



i美股媒体价值研究报告

-艾瑞咨询集团为i美股网制作-

2011年08月

艾瑞市场咨询有限公司

北京市朝阳区金桐西路10号远洋光华国际AB座5层, 100022

电话: 010-51283899

传真: 010-85806810

网址: www.iresearch.com.cn

- 1 研究背景与目标
- 2 研究方法思路
- 3 媒体价值研究结论
- 4 主要研究发现

研究背景及目标



《i美股》为雪球财经旗下，为中国人观察投资美国股市提供美股行情、新闻信息、财务数据等服务的财经专业网站。

《i美股》定位于关注价值投资的网站，提供美国股市大盘、各股及美股上市股市各行业信息；包括道琼斯、纳斯达克、标准普尔及上市公司个股的实时数据信息、美股市场大盘整体走势、美国及全球市场宏观信息等。用户主要定位于，具有国际视野、资金量大的投资者，上市公司中高层员工及美国投资者。

为了更好的挖掘和展现《i美股》作为网络媒体的价值，《i美股》希望通过专业市场咨询公司来监测和分析其自身媒体价值，为其市场推广和广告销售提供数据支持。

《i美股》委托艾瑞咨询进行在线用户调研，了解美股门户网用户的基本特征、消费能力和网站使用行为特征；分析i美股与竞争对手间的优劣势，挖掘并体现《i美股》在专业财经媒体领域的优势和特色。



- 1 研究背景与目标
- 2 研究方法 & 思路
- 3 媒体价值研究结论
- 4 主要研究发现

调查方法：

有奖在线问卷调研；用户通过《i美股》网站调研广告进入艾瑞调研后台进行问卷答题。

调查时间：

2011年6月-7月

调查对象：

i美股用户

调查样本量：

收集调查样本833份；其中有效样本量为600份

iResearch
艾瑞咨询集团

中国权威网络调研机构 · 邀您共同参与网络事业

美股网用户行为研究

艾瑞市场咨询(www.iresearch.com.cn)是一家中国独立的网络经济研究机构，目前正在做有关美股网用户行为研究，您的意见会对我们研究有很大帮助。您的个人联系资料将一概保密，并遵守隐私保护政策。如果对本次活动有任何问题或者建议，请联系我们，我们将及时给您回复。艾瑞在法律许可的范围内保留对本次调查活动的最终解释权。

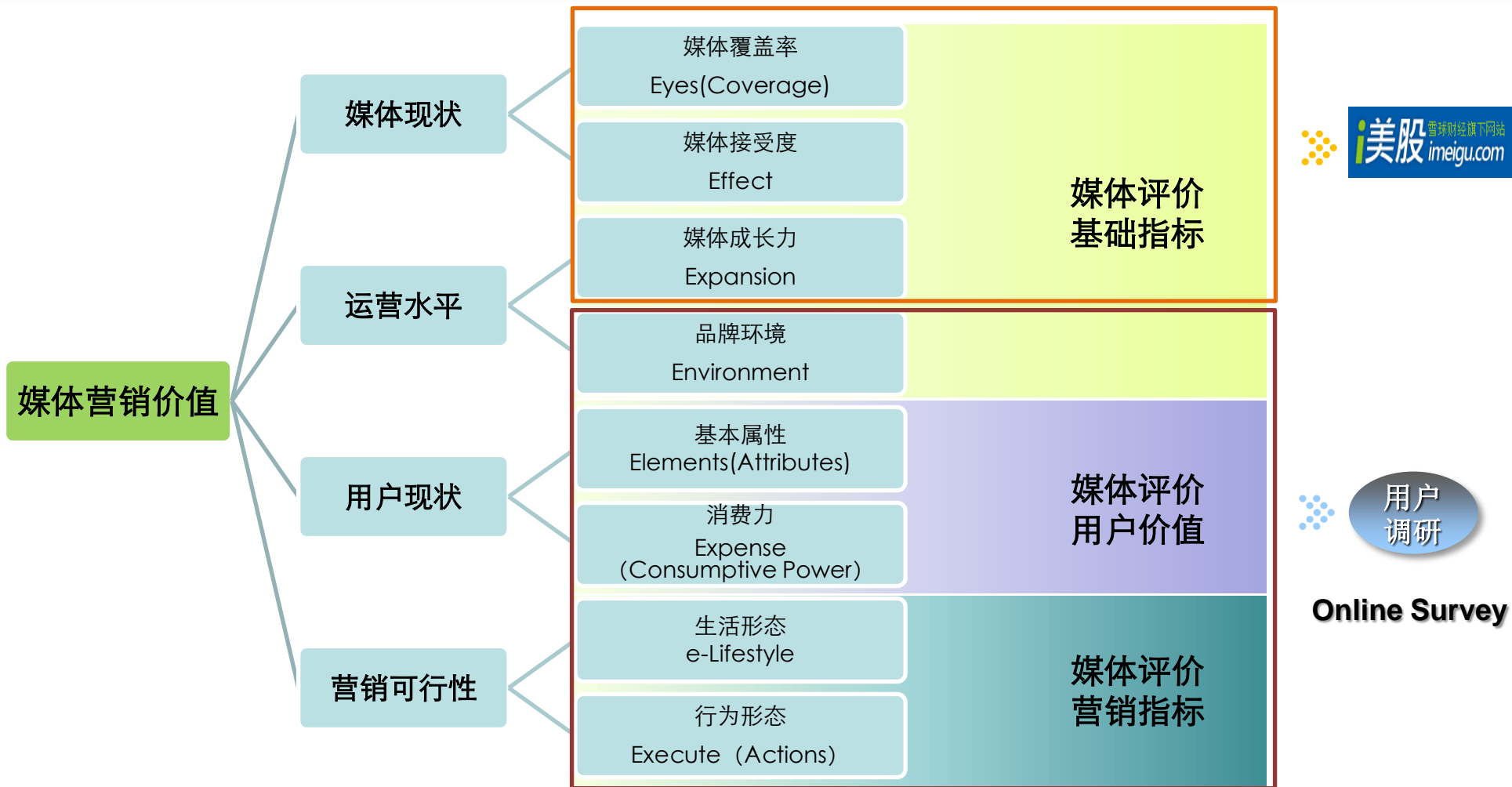
凡完成本次调查者，均可参与抽奖活动，将有机会获得美股出版的《寻找最优中国公司 中国概念股2.0》一本。

美股拥有本次活动最终解释权。

验证码： 3751

开始答卷

Copyright © 2002-2011 艾瑞咨询集团 上海 · 北京 · 广州 · 东京



- 1 研究背景与目标
- 2 研究方法思路
- 3 媒体价值研究结论
- 4 主要研究发现

媒体受众分析结论 (1)

- 83.4%的用户为“25-39岁”人群
- 85.7%的用户为男性，女性占比14.3%

❖ 《i美股》用户是年富力强的社会中坚力量

- 83.3%的用户拥有本科以上学历
- 57.5%的用户来自北京、上海、广东
- 67.5%以上的用户为职业投资人（投资代表）、企业管理人员及以上职位

❖ 《i美股》用户是具有高素质的城市高端阶层

- 37.5%的用户个人年收入在20万元以上
- 54.5%的用户拥有银行贵宾卡, 52.8%的用户家庭都拥有汽车
- 92.0%的用户进行了金融投资

❖ 《i美股》用户是经济实力强的优质消费人群

媒体受众分析结论 (2)

- 74.2%的用户中每天访问1次及以上
- 65.6%的用户平均每次访问时长在30分钟以上
- 73.2%的用户认为《i美股》“与其他媒体相比，更具有实用性”



《i美股》用户对《i美股》
有较高忠诚度

- 66.5%的《i美股》用户关注各类型网络广告
- 88.0%的用户认为《i美股》上的广告对工作/生活有帮助
- 89.2%的用户认为《i美股》上的广告有可信度



《i美股》用户的广告接受
度高、广告满意度高

- 1 研究背景与目标
- 2 研究方法思路
- 3 媒体价值研究结论
- 4 主要研究发现

1. 媒体流量分析

- 覆盖人数
- 访问次数
- 浏览页面
- 浏览时间

4. 用户媒介形态分析

- 媒体接触习惯
- 用户生活形态及价值观
- 媒体使用黏性
- 媒体接触态度



2. 用户属性分析

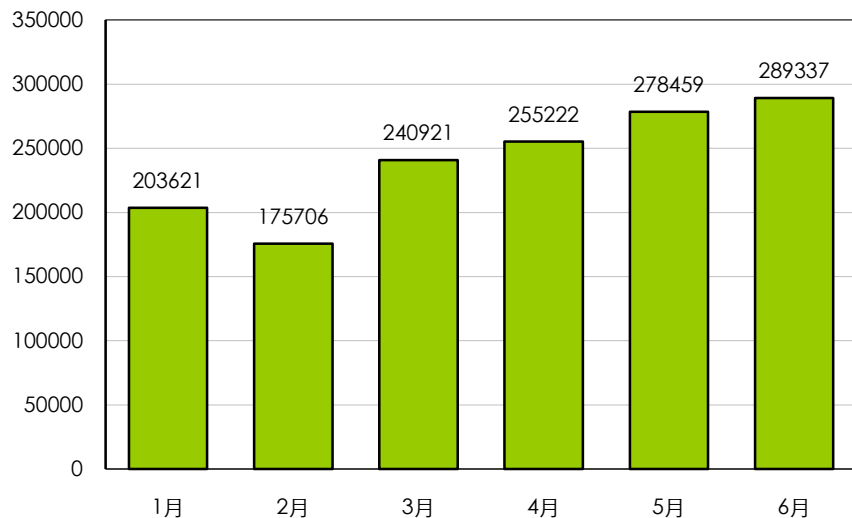
- 性别/年龄/教育程度
- 地区/收入
- 行业/职位

3. 用户消费属性分析

- 消费商品品类
- 消费能力/消费意向

根据i美股网提供的2011年1-6月的数据显示,《i美股》2011年1至6月月度平均覆盖人数达到了24.1万,日均平均覆盖人数为14219人。虽然股市大环境在一定程度上会影响网站访问的数量,但i美股在3-6月份月度覆盖人数和日均覆盖人数连续呈上涨趋势,可以看出i美股的网站实用性、具有国际视野等方面吸引大量的用户,增强了老用户的黏性。

2011.01-06 i美股月度覆盖人数分析 (人)

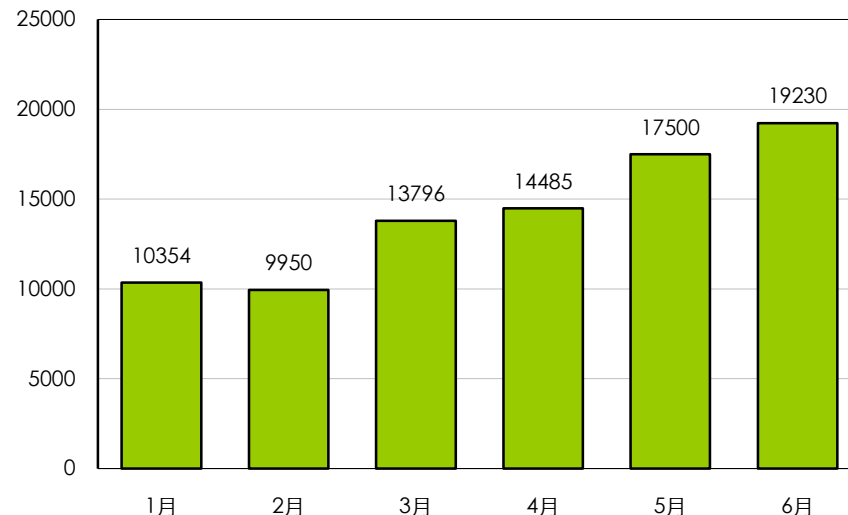


Source: i美股提供。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

2011.01-06 i美股日均覆盖人数分析 (人)



