受众收入比例 277

图表：中国经济网受众教育程度 278

图表：和讯网服务模式 281

图表：网站的基本信息 299

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201012/U76189AG7A.html>