

# 2017-2023年中国网络财经 信息服务市场深度评估与发展策略研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

# 一、报告报价

《2017-2023年中国网络财经信息服务市场深度评估与发展策略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0401/201711/13-243831.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一部分行业发展环境分析23

第一章网络财经信息服务相关概述23

第一节网络财经信息服务的定义与特征23

一、网络财经信息服务界定23

二、财经类网络媒体特点23

三、网络财经信息服务范畴24

三、财经类网络媒体沟通方式25

四、财经类网站的价值27

第二节网络财经信息服务的兴起与发展28

第三节网络服务商的分类分析30

一、网络服务商责任在网络秩序中的作用30

二、网络服务商的分类38

三、网络服务商的相关法律问题38

第四节网络财经信息服务的主要运营模式40

第五节网络财经信息服务产业链分析40

一、产业链结构分析40

二、代理制度分析40

第二章2016年中国网络财经信息服务行业运行环境分析41

第一节2016年中国网络财经信息服务行业运行政策环境分析41

一、我国支持信息网络服务业有关财税政策的分析41

二、互联网信息服务管理办法分析49

三、相关网络信息监管机构分析54

四、中国证券监督管理委员会55

五、网络财经信息监管65

六、产业相关法律、法规66

第二节2016年中国宏观经济环境分析75

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)75

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）76

三、全国居民收入情况（季度更新）78

四、恩格尔系数（年度更新）79

五、工业发展形势（季度更新）80

六、固定资产投资情况（季度更新）81

七、财政收支状况（年度更新）83

八、社会消费品零售总额84

九、对外贸易&进出口86

第三节2016年中国金融产业发展分析88

一、中国金融发展现状88

二、金融投资者处于复杂多变的市场环境中94

三、互联网金融信息服务行业发展状况95

第四节2016年中国网络财经信息服务行业运行社会环境分析95

一、中国人口规模分析95

二、中国互联网用户规模分析97

三、中国人口结构与学历情况分析98

第二部分行业运行运营动态聚焦100

第三章2016年中国网络财经信息服务发展态势分析100

第一节中国网络财经信息服务产业热点聚焦100

一、和讯百度合作改变网络财经信息生态100

二、无线财经与互联网财经依然是互补品而不是替代品101

三、中国股市催热网络财经信息服务102

第二节2016年中国网络财经信息服务业运行总况103

一、市场竞争加剧103

二、集团趋势明显103

三、长尾效应显露104

第三节2016年中国网络财经信息服务产业链分析105

第四节2016年中国网络财经信息服务业热点问题探讨106

第四章2016年中国网络财经信息服务市场动态分析107

第一节2016年中国网络财经信息服务市场现状综述107

一、网络财经信息服务市场规模107

二、中国财经网站用户使用收费财经服务的情况107

三、我国网络财经信息服务业广告投入情况108

第二节2016年中国网络财经媒体市场发展现状分析108

一、网络财经媒体相较传统财经媒体的优势和劣势108

二、网络财经资讯海量且快速的传播113

三、中国网络财经媒体的收入规模分析114

四、中国财经网站整体浏览量分析114

第五章2016年中国网络财经信息服务运营模式及财经网站分析116

第一节2016年中国网络财经信息服务营销模式分析116

一、网站（企业）推广模式分析116

二、网站广告投放依据分析117

三、网站运营与开发维护关系118

第二节2016年中国财经网站分析120

一、2016年财经类网站发展状况120

三、财经类网站发展空间124

四、财经类网站定位125

五、财经类网站构架126

六、财经网站发展新模式127

七、影响中国财经网站发展趋向因素128

八、股票财经类网站的运营分析129

第三节2016年中国网络财经信息服务营销模式分析130

一、网站（企业）推广模式分析130

二、产品推广模式分析132

三、网站广告投放依据分析133

四、客户关系管理营销分析134

五、策略联盟营销模式分析136

第四节2016年中国财经网站成本控制分析138

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138