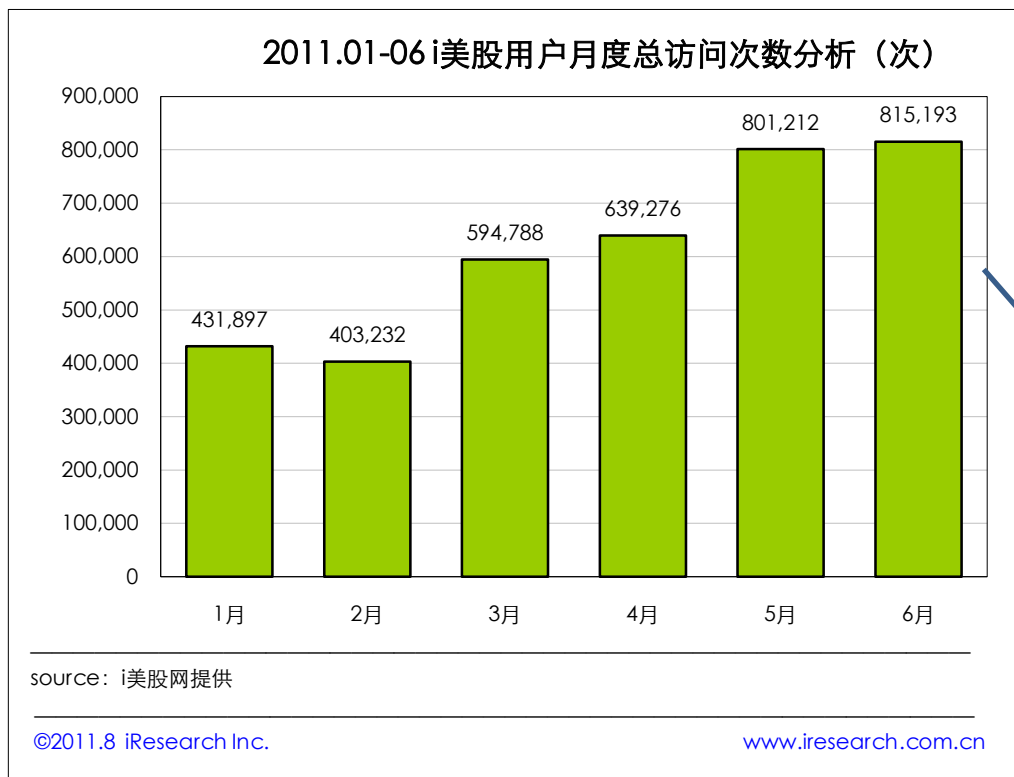
Source: i美股提供。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

月度总访问次数分析

根据i美股网提供的2011年1-6月的数据显示,《i美股》2011年1至6月月度平均总访问次数达到了61.4万。2011年6月用户总访问次数达到了81.5万,比1月份增长了近90%。可以看出,i美股SNS平台的建立以及为投资者提供的专业服务,吸引了大量的用户访问。



2011.01-06平均月度总访问次数61.4万人,

月度总浏览页面数分析

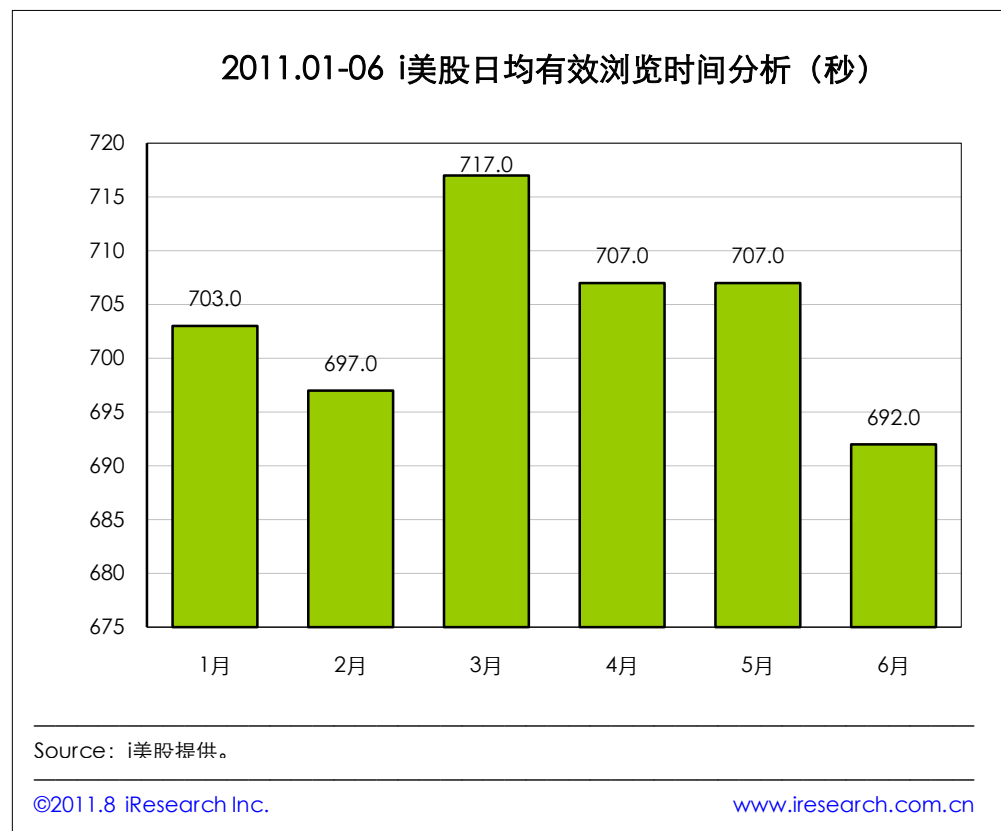
根据i美股网提供的2011年1-6月的数据显示，《i美股》2011年1至6月月度平均用户月度总浏览页面数达231万页。2011年6月用户总浏览页面数达到了309万页，比1月份增长了106%。可以看出，i美股用户的网站使用程度较深。



2011.01-06平均用户
月度总浏览页面数为
231万页

日均有效浏览时间分析

根据i美股网提供的2011年1-6月的数据显示，《i美股》2011年1至6月平均用户日均有效浏览时间为703.8秒，即11.4分钟，总体来看，这几个月的用户日均有效浏览时间的差距不是太大。



2011.01-06平均用户
日均有效浏览时间为
703.8秒，即11.4分
钟。

1. 媒体流量分析

- 覆盖人数
- 访问次数
- 浏览页面
- 浏览时间

4. 用户媒介形态分析

- 媒体接触习惯
- 用户生活形态及价值观
- 媒体使用黏性
- 媒体接触态度



2. 用户属性分析

- 性别/年龄/教育程度
- 地区/收入
- 行业/职位

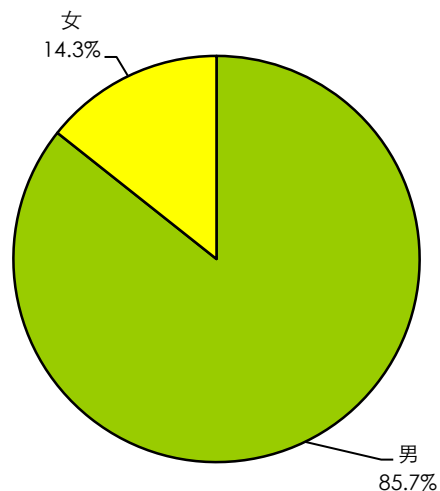
3. 用户消费属性分析

- 消费商品品类
- 消费能力/消费意向

《i美股》用户性别与年龄分析

根据艾瑞本次调研数据显示，《i美股》男性用户超过了8成，占85.7%；《i美股》用户年龄集中分布在25-39岁，超过了8成，占83.4%，是社会的中坚力量，拥有较强的购买力、决策力和舆论导向力。

i美股网用户性别分布

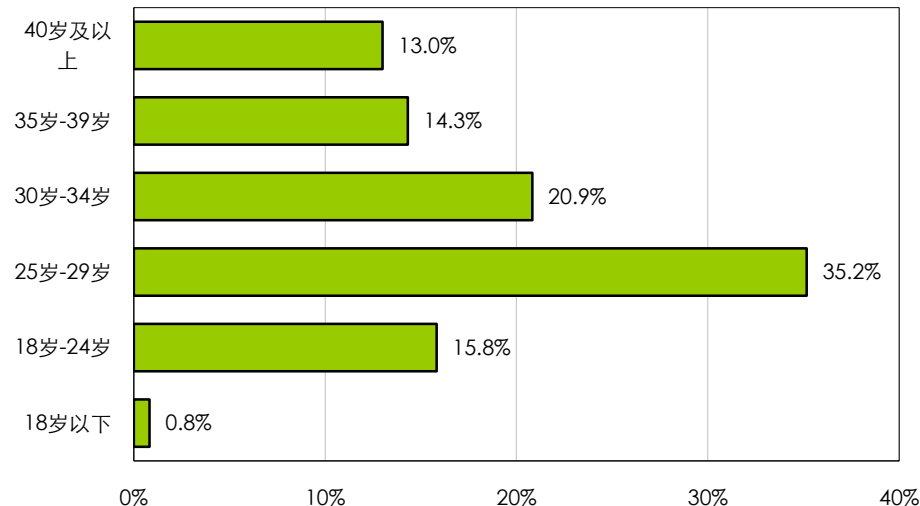


样本描述：N=600；于2011年7月通过i美股网调研获得。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

i美股网用户年龄分布情况



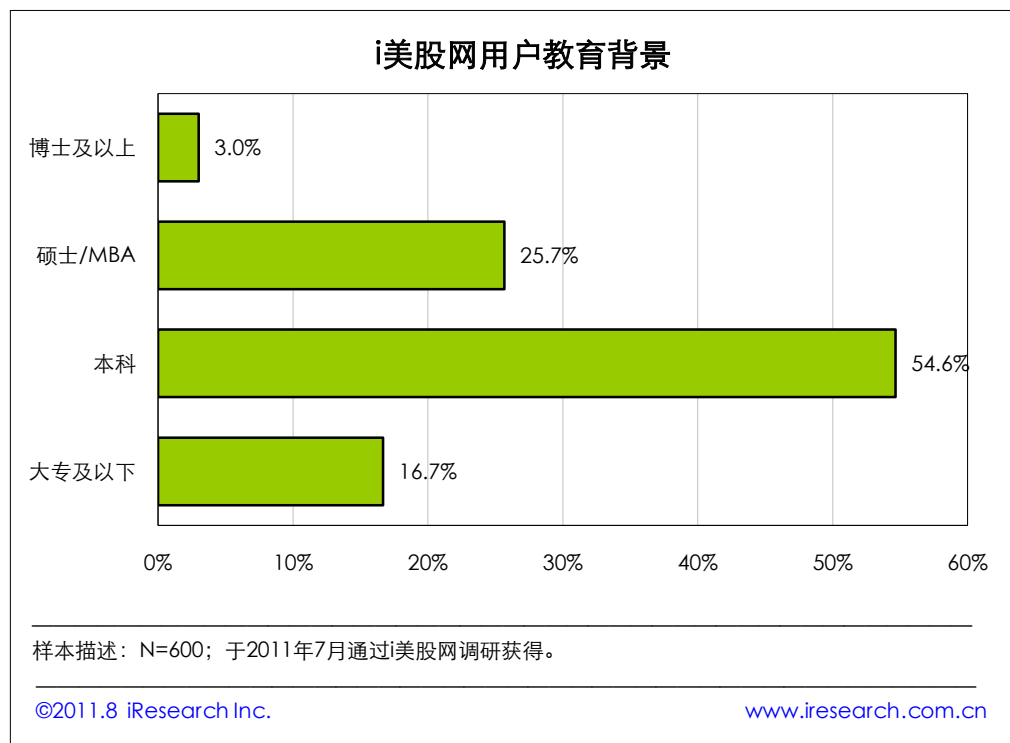
样本描述：N=600；于2011年7月通过i美股网调研获得。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

