

2014-2020年中国财经媒体 市场深度调研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

《2014-2020年中国财经媒体市场深度调研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/chuanmei1406/831984RNUE.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】2014-06-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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《2014-2020年中国财经媒体市场深度调研与投资前景研究报告》共六章。首先介绍了财经媒体相关概述、中国财经媒体市场运行环境等，接着分析了中国财经媒体市场发展的现状，然后介绍了中国财经媒体重点区域市场运行形势。随后，报告对中国财经媒体重点企业经营状况分析，最后分析了中国财经媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对财经媒体产业有个系统的了解或者想投资财经媒体行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

财经信息市场的特殊性、当今世界信息传播的多媒体化、人们信息消费特性的变化，决定了财经信息的竞争不可能只限于同质媒体之间。这和国外新闻界的情况有所不同。国外的财经报纸专业性很强，而综合类报纸中经济报道是主线之一，公司新闻常常上头条，但是一般意义上的财经新闻涉及并不太多。中国的媒体却不一样，只要觉得哪个领域有前途，马上就辟出一块专版、或弄出一个部门做。所以，几乎每一家报纸都办了周刊，切分杂志市场。电视界现在也有这个倾向。再加上网络，信息容量无限的特性使得它们可以介入感兴趣的所有领域。这样，将来一家财经媒体要研究的竞争对手，就是全媒体、跨媒体的，要以不同的对策应对不同媒体的竞争。因此，竞争变数就会大大增加。

第一章 财经媒体行业市场概况

第一节 行业背景

第二节 2014年财经类报刊媒体广告市场状况

- 一、2014年财经类报刊广告市场总规模
- 二、主要财经报刊的广告经营状况
- 三、财经报纸的广告行业特征
- 四、财经报刊的主要广告品牌特征

第二章 主要经济类报纸广告总量分析

第一节 2014年主要经济类报纸广告总量分析

- 一、主要经济类报纸广告总额及同比变化
- 二、主要经济类报纸广告总额走势
- 三、主要经济类报纸版数情况
- 四、主要经济类报纸广告行业结构及市场份额
- 五、经济类报纸行业广告刊登量与去年同期对比
- 六、经济类报纸各规格广告刊登情况

第二节 主要经济类报纸广告总量

- 一、主要经济类报纸年度广告总额及同比变化
- 二、主要经济类报纸份广告总额环比变化
- 三、主要经济类报纸份版数情况
- 四、主要经济类报纸份广告行业结构及市场份额
- 五、经济类报纸份行业广告刊登量与去年同期对比
- 六、经济类报纸份各规格广告刊登情况

第三章 2014年行业广告客户分析

第一节 2014年行业广告客户分析

- 一、2014年品牌客户广告刊登额
- 二、2014年“机动车”客户广告刊登额
- 三、2014年“交通运输”客户广告刊登额
- 四、2014年“计算机”客户广告刊登额
- 五、2014年“文教媒介”客户广告刊登额
- 六、2014年“通讯”客户广告刊登额
- 七、2014年“家用电器”客户广告刊登额
- 八、2014年“房地产”客户广告刊登额
- 九、2014年“金融保险”客户广告刊登额

第二节 广告客户分析

- 一、品牌客户广告刊登额
- 二、“机动车”客户广告刊登额
- 三、“交通运输”客户广告刊登额
- 四、“计算机”客户广告刊登额
- 五、“文教媒介”客户广告刊登额
- 六、“通讯”客户广告刊登额
- 七、“家用电器”客户广告刊登额
- 八、“房地产”客户广告刊登额
- 九、“金融保险”客户广告刊登额