二、运营战略差异导致内容成本有别139

三、运营商应重视产品研发和维护成本140

四、新营销性价比较高142

## 五、成本控制提升建议143

## 第三部分用户调查与广告业务分析145

### 第六章2016年中国网络财经信息服务用户分析145

#### 第一节2016年中国财经网站浏览者群体属性分析145

##### 一、用户区域分布及占比145

##### 二、用户年龄分布及占比145

##### 三、用户性别及占比146

##### 四、用户婚姻状况及占比146

##### 五、用户学历分布及占比147

##### 六、用户职业分布及占比147

##### 七、用户上网时长统计147

#### 第二节2016年中国网民对主要财经网站的使用需求分析148

##### 一、网民最常登录的财经网站比例情况148

##### 二、网民平时登录财经网站的频次情况148

##### 三、网民获知财经网站的渠道分布情况149

#### 第三节2016年中国网民对财经资讯服务的使用需求分析149

##### 一、网民主要网络财经资讯浏览网站分析149

##### 二、网民登录财经资讯网站的驱动因素分析150

##### 三、网民主要浏览的财经资讯信息类型分析150

##### 四、中国财经垂直网站有效浏览所占份额151

##### 五、垂直财经网站行业数据分析152

##### 六、财经类网站综合流量152

#### 第四节2016年中国网民个人理财投资行为分析152

##### 一、网民主要购买的投资产品比例情况152

##### 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152

##### 三、网民股票购买的参考渠道分析153

#### 第五节2016年中国网民对收费资讯服务使用需求分析154

##### 一、网民经常使用的财经收费资讯服务网站154

##### 二、网民使用财经收费资讯服务驱动因素分析154

##### 三、网民对财经收费服务资费的接受度情况155

#### 第六节2016年中国网民对财经分析软件的使用需求分析155

- 一、网民最常使用的网络财经分析软件服务155
- 二、网民获知分析软件渠道分析155
- 三、网民对证券分析软件满意度情况156
- 四、网民对证券分析软件资费接受情况156
- 五、网民证券分析软件不同收费方式偏好比例情况156
- 第七节2016年中国网民对财经无线增值服务的使用需求分析156
  - 一、网民最常使用的财经无线增值服务156
  - 二、网民获知财经信息相关无线增值服务渠道分析157
  - 三、网民经常使用的财经信息相关无线增值服务类型分析157
  - 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158

## 第七章2016年中国网络财经信息各服务商广告业务竞争力分析159

### 第一节2016年中国网络财经媒体冲击传统财经媒体159

- 一、网络财经媒体优劣势分析159
- 二、财经网站竞争力体现159
- 三、财经报纸杂志面临巨大冲击160

### 第二节2016年中国网络财经内容受青睐160

- 一、财经资讯是网民关注热点160
- 二、财经网站用户学历高、年龄高、收入高161
- 三、财经网站受金融、汽车和房产类广告主青睐161

### 第三节2016年中国主要网络财经媒体广告营收竞争力分析161

- 一、新浪财经与和讯竞争力对比分析161
- 二、东方财富网和腾讯有望营收提升162
- 三、搜狐财经和ft中文网用户特征突出163
- 四、提升财经网站广告营收方法分析163
- 五、财经类网络广告投放及排鉛163
- 六、网络广告服务商的选择164
- 七、财经网站广告营收情况164

## 第四部分行业竞争力测评165

### 第八章2016年中国各服务商产品业务竞争力分析165

#### 第一节2016年中国各服务商产品业务竞争力分析165

- 一、中国金融消费群体形成165
- 二、金融产品的营销瓶颈166
- 三、中国的互联网金融信息服务提供商发展分析168
- 四、中金在线盈利模式独特168

## 第二节2016年中国金融界生产研发状况分析168

- 一、金融产品
- 二、个人金融产品的特性172
- 三、我国金融信息化建设的现状及发展174
- 四、我国金融衍生产品发展现状182
- 五、金融产品开发与维护对策184

## 第三节2016年中国产品提供商营销竞争力分析189

- 一、新媒体环境下财经媒体发展路径与趋向189
- 二、网络财经资讯产品营销整合策略191
- 三、网络财经媒体的竞争195
- 四、境外财经媒体开设中文网站195
- 五、中外财经网站的内容结构比较分析197