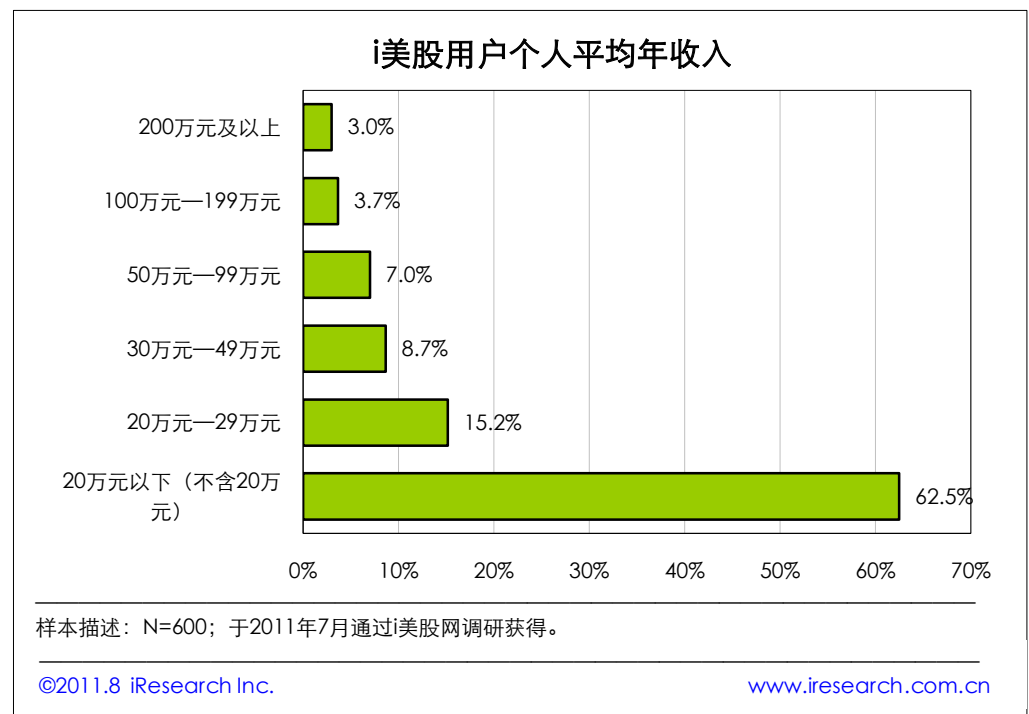
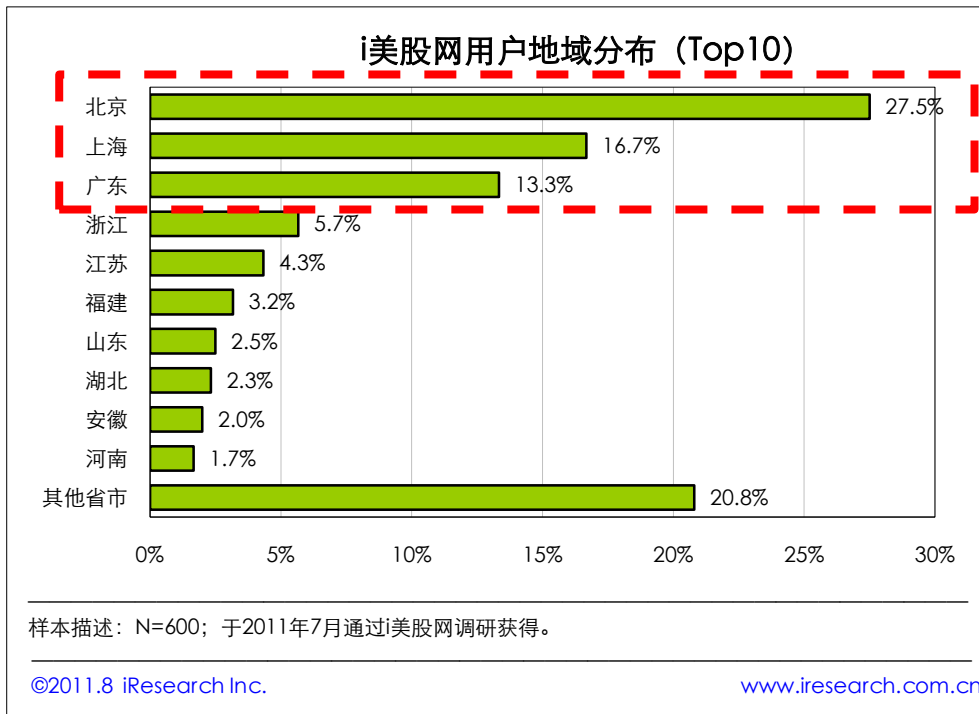
《i美股》用户教育背景分析

根据艾瑞本次调研数据显示，从《i美股》用户的教育背景来看，超过8成的用户学历为本科及以上。用户较高的学历背景，使其更容易接受新兴事务，对于新产品接受程度较高。



《i美股》用户地域与个人平均年收入分析

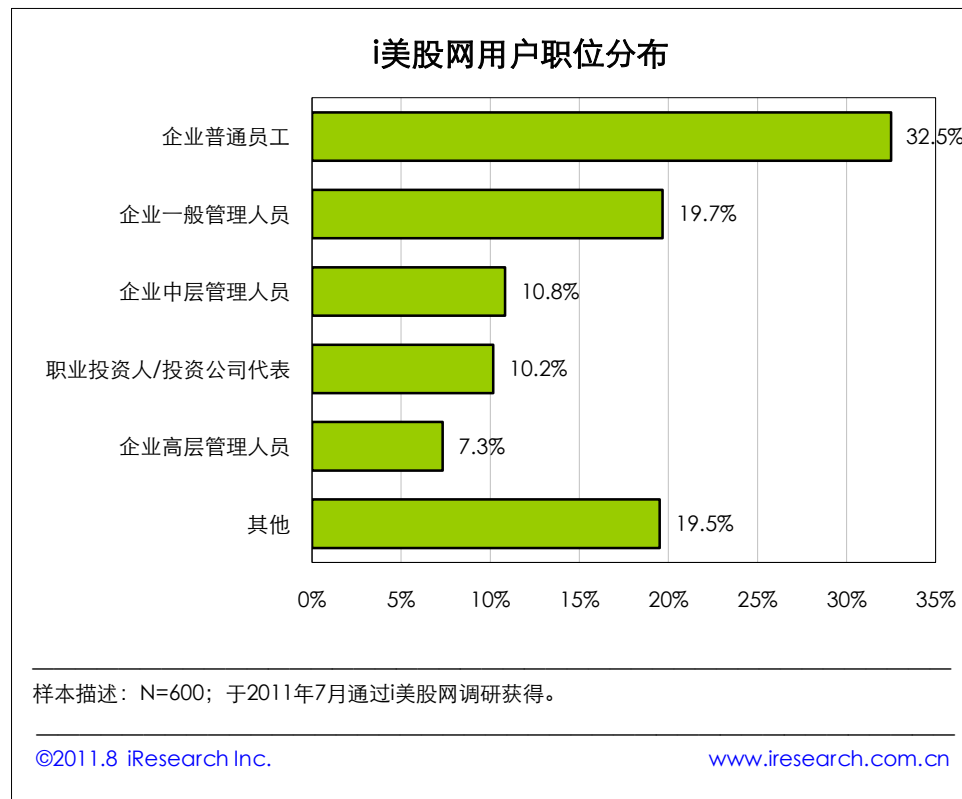
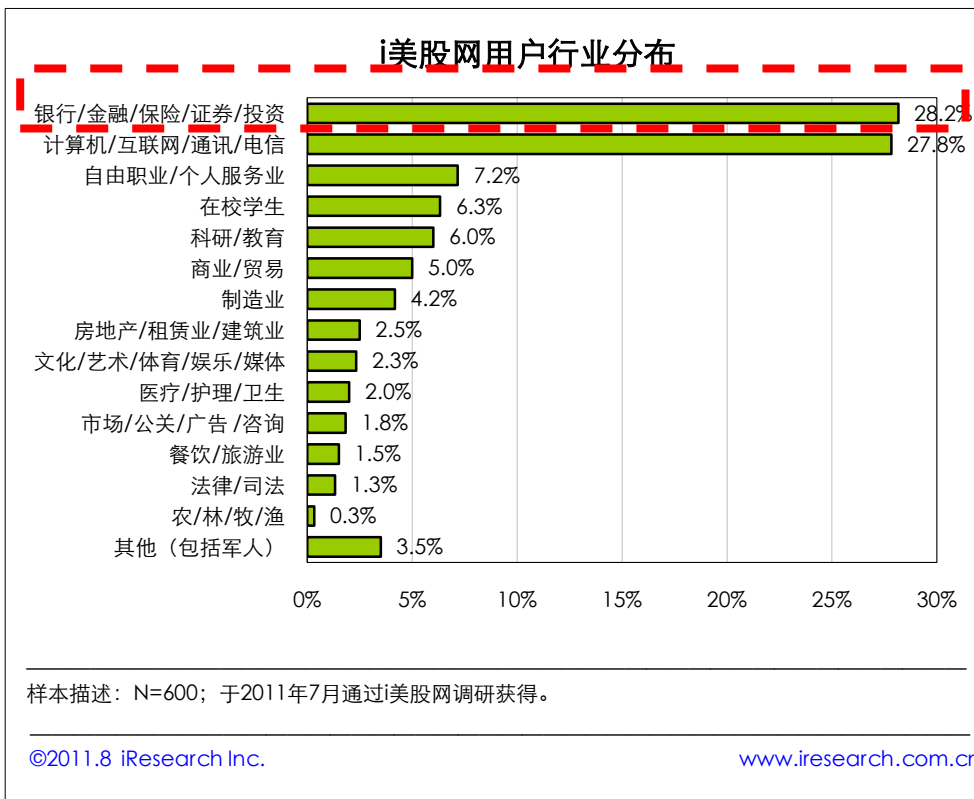
根据艾瑞本次调研数据显示，《i美股》用户分布广泛，用户分布Top10的省市是中国目前经济较为发达的省市，比例达到79.2%。艾瑞认为，以上城市的市场需求和购买力均高于其它城市，凸显其高端用户特征，是推动中国经济发展的主流人群。《i美股》用户整体收入较高，个人平均年收入高达31.7万，具有很强的消费能力。



《i美股》整体用户的个人平均年收入：31.7万

《i美股》用户行业与职位分析

根据艾瑞本次调研数据显示，《i美股》用户行业分布广泛，其中银行/金融/保险/证券/投资这种行业最多，占28.2%；从用户的职位分布来看，《i美股》用户中，企业管理人员及职业投资人（投资公司代表）等占比较高，占67.5%，可以看出拥有话语权的用户比例较高。



1. 媒体流量分析

- 覆盖人数
- 访问次数
- 浏览页面
- 浏览时间

4. 用户媒介形态分析

- 媒体接触习惯
- 用户生活形态及价值观
- 媒体使用黏性
- 媒体接触态度



2. 用户属性分析

- 性别/年龄/教育程度
- 地区/收入
- 行业/职位

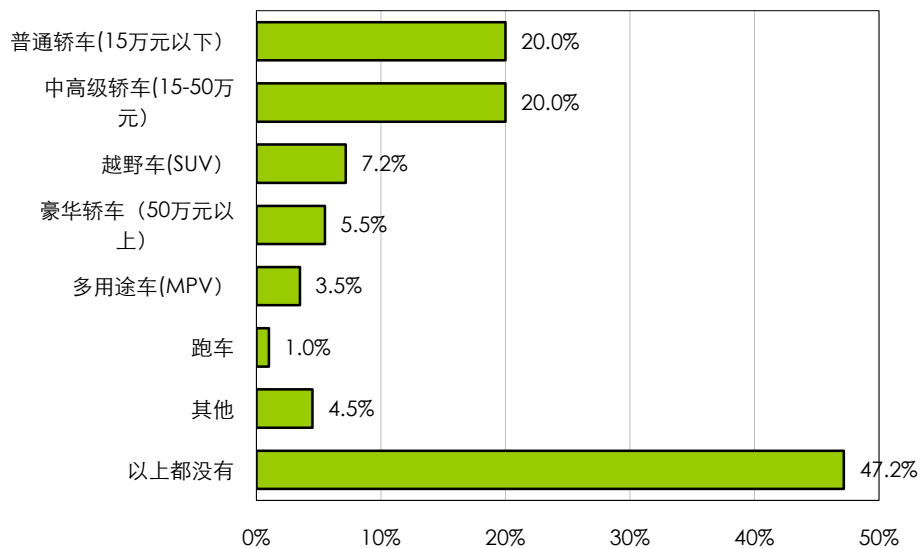
3. 用户消费属性分析

- 消费商品品类
- 消费能力/消费意向

《i美股》用户主要消费产品分析（汽车）

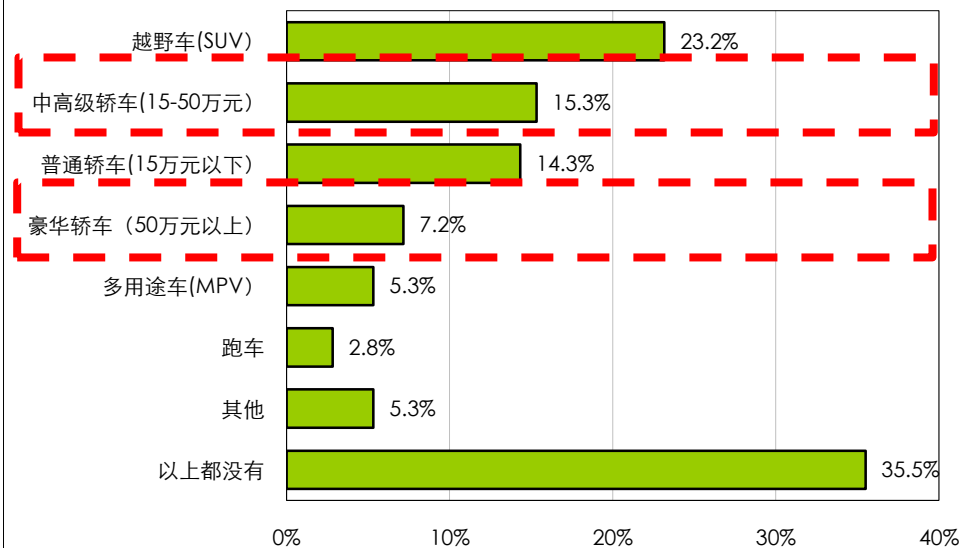
根据艾瑞本次调研数据显示，超过5成的《i美股》用户家庭拥有汽车，比例为52.8%；并在未来有23.2%的用户计划购买越野车，可见《i美股》用户比较注重品质消费；有22.5%的用户未来打算购买15万以上的车，消费能力可见一斑。