第四章 著名财经媒体分析

第一节 经济观察报

一、经济观察报特点

二、目标读者

三、广告价格表

第二节 中国经营报

一、中国经营报简介

二、广告结构

三、广告价格表

第三节 21世纪经济报道

一、媒体简介

二、读者群体分析

(一)、读者群体特征

(二)、职位分布

(三)、生活方式

(四)、广告契机

(五)、广告客户的主要目标群

(六)、发行状况

三、广告价格

第四节 南方周末

一、南方周末简介

二、读者群体分析

三、发行状况

四、广告价格

第五节 中国商报

一、媒体简介

二、广告价格

第六节 中华工商时报

一、媒体简介

二、广告价格

第七节 财经时报

一、媒体简介

二、读者定位

三、读者分析

四、出版与发行情况

五、广告价格

第八节 北京现代商报

一、媒体简介

二、广告价格

第九节 经济日报

一、媒体简介

二、读者分析

三、版面介绍

四、国内外记者站地区分布

五、广告价格

第五章 2014-2018年中国财经媒体行业市场盈利预测与投资潜力分析

第一节 2014-2018年中国财经媒体行业投资环境分析

第二节 2014-2018年中国财经媒体行业市场规模预测

第三节 2014-2018年中国财经媒体行业盈利水平分析

第四节 2014-2018年中国财经媒体投资机会分析

一、行业吸引力分析

二、行业区域投资潜力分析

第六章 2014-2018年中国财经媒体行业前景展望及对策分析

第一节 2014-2018年中国财经媒体行业发展前景展望

一、财经媒体行业市场蕴藏的商机探讨

二、“十二五”规划对财经媒体行业影响研究

第二节 2014-2018年中国行业发展对策研究

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、市场重点客户战略实施

图表目录

表 2014年财经类报纸广告行业分布

表 2014年财经类报纸广告行业分布

表 2014年财经类报纸广告品牌前20强

表 2014年财经类报纸广告媒体前20强

表 2014年财经类杂志广告状况

表 2014年财经类杂志品牌前20名强

表 2014年九大经济类报纸广告营业总额状况

表 2014年九大经济类报纸四种广告营业额状况

图 2014年主要经济类报纸广告市场份额图

图 2014年主要经济类报纸所有广告同比变化图

表 2014年主要经济类报纸广告总额及各月广告额状况

图 2014年主要经济类报纸广告走势图

表 主要经济类报纸2014年版数情况

图 2014年主要经济类报纸广告单位价格体系

图 2014年主要经济类报纸版数及广告充实率对比图

表 2014年主要经济类报纸广告行业结构及市场份额

图 2014年主要经济类报纸行业广告刊登量及与去年同期对比

表 2014年主要经济类报纸各规格广告刊登情况

图 2014年三大竞争媒体主要广告规格贡献度对比图

表 年九大经济类报纸广告营业总额及四种广告营业额

图 年度主要经济类报纸广告市场份额图

图 年度主要经济类报纸所有广告同比变化图

表 年主要经济类报纸广告总额及环比变化

图 年度主要经济类报纸广告总额环比变化图

表 主要经济类报纸年度版数情况

图 年度主要经济类报纸广告单位价格体系

图 年度主要经济类报纸版数及广告充实率对比图

表 年度主要经济类报纸广告行业结构及市场份额

图 年度主要经济类报纸行业广告刊登量及与去年同期对比

表 年度主要经济类报纸各规格广告刊登情况

图 年度三大竞争媒体主要广告规格贡献度对比图

图 2014年100家品牌客户九大经济媒体广告刊登额

图 2014年著名品牌机动车客户在九大媒体的广告刊登额

表 2014年著名交通运输客户在九大媒体的广告刊登额

表 2014年著名计算机客户在九大媒体的广告刊登额
表 2014年文教媒介100家著名品牌客户在九大经济报纸广告刊登额
表 2014年著名通讯客户在九大经济媒体广告刊登额
表 2014年著名家用电器客户在九大经济媒体广告刊登额
表 2014年著名房地产客户在九大经济媒体广告刊登额
表 2014年著名金融保险客户在九大经济媒体广告刊登额
图 年度100家品牌客户广告刊登总额
图 年度100家品牌客户在主要经济媒体广告刊登额
图 年度著名品牌机动车客户在十大媒体的广告刊登额
表 年度著名交通运输客户在十大媒体的广告刊登额
表 年度著名计算机客户在十大媒体的广告刊登额
表 年度文教媒介著名品牌客户在十大经济报纸广告刊登额
表 年度著名通讯客户在十大经济媒体广告刊登额
表 年度著名家用电器客户在十大经济媒体广告刊登额
表 年度著名房地产客户在十大经济媒体广告刊登额
表 年著名金融保险客户在十大经济媒体广告刊登额
图 中国经营报历年广告营业额
图 中国经营报历年发行量
表 中国经营报联系方式
表 2014年《中国经营报》广告价格表
表 2014年《中国经营报•第一招商》广告价格表
表 2014年《21世纪经济报道》广告价格
表 《南方周末》2014年广告价目表(1)
表 《南方周末》2014年广告价目表(2)
表 2014年中国商报广告价格表
表 2014年中华工商时报广告价格表
表 2014年财经时报广告报价
表 北京现代商报2014年广告报价
表 经济日报广告部业务联络表
表 经济日报2014年广告报价

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/chuanmei1406/831984RNUE.html>