



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国购物中心市场 深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国购物中心市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/240885.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

购物中心是指一群建筑，是组合在一起的商业设施，按商圈确定其位置、规模，将多种店铺作为一个整体来计划、开发和经营，并且拥有一定规模的停车场。

数据显示，早在2011年，我国购物中心增速过一倍，一线城市购物中心纷纷上马，二、三线城市也不甘落后，各地购物中心如雨后春笋。2011年北京新增购物中心134.8万 m^2 ，百货、奥特莱斯项目47.1万 m^2 ，购物中心供应面积与2010年相比有下降，但是总体比例依旧保持在70%以上。2011年广州大型购物中心共有约38.8万平方米新增供应，全年平均空置率较上年下降0.5%；同年第四季度大型购物中心租金为每月每平方米757.7元，同比上升6.51%。2011年，上海新开业的大型购物中心或综合体商业面积113万平方米，同比增长近25%，其中新开业的购物中心商业面积约45.5万平方米，主要集中在内外环间及外环以外区域。

近年来，购物中心建设行业在我国方兴未艾，项目兴建如火如荼。但是在购物中心高速发展过程中也存在很多问题，如：购物中心的盈利模式、管理模式、定位、发展速度过快、重复建设等等问题，有些问题已经成为制约产业发展的关键因素。

艾凯集团发布的《2013-2018年中国购物中心市场深度分析与投资前景预测报告》共八章，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，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。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。

第一章 购物中心产业发展综述 21

1.1 购物中心的定义及分类 21

1.1.1 购物中心的定义 21

（1）国际购物中心协会的定义 21

（2）美国购物中心协会的定义 21

（3）日本购物中心协会的定义 21

（4）中国商务部的定义 22

1.1.2 购物中心的分类 22

1.2 购物中心的产业本质 27

1.2.1 购物中心的特点 27

1.2.2 购物中心与百货商场的比较分析 27

1.2.3 购物中心与传统商业街的比较分析 28

1.3 购物中心发展的推动因素 29

- 1.3.1 商业地产投资推动购物中心发展 29
- 1.3.2 地方政府的投资冲动推动购物中心发展 31
- 1.3.3 城市扩容及城市化进程加快推动购物中心发展 31