i美股用户对家庭用车的拥有情况



样本描述：N=600；于2011年7月通过i美股网调研获得。

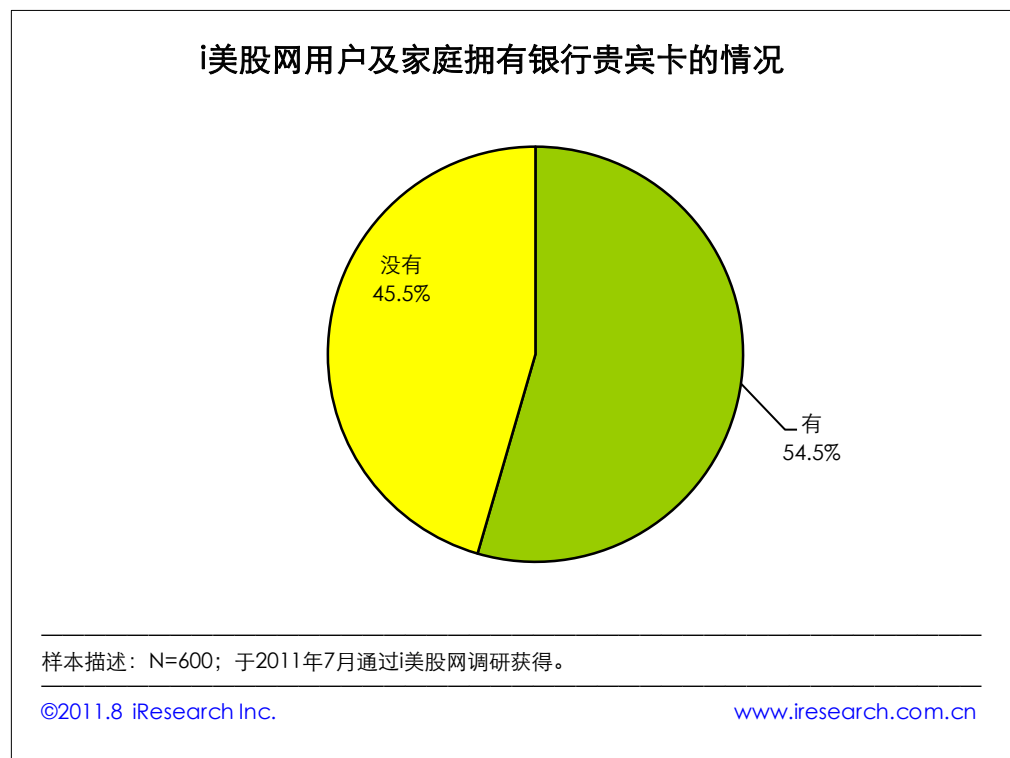
i美股用户对家庭用车的计划购买情况



样本描述：N=600；于2011年7月通过i美股网调研获得。

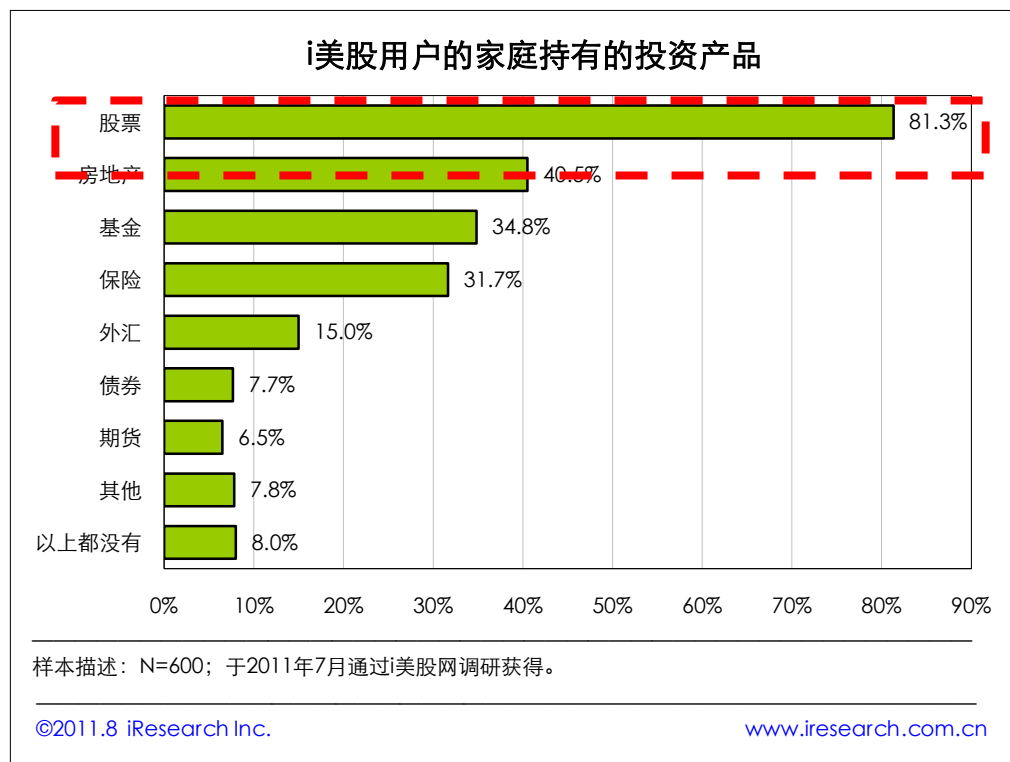
《i美股》用户银行贵宾卡拥有情况分析

根据艾瑞本次调研数据显示，超过5成的《i美股》用户拥有银行贵宾卡，比例达54.5%。



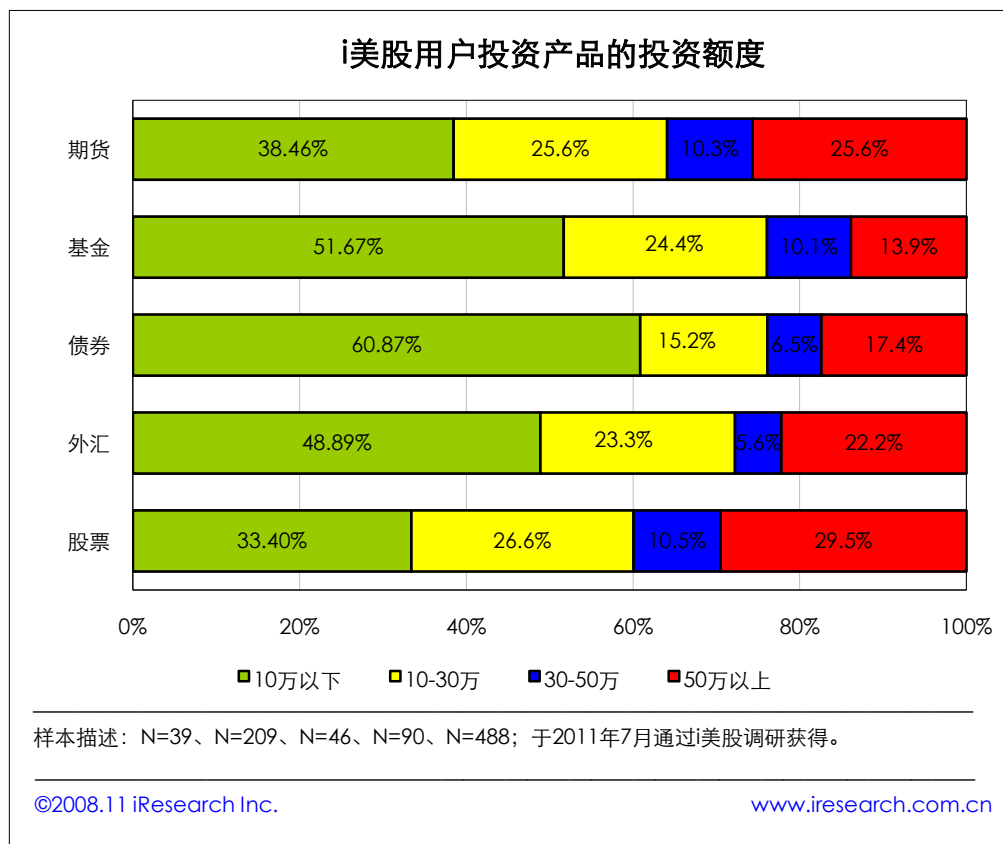
《i美股》用户金融产品投资情况分析

根据艾瑞本次调研数据显示，超过9成的《i美股》用户进行过金融产品投资，其中81.3%的《i美股》用户投资股票，对于股票市场的资讯关注较多。



《i美股》用户金融产品投资额度分析

根据艾瑞本次调研数据显示，《i美股》用户投资产品的投资额度中，股票的平均投资金额最高，为28.9万，其次是期货的平均投资金额，为26.5万，外汇平均投资金额为22.7万，基金平均投资金额为19.8万，债券平均投资金额为19.1万。



期货平均投资金额26.5万

基金平均投资金额19.8万

债券平均投资金额19.1万

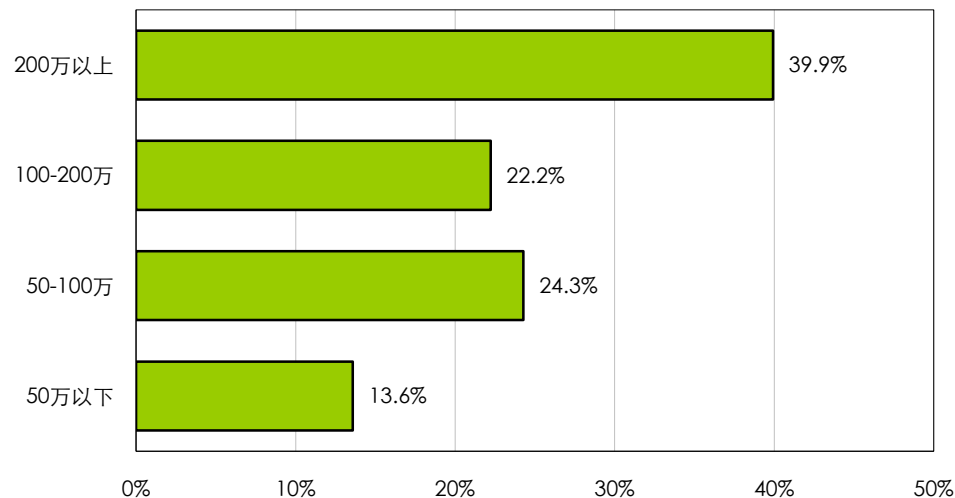
外汇平均投资金额22.7万

股票平均投资金额28.9万

《i美股》用户房地产投资及家庭保险投资情况分析

根据艾瑞本次调研数据显示，虽然受目前国内房地产市场调控的影响，整体房地产成交量不高，但整体来看，随着二、三线城市需求的增加以及租赁市场需求的膨胀，一定程度上也吸引了对房地产投资有需求的用户。《i美股》用户在房地产投资上的总体金额相对较高，房地产平均投资金额达154.7万；《i美股》用户家庭每年保险平均投资金额为5.0万。

i美股用户的家庭在房地产上的投资额度

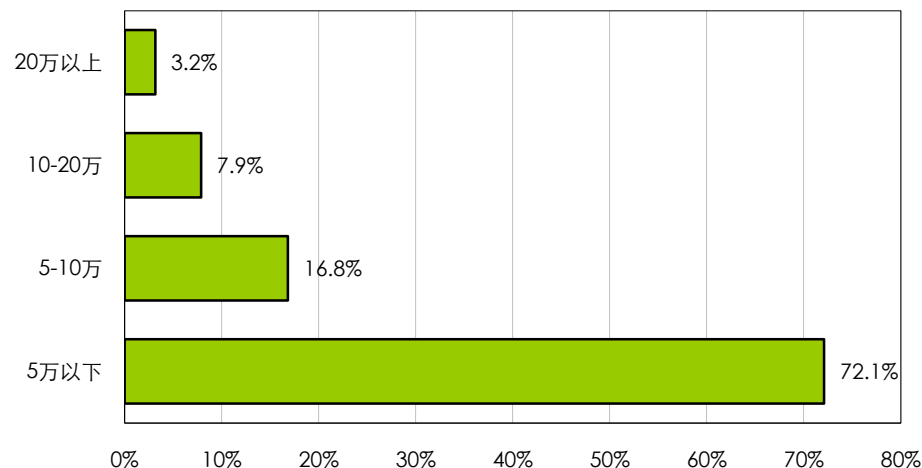


样本描述：N=243；于2011年7月通过i美股网调研获得。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

i美股网用户的家庭每年在保险上的投资额度



样本描述：N=190；于2011年7月通过i美股网调研获得。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

