

# 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](http://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&bull;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>