

2013-2017年中国财经媒体 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2017年中国财经媒体市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1305/U25104XEWF.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-05-22

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国财经媒体市场分析与投资前景研究报告》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。

通过《2013-2017年中国财经媒体市场分析与投资前景研究报告》，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。

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来源。

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

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1305/U25104XEWF.html>