《i美股》用户房地产平均投资金额：约为154.7万

《i美股》用户保险平均投资金额：约为5.0万

1. 媒体流量分析

- 覆盖人数
- 访问次数
- 浏览页面
- 浏览时间

4. 用户媒介形态分析

- 媒体接触习惯
- 用户生活形态及价值观
- 媒体使用黏性
- 媒体接触态度



2. 用户属性分析

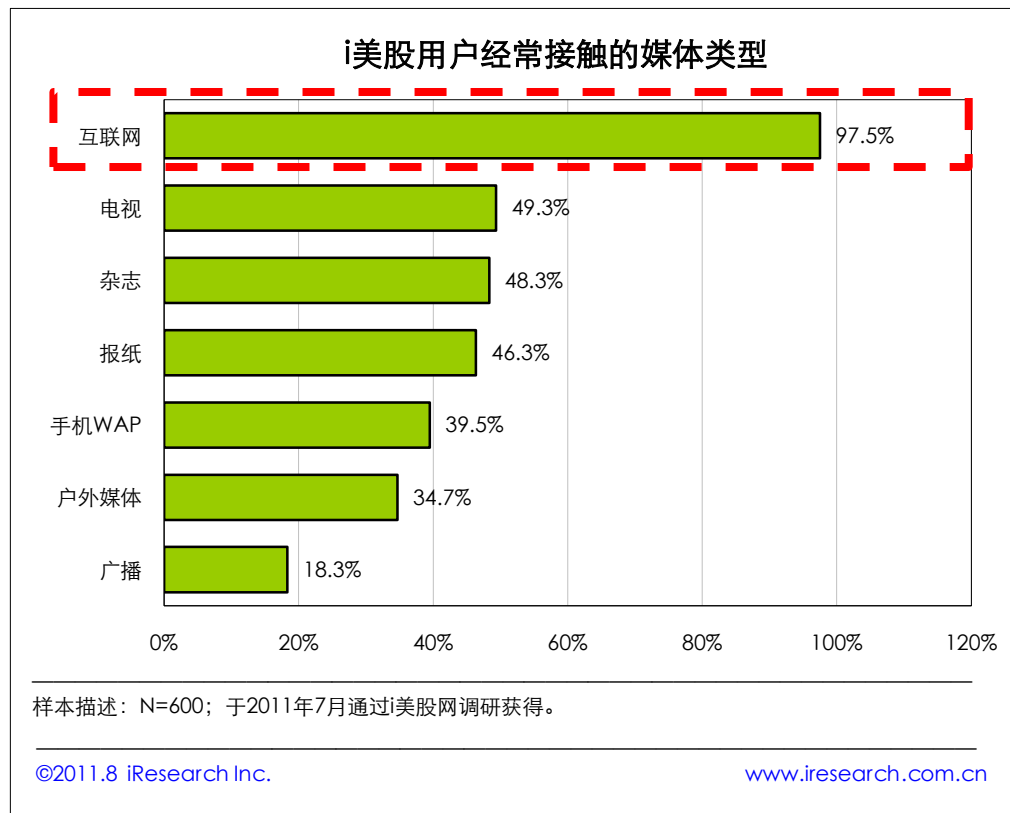
- 性别/年龄/教育程度
- 地区/收入
- /行业/职位

3. 用户消费属性分析

- 消费商品品类
- 消费能力/消费意向

《i美股》用户媒体接触情况分析

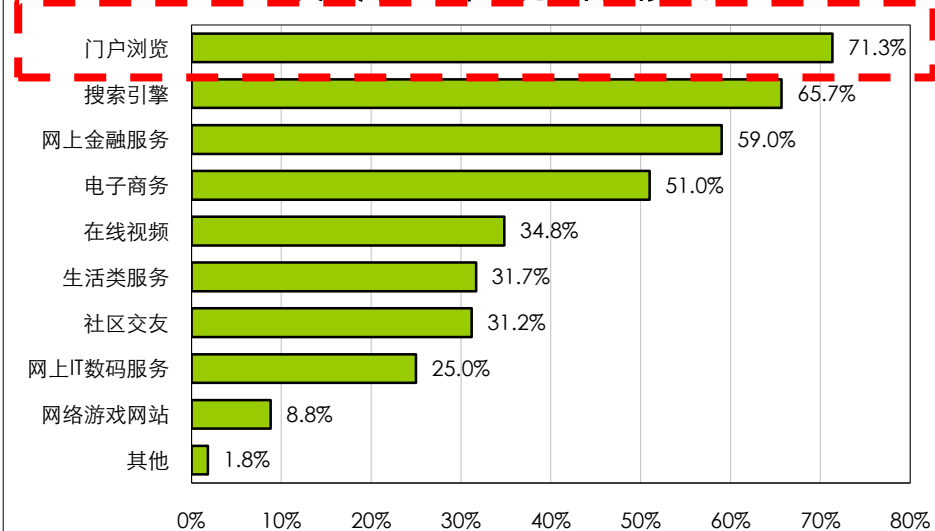
根据艾瑞本次调研数据显示，《i美股》用户在经常接触的媒体中以互联网居多，占97.5%；其次传统的媒体——电视，占49.3%。



《i美股》用户经常浏览网站类型及关注资讯或内容分析

根据艾瑞本次调研数据显示，《i美股》用户在浏览网站时，以浏览门户网站居多，占71.3%；《i美股》用户在浏览网站时，以关注财经类的资讯或内容居多，占88.0%，说明《i美股》用户对投资理财方面的信息有一定的需求。

i美股用户经常浏览的网站类型

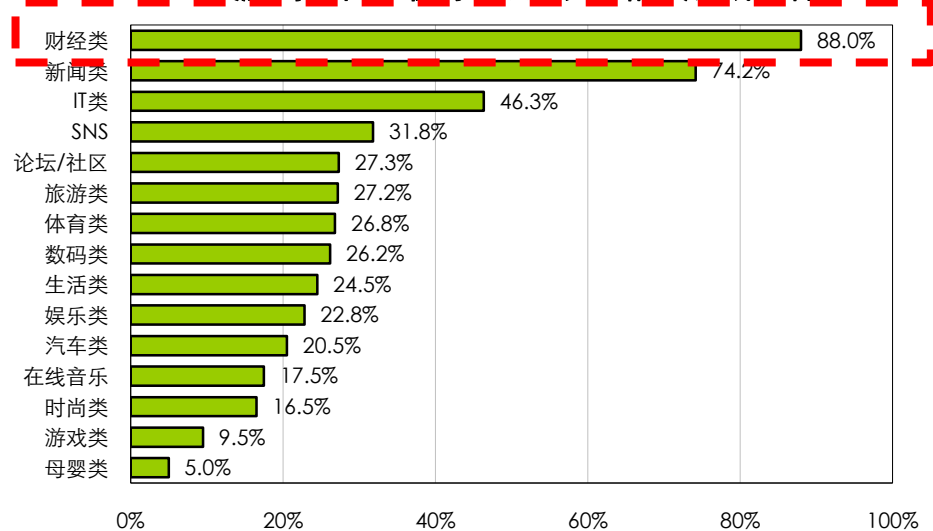


样本描述：N=600；于2011年7月通过i美股网调研获得。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

i美股用户在互联网上经常关注的资讯或内容



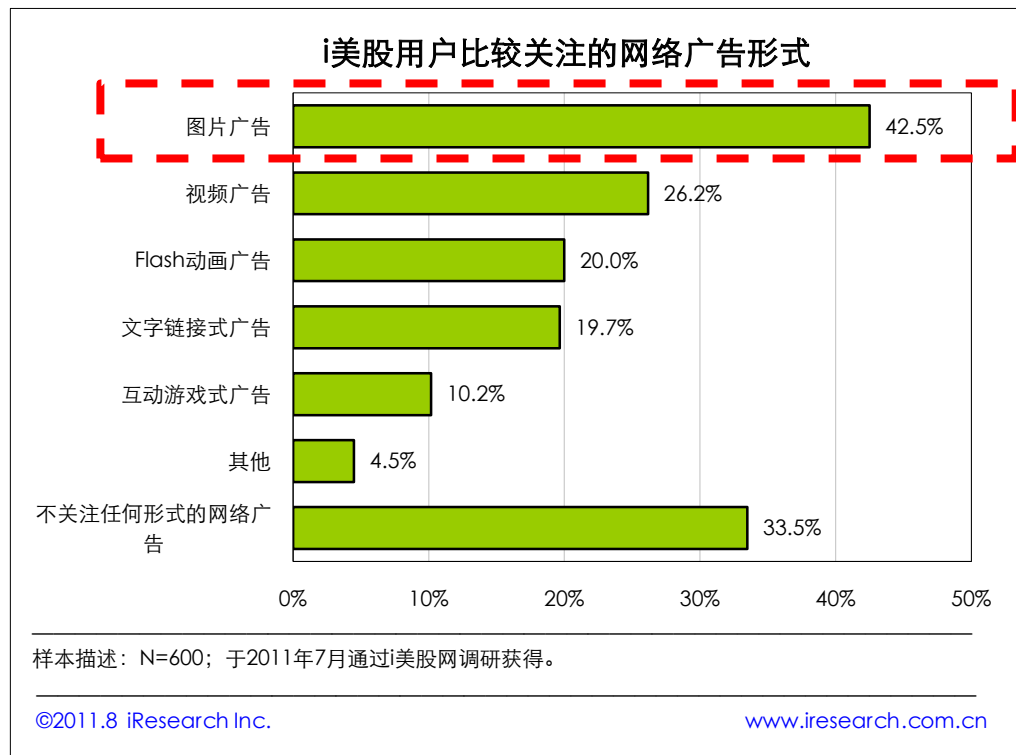
样本描述：N=600；于2011年7月通过i美股网调研获得。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

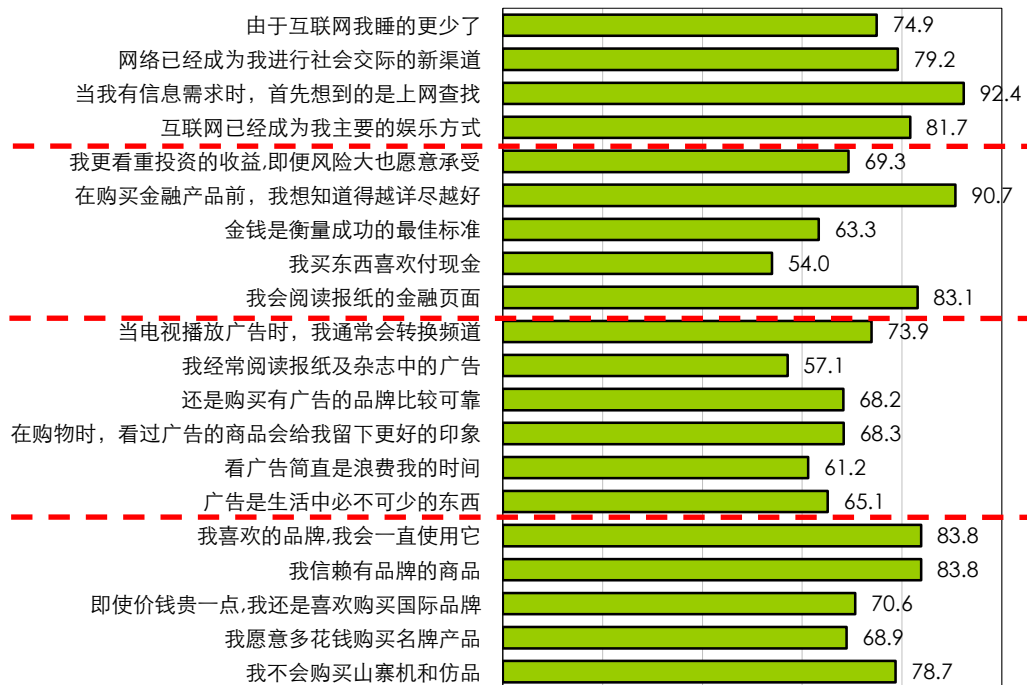
《i美股》用户关注网络广告形式分析

根据艾瑞本次调研数据显示，《i美股》用户关注图片广告的居多，占42.5%；其次是视频广告，占26.2%；《i美股》可以通过在网站上投放图片广告和视频广告来进一步增加用户的黏性。



