

中国财经媒体市场运营现状及发展空间研究报告 (2014-2019)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国财经媒体市场运营现状及发展空间研究报告（2014-2019）》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/186269186269.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

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。

中国报告网发布的《中国财经媒体市场运营现状及发展空间研究报告（2014-2019）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录：

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

略.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/186269186269.html>