第二章 购物中心产业链分析 34

2.1 购物中心产业链上游行业发展状况分析 34

2.1.1 土地市场运营分析 34

- (1) 全国土地购置情况 34
- (2) 全国土地市场价格分析 34

2.1.2 房地产行业运营分析 36

- (1) 全国房地产开发景气指数 36
- (2) 全国房地产投资情况 36
- (3) 全国房地产供应情况 37
- (4) 全国房地产销售情况 37

2.2 购物中心下游行业发展状况分析 38

2.2.1 中国零售行业发展状况分析 38

- (1) 行业发展规模分析 38
- (2) 行业盈利情况分析 39
- (3) 行业运营情况分析 40
- (4) 行业偿债情况分析 41

2.2.2 中国社会消费现状分析 41

- (1) 中国居民人口总量及结构分析 41
- (2) 不同年龄段人口的消费特征分析 42
- (3) 中国居民收入与消费情况分析 44

第三章 中国购物中心的发展现状分析 49

3.1 购物中心在中国的发展历程 49

3.1.1 中国购物中心的雏形阶段（20世纪80年代） 50

3.1.2 中国购物中心的起源阶段（20世纪90年代） 50

3.1.3 中国购物中心的发展阶段（2000-至今） 51

3.1.4 中国购物中心的繁荣阶段（未来10年） 52

3.2 中国购物中心的分布 53

3.2.1 中国购物中心的分布形式分析	53
3.2.2 中国购物中心的分布数量分析	53
3.2.3 中国购物中心的分布趋势分析	54
3.3 中国购物中心的业态分析	55
3.3.1 中国购物中心的业态构成分析	55
(1) 中国购物中心的业态构成	56
(2) 中国购物中心的业态构成特点	56
3.3.2 中国购物中心主/次力店分析	58
(1) 购物中心主力店及次主力店的作用	58
(2) 购物中心主力店及次主力店规模分析	58
(3) 不同类型购物中心的主力店类型	59
3.3.3 中国购物中心零售业态分析	62
3.3.4 中国购物中心餐饮业态分析	63
3.3.5 中国购物中心娱乐休闲业态分析	63
3.3.6 中国购物中心的品牌分析	64
3.3.7 中国购物中心的业态布局分析	65
3.4 中国购物中心的经营情况分析	66
3.4.1 中国购物中心管理模式分析	66
(1) 中国购物中心管理模式概述	66
(2) 中国购物中心管理模式现状	69
3.4.2 中国购物中心盈利模式分析	70
3.4.3 中国购物中心租赁模式分析	71
(1) 中国购物中心租赁模式简述	71
(2) 中国购物中心租赁模式现状	73
3.5 不同类型购物中心的发展现状及趋势分析	74
3.5.1 按位置(影响力)划分的购物中心发展现状及趋势分析	74
(1) 都市型购物中心的发展现状及趋势分析	74
(2) 区域型购物中心的发展现状及趋势分析	74
(3) 社区型购物中心的发展现状及趋势分析	76
(4) 郊区型购物中心的发展现状及趋势分析	77
3.5.2 按商业主题划分的购物中心发展现状及趋势分析	79
(1) 主题型购物中心运行发展现状及趋势分析	79

（2）混合型购物中心发展现状及趋势分析 80

第四章 购物中心运营解析 83

4.1 购物中心的定位解析 83

4.1.1 目标市场定位 83

4.1.2 主题特色定位 84

4.1.3 商业功能定位 84

4.1.4 商业规模定位 85

4.1.5 运营模式定位 86

4.1.6 商业形象定位 86

4.2 购物中心运营模式分析 87

4.2.1 纯销售模式 87

4.2.2 租售并举模式 87

4.2.3 纯物业经营模式 88

4.2.4 连锁摩尔模式 88

4.3 购物中心的业态组合解析 89

4.3.1 业态规划的基本原则 89

4.3.2 业态组合的比例控制 91

4.3.3 提高娱乐休闲业态的比例 92

4.3.4 各种业态间的客流联系 92

4.4 购物中心的次/主力店规划 93

4.4.1 租户在购物中心的功能角色划分 93

4.4.2 核心租户（主力店）的定义与特征 94

4.4.3 主力店和次主力店的标准 95

4.4.4 次/主力店的选择 96

4.4.5 购物中心主力店和次主力店格局变化 97

4.5 购物中心的布局分析 98

4.5.1 空间布局分布 98

4.5.2 业态布局分析 99

4.6 购物中心的动线设计分析 101

4.6.1 水平动线设计分析 101

4.6.2 垂直动线设计分析 108

4.6.3 购物中心动线设计原则	109
4.7 购物中心的管理方法解析	110
4.7.1 购物中心管理的"四个统一"	110
(1) 统一招商	110
(2) 统一营销	111
(3) 统一服务监督	111
(4) 统一物业管理	111
4.7.2 购物中心管理的十个原则	112
4.8 购物中心的营销方式解析	114
4.8.1 文化营销	114
4.8.2 主题活动营销	118
4.8.3 节日营销	121
4.8.4 明星营销	123
4.8.5 主力店营销	123
4.8.6 场地营销	123
4.8.7 销售促进	124
4.9 购物中心运营的成功案例解析	126
4.9.1 日本故事主题式购物中心	126
4.9.2 美国摩尔购物中心	129
4.9.3 深圳海岸城	131
4.9.4 上海青浦奥特莱斯	133

第五章 中国购物中心竞争格局分析 137

5.1 中国购物中心竞争格局综述	137
5.2 主要外资企业在中国的投资布局	138
5.2.1 新加坡凯德置地	138
(1) 集团简介	138
(2) 企业目前在中国的运营的主要项目分析	138
5.2.2 菲律宾SM集团	144
(1) 集团简介	145
(2) 企业目前在中国的运营的主要项目分析	145
5.2.3 美国西蒙地产	148