《i美股》用户生活形态及价值观分析

i美股用户生活形态及价值观



样本描述: N=600; 于2011年7月通过i美股调研获得。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

媒体观

《i美股》用户在有信息需求时, 首先想到的是上网查找。

理财观

《i美股》用户在进行购买金融产品前, 希望知道金融产品的信息越详尽越好, 具有良好的理财观念。

广告态度

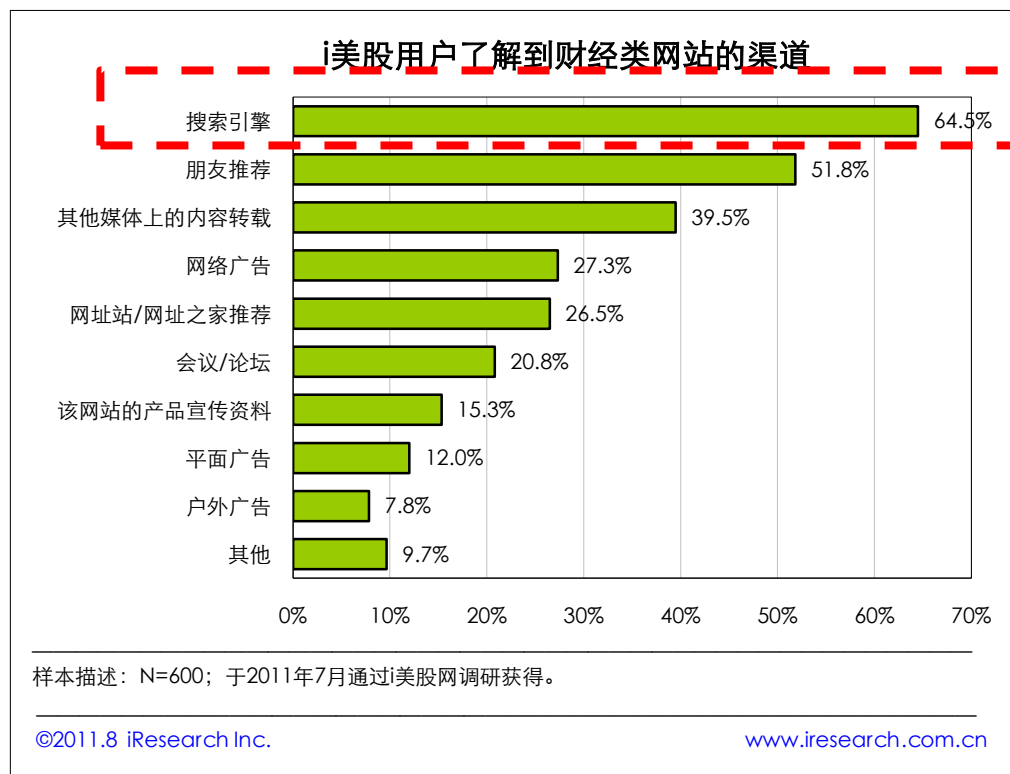
《i美股》用户对有广告的商品可以留下深刻印象, 而且认为购买有广告的品牌比较可靠。

品牌观

《i美股》用户对品牌商品有很强的信任度和依赖度。

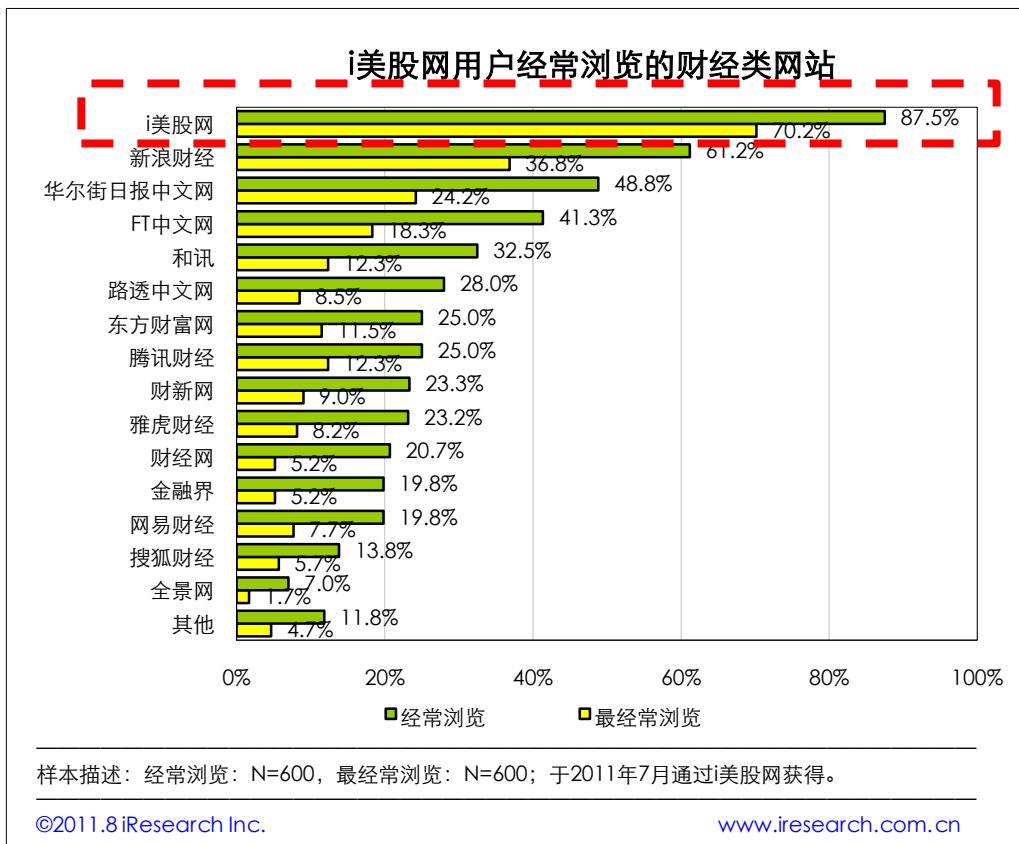
《i美股》用户了解财经类网站渠道分析

根据艾瑞本次调研数据显示，《i美股》用户了解财经类网站的渠道主要是通过搜索引擎，比例达64.5%，其次是通过朋友推荐，比例达51.8%。



《i美股》用户浏览财经类网站分析

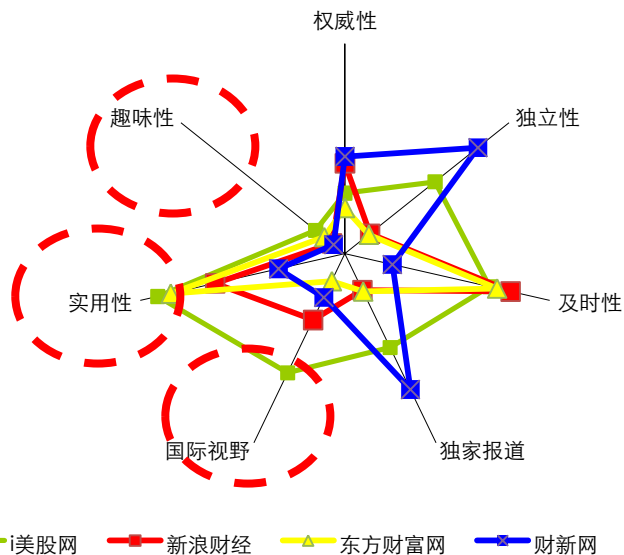
根据艾瑞本次调研数据显示，《i美股》用户经常浏览和最经常浏览的财经类网站中，浏览《i美股》的居多，经常浏览和最经常浏览的比例分别为87.5%和70.2%。可以看出，《i美股》用户对其忠诚度较高。



《i美股》用户对财经类网站评价分析

根据艾瑞本次调研数据显示，与新浪财经、东方财富网及财新网其他财经类网站相比，用户认为《i美股》是最具有实用性、国际视野及相对具有趣味性的财经类网站，在其他方面《i美股》还需进一步加强。

i美股用户对财经类网站的评价



	i美股网	新浪财经	东方财富网	财新网
权威性	23.0%	34.4%	17.4%	37.0%
独立性	43.9%	12.2%	11.6%	64.8%
及时性	56.5%	64.7%	59.4%	18.5%
独家报道	39.7%	15.4%	15.9%	57.4%
国际视野	50.4%	28.1%	11.6%	18.5%
实用性	73.2%	50.7%	68.1%	25.9%
趣味性	14.3%	6.3%	10.1%	5.6%

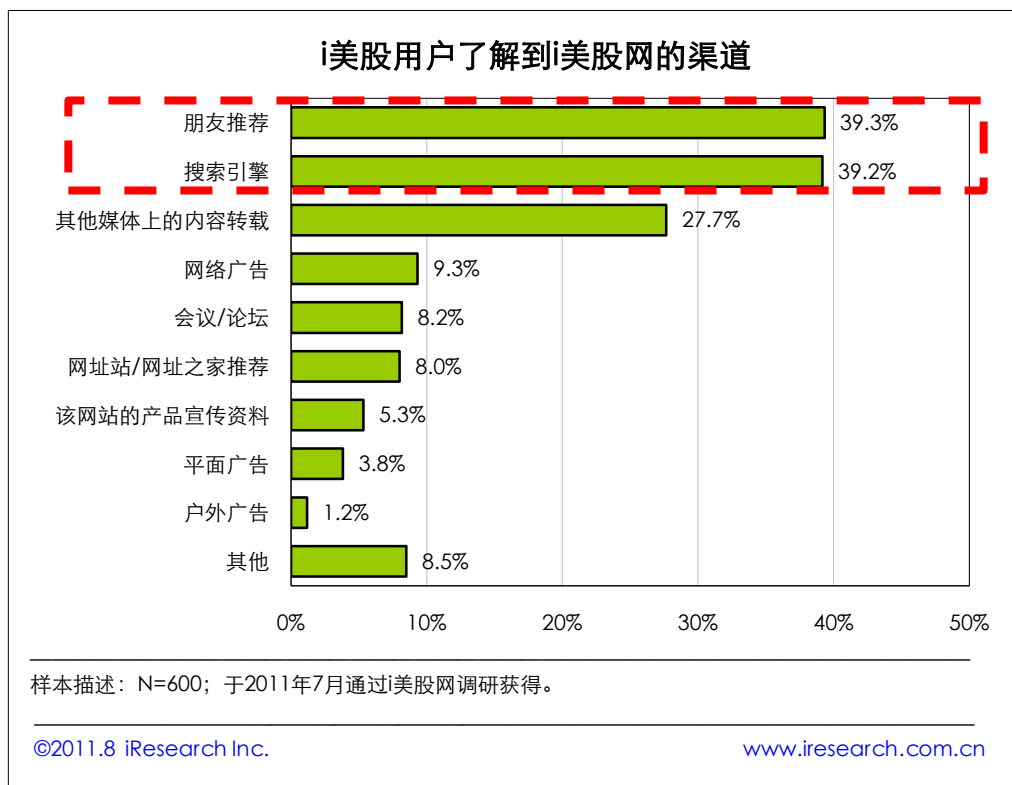
样本描述: N分别为421, 221, 69, 54; 于2011年7月通过iclick调研社区及财经网获得。