## 第九章2016年中国网络财经信息各服务商新兴业务竞争力分析200

### 第一节2016年中国无线财经服务壁垒分析200

- 一、2016年中国无线财经发展遭遇瓶颈200
- 二、无线财经的发展存四大阻碍分析200
- 三、无线财经前景不明朗，跨越需要耐心201
- 四、大智慧和证券之星无线财经用户覆盖率先201
- 五、运营商宜提高无线财经内容价值202

### 第二节2016年中国财经搜索竞争分析202

- 一、财经搜索发展需满足四个条件202
- 二、财经搜索对运营商有三点好处203
- 三、百度财经搜索或一家独大204
- 四、和讯-百度合作，亮点在财经搜索204

### 第三节2016年中国财经视频运营商策略分析205

- 一、财经视频发展现状分析205
- 二、财经视频劣势多于优势206



三、运营商宜采用跟随策略206

第四节2016年中国财经社区发展形势剖析207

一、财经社区已成主流模式社区助财经网站改朝换代207

二、盈利难题困扰财经网站207

三、社区盈利建议208

四、和讯博客和东方财富网股吧亮点分析208

第五节2016年中国核心服务商营收竞争力综述210

一、金融界、和讯和东方财富竞争力分析210

二、财信企业运营模式差异凸显212

三、其它财信企业份额萎缩213

第十章2016年中国网络财经信息服务行业主要企业竞争力分析214

第一节东方财富网（ ）214

一、基本概况214

二、主要机构214

三、服务条款214

四、产品种类与服务214

五、盈利模式分析215

（一）企业偿债能力分析215

（二）企业运营能力分析217

（三）企业盈利能力分析220

六、SWOT分析221

七、公司网站分析222

第二节金融界（ ）222

一、基本概况222

二、产品与服务222

三、公司上市与收购223

四、2016年公司经营状况224

（一）企业偿债能力分析224

（二）企业运营能力分析225

（三）企业盈利能力分析228

五、公司网站分析229

### 第三节新浪财经230

#### 一、基本概况230

#### 二、用户特征分析230

#### 三、盈利模式分析230

##### （一）企业偿债能力分析231

##### （二）企业运营能力分析232

##### （三）企业盈利能力分析235

#### 四、产品种类与服务236

#### 五、SWOT分析237

### 第四节中国经济网237

#### 一、基本概况237

#### 二、独特优势分析238

##### （一）企业偿债能力分析238

##### （二）企业运营能力分析240

##### （三）企业盈利能力分析243

#### 三、使用受众分析244

### 第五节和讯网（ ）245

#### 一、基本概况245

#### 二、产品与服务245

#### 三、服务模式245

##### （一）企业偿债能力分析245

##### （二）企业运营能力分析247

##### （三）企业盈利能力分析250

#### 四、分子公司251

#### 五、公司的优势251

#### 六、公司网站分析252

### 第六节证券之星252

#### 一、基本概况252

#### 二、竞争优势253

##### （一）企业偿债能力分析253

##### （二）企业运营能力分析255

##### （三）企业盈利能力分析258

### 三、产品与服务259

#### 第七节中国基金网260

##### 一、基本概况260

##### 二、运营状况260

###### （一）企业偿债能力分析260

###### （二）企业运营能力分析262

###### （三）企业盈利能力分析265

#### 第八节华尔街电讯266

##### 一、基本概况266

##### 二、竞争优势267

##### 三、产品和服务268

###### （一）企业偿债能力分析269

###### （二）企业运营能力分析271

###### （三）企业盈利能力分析274

#### 第九节搜狐财经275

##### 一、基本概况275

##### 二、服务内容分析276

##### 三、产品种类与服务277

###### （一）企业偿债能力分析277

###### （二）企业运营能力分析279

###### （三）企业盈利能力分析282

#### 四、SWOT分析283

#### 第十节新华财经网284

##### 一、基本概况284

##### 二、产品与服务284

###### （一）企业偿债能力分析285

###### （二）企业运营能力分析286

###### （三）企业盈利能力分析289

#### 第十一节中金在线（ ）290

##### 一、企业概况分析290

##### 二、企业主要业务分析291

###### （一）企业偿债能力分析292

(二) 企业运营能力分析294