(1) 集团简介	148
(2) 企业目前在中国的运营的主要项目分析	148
(3) 企业计划在中国投资的项目分析	155
5.2.4 日本永旺集团	155
(1) 集团简介	155
(2) 企业目前在中国的运营的主要项目分析	156
(3) 企业计划在中国投资的项目分析	159
5.3 中国企业的投资布局分析	159
5.3.1 华润集团	159
(1) 集团简介	159
(2) 企业目前在运营的主要项目分析	160
(3) 企业计划投资的项目分析	164
5.3.2 中信集团	164
(1) 集团简介	164
(2) 企业目前在运营的主要项目分析	165
5.3.3 中粮集团	166
5.3.4 铜锣湾集团	169
5.3.5 万达地产	170
(1) 企业目前在运营的主要项目分析	170
(2) 企业计划投资的项目分析	171
5.3.6 深国投商用置业	171
(1) 企业目前在运营的主要项目分析	171
(2) 企业计划投资的项目分析	171
5.4 购物中心竞争格局演变分析	172
5.4.1 传统百货公司转型或投资购物中心	172
5.4.2 房地产企业投资购物中心	174
5.4.3 购物中心投资热潮转向二三线城市	177
5.4.4 中国购物中心存在过度投资现象	177
5.4.5 中国购物中心同质化严重，招商困难	180

第六章 中国重点区域购物中心的运行态势分析 182

6.1 一线城市购物中心的运行态势分析 182

6.1.1 北京购物中心的运行态势分析 182

(1) 北京购物中心运营环境分析 182

1) 北京经济运行状况分析 182

2) 北京零售业发展状况分析 188

3) 北京的主要商圈分析 189

4) 北京市总体城市规划解读 192

(2) 北京购物中心运营情况分析 194

1) 2010年北京购物中心发展回顾 194

1、2010年北京购物中心总体概况分析 194

2、2010年开业项目分析 195

3、入驻零售品牌分析 198

4、空置率及租金情况分析 198

2) 2012年北京购物中心发展回顾 199

1、开业项目分析 199

2、入住品牌情况 200

3、空置率及租金情况分析 200

3) 2012年北京购物中心发展状况分析 200

1、开业项目分析 200

2、空置率及租金情况 201

4) 北京购物中心发展特点分析 201

(3) 北京购物中心的发展趋势 202

6.1.2 上海购物中心的运行态势分析 203

(1) 上海购物中心运营环境分析 203

1) 上海经济运行状况分析 203

2) 上海零售业发展状况分析 206

3) 上海的主要商圈分析 207

4) 上海市商业网点布局规划解读 210

(2) 上海市购物中心运营情况分析 212

1) "十一五"期间上海购物中心发展概况 212

2) 2012年上海购物中心开业项目分析 213

3) 2012年上海购物中心开业项目分析 214

4) 上海购物中心发展特点分析 217

(3) 上海购物中心的发展趋势	219
6.1.3 深圳购物中心的运行态势分析	221
(1) 深圳购物中心运营环境分析	221
1) 深圳经济运行状况分析	221
2) 深圳零售业发展状况分析	224
3) 深圳的主要商圈分析	226
(2) 深圳购物中心运营情况分析	229
1) 2010年深圳购物中心发展回顾	229
1、开业项目分析	229
2、入驻零售品牌分析	230
2) 2012年深圳购物中心发展回顾	231
3) 2012年深圳购物中心发展状况	231
4) 深圳购物中心发展特点分析	232
(3) 深圳购物中心的发展趋势	233
6.1.4 广州购物中心的运行态势分析	233
(1) 广州购物中心运营环境分析	234
1) 广州经济运行状况分析	234
2) 广州零售业发展状况分析	236
3) 广州的主要商圈分析	236
4) 广州商业网点发展规划	239
(2) 广州购物中心的运营情况分析	240
1) 2010年广州购物中心发展回顾	240
1、2010年新增项目分析	240
2、入驻零售品牌分析	240
2) 2012年广州购物中心发展回顾	242
1、开业项目分析	242
2、入驻零售品牌分析	242
3、空置率及租金情况分析	242
3) 2012年广州购物中心发展状况	243
4) 广州购物中心的发展特点分析	243
(3) 广州购物中心的发展趋势	245
6.2 二线城市购物中心的运行态势分析	247