©2011.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

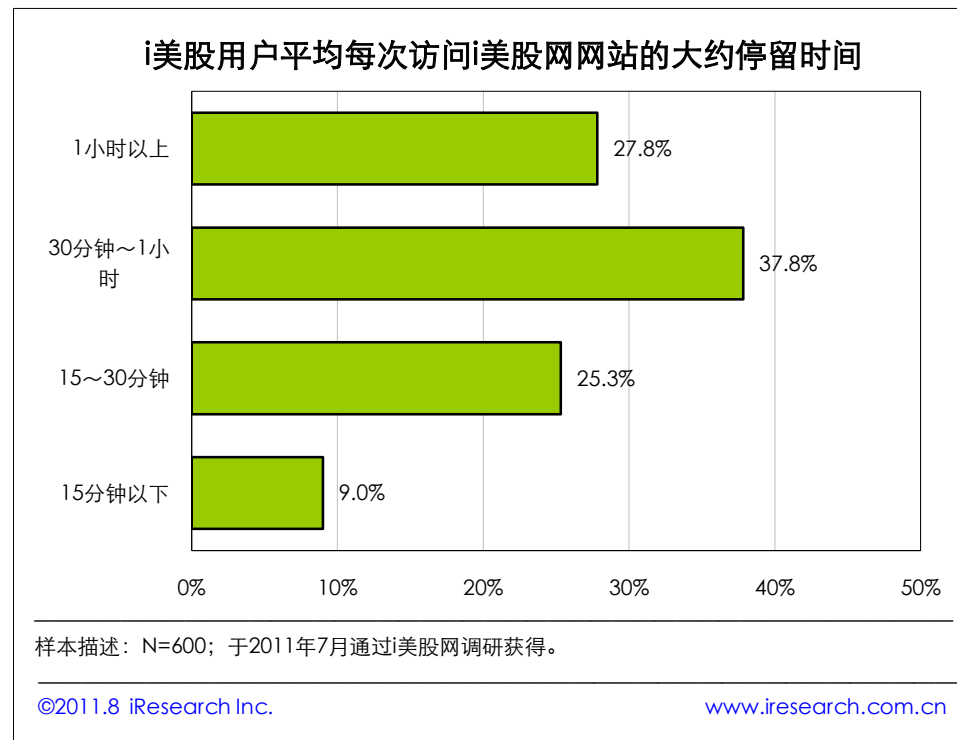
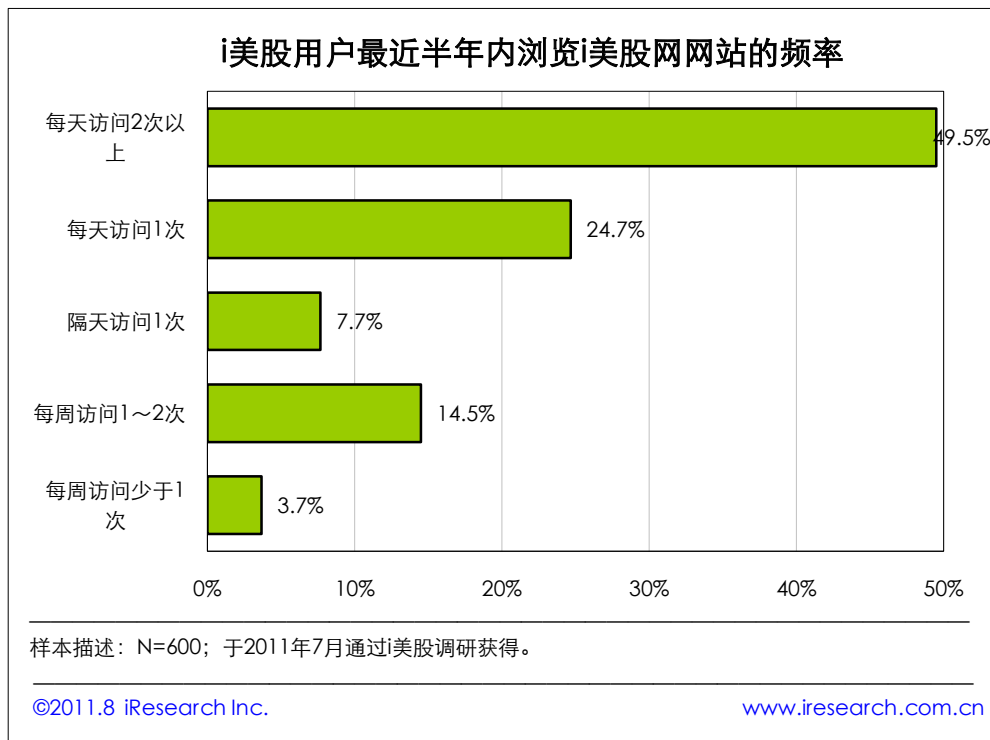
《i美股》用户了解《i美股》网站渠道分析

根据艾瑞本次调研数据显示，《i美股》用户绝大多数是通过朋友推荐和搜索引擎了解到i美股的居多，接近8成，共占78.5%。



《i美股》用户浏览频率及停留时间分析

根据艾瑞本次调研数据显示，《i美股》用户最近半年平均每周访问《i美股》网站9.6次，每次访问《i美股》网站停留的时间平均为42.9分钟。可以看出，用户对《i美股》的依赖性高，黏性较强。



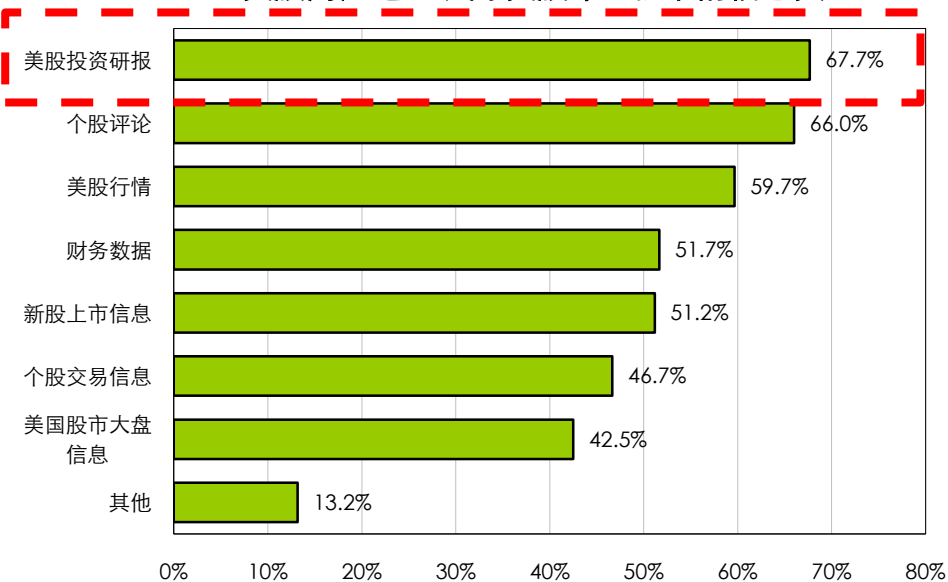
《i美股》用户平均每周访问次数：约为**9.6次**

《i美股》用户平均每次访问时间：约为**42.9分钟**

《i美股》用户主要获取内容及评价分析

根据艾瑞本次调研数据显示，用户在《i美股》主要是通过美股投资研报、各股评论以及美股行情来了解股市相关信息，为用户未来投资提供参考；用户认为《i美股》与其他财经媒体相比，是网站内容实用性强及内容报道及时全面的财经类网站。

i美股用户通过访问i美股希望获取的信息类型

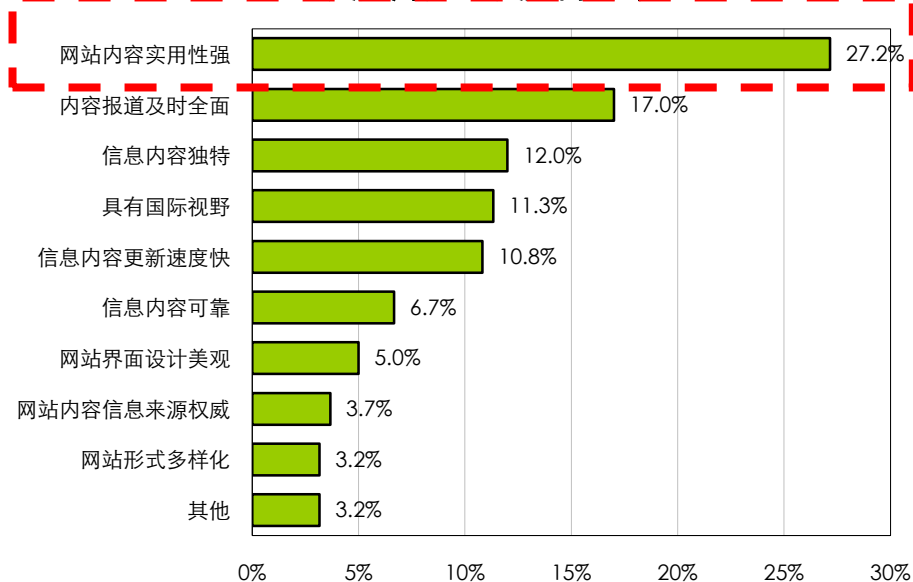


样本描述：N=600；于2011年7月通过i美股网调研获得。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

i美股用户对美股网的印象



样本描述：N=600；于2011年7月通过i美股网调研获得。

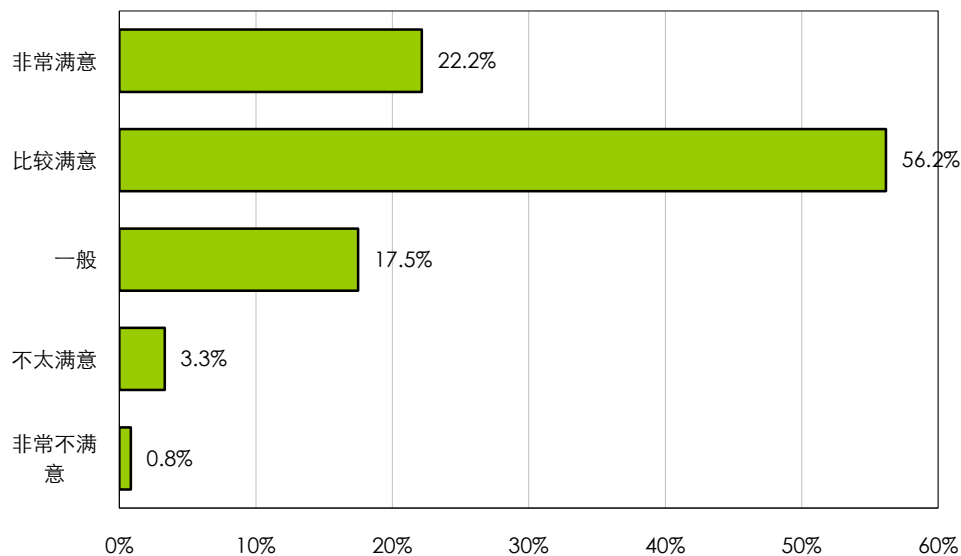
©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

《i美股》用户满意度评价分析（1）

根据艾瑞本次调研数据显示，《i美股》用户对《i美股》的网站信息内容更新速度表示满意的比例超过7成，达78.4%，其中表示非常满意的用户占22.2%；对网站登录速度表示满意的比例超过8成，达83.4%，有30.2%的用户表示非常满意。

i美股用户对i美股网网站信息内容的更新速度的满意度

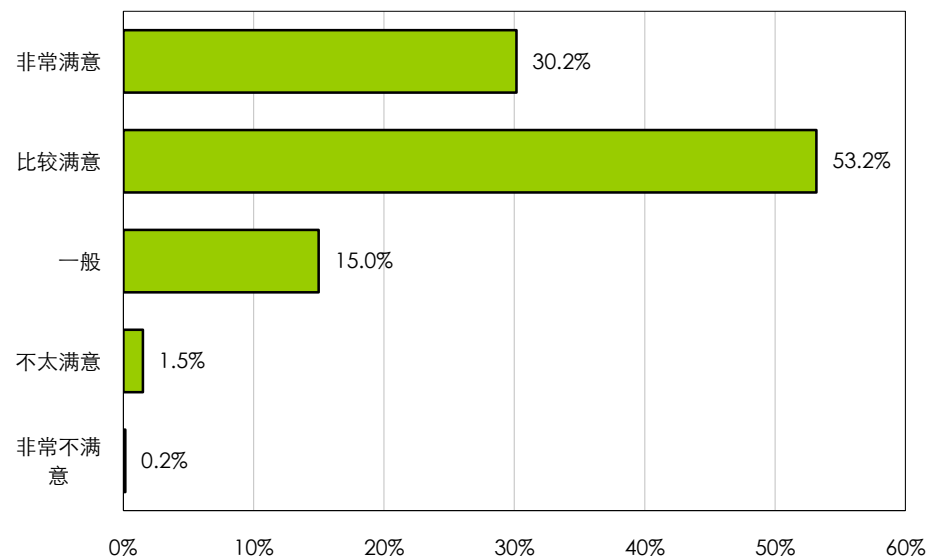


样本描述：N=600；于2011年7月通过i美股网调研获得。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