(三) 企业盈利能力分析297

三、企业未来走向分析298

第五部分发展趋势与投资战略研究299

第十一章2017-2023年中国网络财经信息服务行业发展趋势分析299

第一节2017-2023年中国网络财经信息服务前景展望299

一、中国网络财经信息服务市场规模及增速预测299

二、网络财经信息服务市场盈利预测分析300

三、股票网站前景预测300

第二节2017-2023年中国网络财经信息服务业趋势探讨302

一、财经网站发展趋势302

二、财经中文网站竞争趋势302

三、财经信息服务的发展趋势303

四、金融企业产品营销大趋势303

五、西方发达国家金融信息化发展趋势307

七、互联网金融信息服务行业的发展趋势313

八、网络财经信息服务企业多元化发展趋势分析314

九、2017-2023年中国网络财经信息用户需求趋势分析314

第十二章2017-2023年中国网络财经信息服务行业投资战略分析315(ZY WZY)

第一节2017-2023年中国网络财经信息服务行业发展周期分析315

一、网络财经信息服务行业的经济周期分析315

二、网络财经信息服务行业的增长性与波动性分析318

三、网络财经信息服务行业的成熟度分析318

第二节2017-2023年中国网络财经信息服务行业投资机会分析318

一、网络财经信息服务业成为投资者新目标318

二、财经媒体网站盈利空间319

第三节2017-2023年中国网络财经信息服务行业投资风险分析320

一、金融风险分析320

二、政策风险分析321

三、竞争风险分析322

四、技术风险分析323

五、其他风险分析325

第四节专家投资建议326

一、财经类媒体网站的盈利策略326

二、西方财经媒体网站的盈利策略327

三、财经网站的运营推广策略333

四、未来网络财经媒体盈利模式334

五、如何做好财经新闻336

部分图表目录：

图表 1 信息网络服务业相关财税政策一览 45

图表 2 2012年4季度&mdash;2016年4季度国内生产总值季度累计同比增长率（%） 75

图表 3 2012年12月&mdash;2016年12月居民消费价格指数（上年同月=100） 76

图表 4 2012年12月&mdash;2016年12月工业增加值月度同比增长率（%） 80

图表 5 2012年1-12月&mdash;2016年1-12月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 81

图表 6 2012年12月&mdash;2016年12月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 84

图表 7 2012年12月&mdash;2016年12月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%） 86

图表 8 近年来银行间债券市场主要债券品种发行量变化情况 89

图表 9 近年来银行间市场成交量变化情况 90

图表 10 2016年银行间市场债券收益率曲线变化情况 91

图表 11 银行间债券市场参与者增长情况 92

图表 12 2016年上证指数走势图 94

图表 13 2013-2016年中国移动互联网市场预测 97

图表 14 中国财经网站用户使用收费财经服务的情况 107

图表 15 2016年上半年中国十大独立财经类网站排行榜 124

图表 16 中国网络财经信息服务行业发展阶段总结 124

图表 17 互联网、财经和信息服务业的交叉领域 127

图表 18 近年来互联网、财经和信息服务业对网络财经信息服务行业的影响 128

图表 19 部分财经网站论坛、博客流量和黏性对比 139

图表 20 用户区域分布及占比 145

图表 21 用户年龄分布及占比 145

图表 22 用户性别分布及占比	146
图表 23 用户婚姻状况及占比	146
图表 24 用户学历分布及占比	147
图表 25 用户职业分布及占比	147
图表 26 用户上网时长统计	147
图表 27 网民最常登录的财经网站比例情况	148
图表 28 网民平时登录财经网站的频次情况	148
图表 29 网民获知财经网站的渠道分布情况	149
图表 30 中国网民经常浏览的财经网站情况	149

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0401/201711/13-243831.html>