6.2.1 武汉购物中心的运行态势分析	247
(1) 武汉已有的购物中心项目及其运营现状	247
(2) 武汉在建及筹建的购物中心项目分析	250
(3) 武汉现有商业网点解读	252
6.2.2 重庆购物中心的运行态势分析	254
(1) 重庆已有的购物中心项目及其运营现状	254
(2) 重庆在建及筹建的购物中心项目分析	257
(3) 重庆政府的商业规划及相关政策	258
6.2.3 天津购物中心的运行态势分析	260
(1) 天津已有的购物中心项目及其运营现状	260
(2) 天津在建及筹建的购物中心项目分析	262
(3) 天津政府的商业规划及相关政策	263
6.2.4 青岛购物中心的运行态势分析	264
(1) 青岛已有的购物中心项目及其运营现状	264
(2) 青岛计划在建及筹建的购物中心项目分析	266
(3) 青岛政府的商业规划及相关政策	268
6.2.5 济南购物中心的运行态势分析	269
(1) 济南已有的购物中心项目及其运营现状	269
(2) 济南在建及筹建的购物中心项目分析	270
(3) 济南现有的商业网点解读	270
(4) 济南政府的商业规划及相关政策	272
6.2.6 苏州购物中心的运行态势分析	273
(1) 苏州已有的购物中心项目及其运营现状	273
(2) 苏州在建及筹建的购物中心项目分析	276
(3) 苏州的商业规划及相关政策	276
6.2.7 大连购物中心的运行态势分析	281
(1) 大连已有的购物中心项目及其运营现状	281
(2) 大连计划投资的购物中心项目分析	281
(3) 大连政府的商业规划及相关政策	282
6.3 购物中心在中小城市的投资现状及前景分析	283
6.3.1 购物中心在中小城市的投资现状	283
6.3.2 部分中小城市的商业规划及政府政策	285

- 6.3.3 购物中心下沉存在的阻力 287
- 6.3.4 购物中心在中小城市的投资前景 288

第七章 购物中心投资/运营领先企业分析 291

7.1 购物中心投资/运营上市企业分析 291

7.1.1 华润置地（北京）股份有限公司经营情况分析 291

- （1）企业发展简况分析 291
- （2）主要经济指标分析 294
- （3）企业盈利能力分析 294
- （4）企业运营能力分析 295
- （5）企业偿债能力分析 295
- （6）企业发展能力分析 296
- （7）企业经营业态分析 297
- （8）公司销售网络情况 297
- （9）企业经营状况优劣势分析 297
- （10）企业最新发展动向分析 297