i美股用户对i美股网网站登录速度的满意度



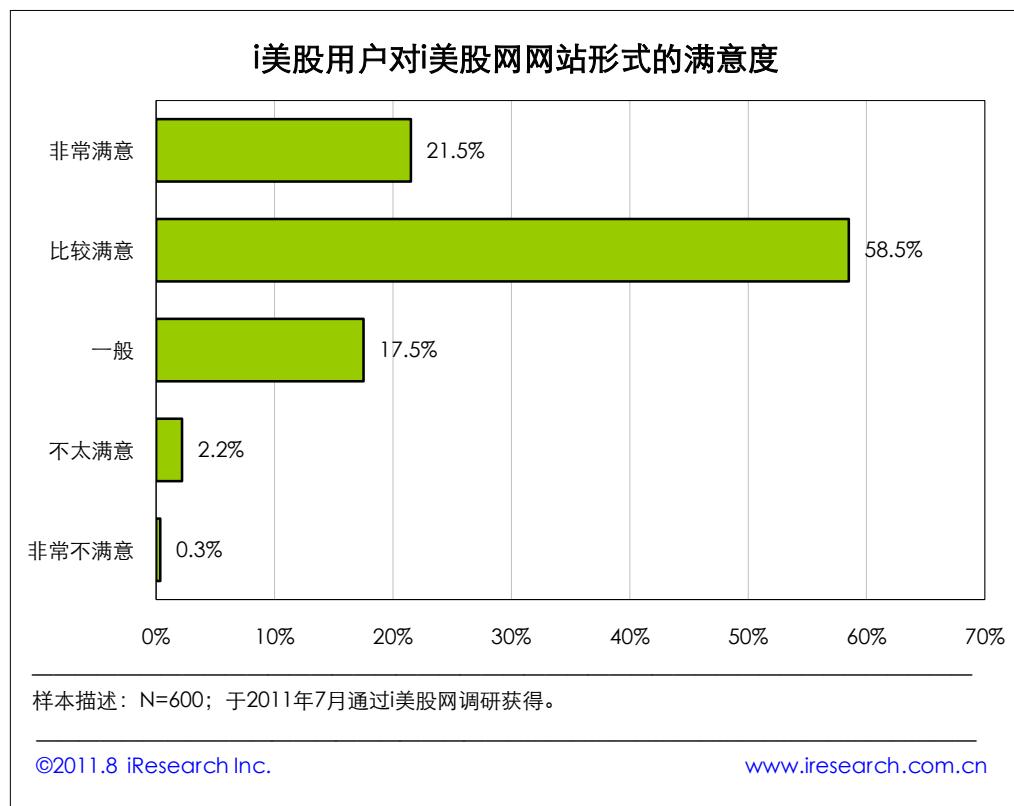
样本描述：N=600；于2011年7月通过i美股网调研获得。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

《i美股》用户满意度评价分析（2）

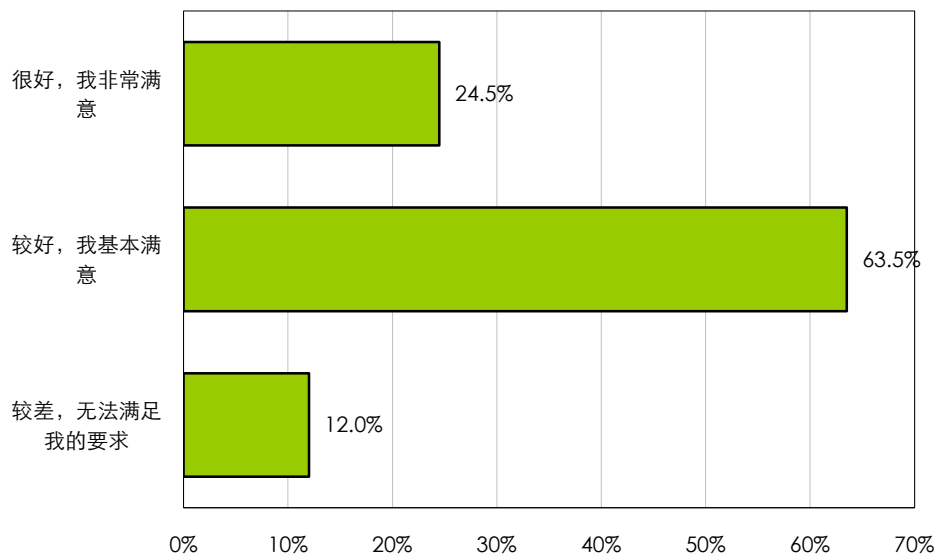
根据艾瑞本次调研数据显示，《i美股》用户对《i美股》网站的形式表示满意的比例达到了80%，其中表示非常满意的用户占21.5%。



《i美股》用户对广告评价分析

根据艾瑞本次调研数据显示，用户对于《i美股》网站广告对个人工作和生活的帮助认可程度较高，88.0%的用户表示满意，其中24.5%的用户表示非常满意。89.2%的用户认为《i美股》上的广告商品/服务可信，其中18.2%的用户则表示非常满意。

i美股网站广告“对工作和生活的帮助程度”评价

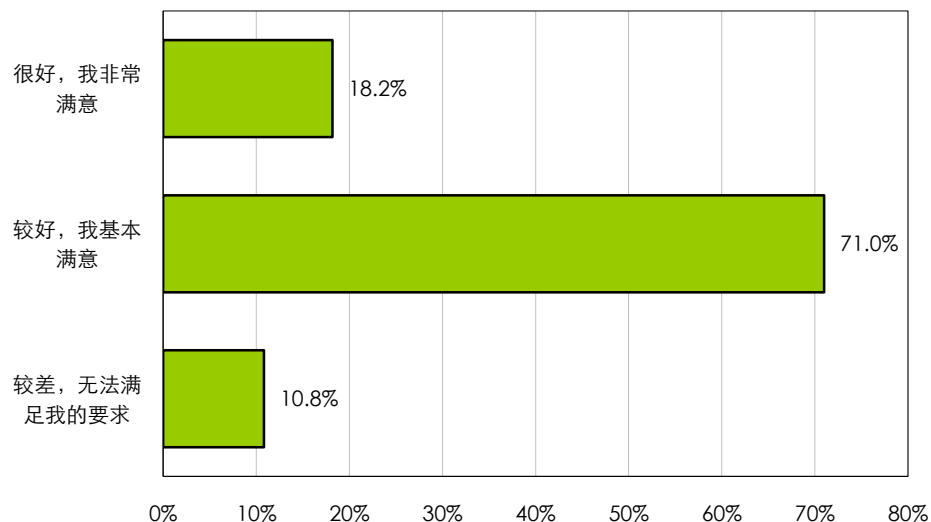


样本描述：N=600；于2011年7月通过i美股网调研获得。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

i美股网站“广告商品/服务可信度”评价



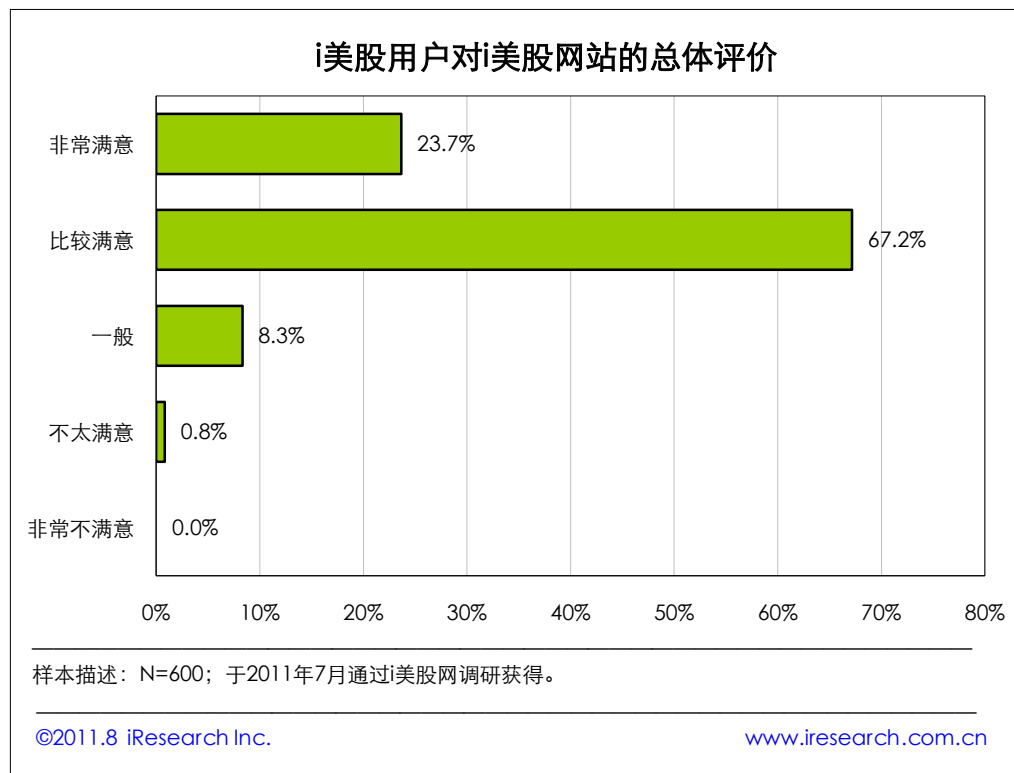
样本描述：N=600；于2011年7月通过iClick社区及财经调研获得。

©2011.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

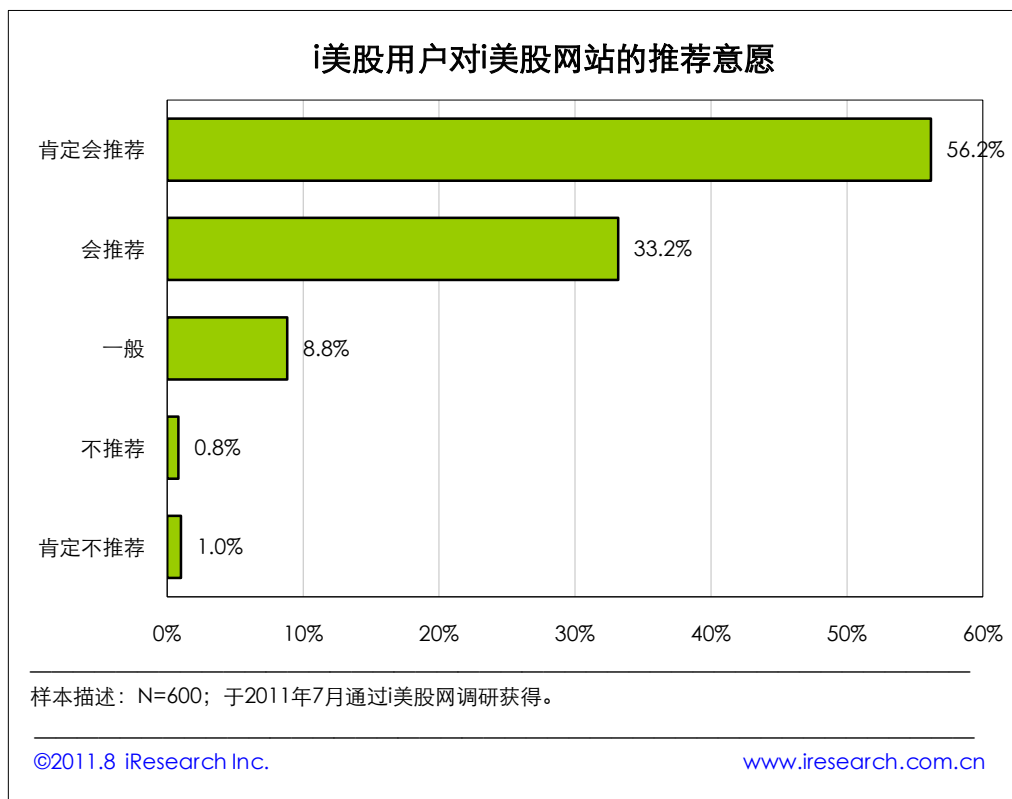
《i美股》用户对网站的整体评价分析

根据艾瑞本次调研数据显示，超过9成的用户对于《i美股》网站的总体评价表示满意，其中表示非常满意的占23.7%；可以看出，《i美股》网站的内容实用性强、内容报道及时全面、具有国际视野、网站登录速度快以及网站广告帮助性强等方面都成为用户对其得出好评的重要因素。



《i美股》用户对网站的推荐意愿分析

根据艾瑞本次调研数据显示，接近9成的用户愿意将《i美股》推荐给他人或朋友，比例达89.4%。而用户愿意推荐的原因主要是，《i美股》网站内容实用性强，信息及时权威、对投资理财方面有帮助等，普遍认为《i美股》是目前国内最专业、最权威的美股网站。



艾瑞咨询集团 iResearch Consulting Group



选择艾瑞，选择可以信任的合作伙伴

中国领先的互联网商业数据产品供应商

中国专注于互联网领域研究的领先研究服务商

中国专注于网络广告及营销的领先研究服务商