7.2 购物中心投资运营普通企业分析 362

7.2.1 世纪金源集团经营情况分析 362

第八章 购物中心产业发展趋势分析 390

8.1 购物中心运营模式发展趋势 390

- 8.1.1 购物中心去百货化 390
- 8.1.2 购物中心向主题化方向发展 391
- 8.1.3 购物中心向休闲中心方向发展 392

8.2 购物中心布局趋势分析 394

- 8.2.1 从主要商业圈转向次级/新兴商业圈扩散 394
- 8.2.2 逐渐向下级城市扩散 395

8.3 购物中心类型发展趋势分析 396

- 8.3.1 区域型购物中心渐成主流形式 396
- 8.3.2 社区型购物中心正在兴起 396

报告图表摘要

图表1 中国购物中心主题类型的构成	3
图表2 美国购物中心基本分类（单位:平方英尺，英里）	22
图表3 中国购物中心的基本分类	23
图表4 按位置（影响力）分类的购物中心类型	24
图表5 按建筑物形式分类的购物中心类型	25
图表6 按商业主题分类的购物中心类型	25
图表7 国内十大有代表性购物中心的类型及操作策略	26
图表8 2011-2012年全国房地产开发企业土地购置面积增速情况（单位:%）	34
图表9 2012年全国主要城市土地交易情况（单位:元/m ² ，%）	35
图表10 2010-2012年130个城市不同类型土地平均溢价率（单位:%）	35
图表11 2001年以来房地产开发景气指数走势	36
图表12 2011-2012年全国房地产开发投资增速情况（单位:%）	37
图表13 2011-2012年全国商品房销售面积及销售额增速情况（单位:万元/m ² ，亿元，%）	38
图表14 2007-2012年零售行业及其子行业营业收入增长情况（单位:%）	39
图表15 2007-2012年零售行业及其子行业净利润增长情况（单位:%）	39
图表16 2007-2012年零售行业及其子行业综合毛利率情况（单位:%）	40
图表17 2007-2012年零售行业及其子行业销售利润率情况（单位:%）	40
图表18 2009-2012年零售行业上市企业资产负债率（单位:%）	40
图表19 2009-2012年零售行业上市企业资产负债率（单位:%）	41
图表20 1978-2012年中国人均GDP及其增长情况（单位:元，%）	44
图表21 2006-2012年城镇居民人均可支配收入及其增速（单位:元，%）	45
图表22 2006-2012年农村居民人均纯收入及其增速（单位:元，%）	45
图表23 2006-2012年城乡居民人民币储蓄存款余额及其变化（单位:亿元，%）	46
图表24 中国购物中心的发展历史	49
图表25 2012年三大经济圈购物中心数量比例（单位:%）	53
图表26 2012年中国购物中心城市分布数量图（单位:家）	54
图表27 中国三大经济圈所辖城市购物中心普及度（单位:%）	55
图表28 中国购物中心业态构成一般情况（单位:%）	56
图表29 中国购物中心业态比例国际标准与国内统计结果差异表（单位:%）	56
图表30 不同区域的购物中心业态构成对比图（单位:%）	57
图表31 不同区域的购物中心主力店和次主力店所占面积对比图（单位:%）	58
图表32 国内10家购物中心主力店情况表	60

图表33 不同区域购物中心主力店特色表 60

图表34 正大广场业态构成图（单位：%） 61

图表35 正大广场主力店情况表（单位：%） 61

图表36 不同区域购物中心零售业态情况表（单位：%） 62

图表37 不同区域购物中心餐饮业态情况表（单位：%） 63

图表38 不同区域购物中心娱乐业态情况表（单位：%） 64

图表39 不同区域购物中心品牌情况图 64

图表40 国内购物中心业态规划特征图 66

图表41 2012年国内购物中心经营方式情况图（单位：%） 69

图表42 2012年一二三线城市经营方式比例图（单位：%） 69

图表43 一二三线城市租售方式比例图（单位：%） 70

图表44 国内购物中心租售方式情况图（单位：%） 71

图表45 一二三线城市租金收取方式比例图（单位：%） 73

图表46 国内购物中心租金收取方式情况图（单位：%） 73

图表47 京郊部分购物中心项目 78

图表48 租户在购物中心中的功能角色分析 93

图表49 购物中心主力店分布 100

图表50 上海正大广场业态分布 100

图表51 购物中心主题店分布 101

图表52 购物中心动向设计基本模型演化 102

图表53 购物中心动向构成的四种基本模式 102

图表54 深圳深国投广场嘉兴茂购物中心平面图 104

图表55 基于回环度的动线构成规律 104

图表56 深圳万象城和COCOPARK的平面示意图 105

图表57 深圳海岸城平面示意图 105

图表58 深圳益田假日广场平面示意图 106

图表59 深圳万象城的停车场设计 107

图表60 中心城广场和晶岛国际广场 107

图表61 凯德置地在中国开发的来福士项目 138

图表62 上海来福士广场项目概况（单位： m^2 ） 139

图表63 上海来福士广场的各层功能和主题 140

图表64 北京来福士广场的项目介绍（单位： m^2 ） 141

图表65 重庆来福士广场的项目介绍（单位： m^2 ）	142
图表66 杭州来福士广场的项目介绍（单位： m^2 ）	143
图表67 宁波来福士广场的项目介绍（单位： m^2 ）	143
图表68 2006-2012年北京市地区生产总值及增长率（单位：亿元，%）	182
图表69 2012年北京市各产业生产总值情况（单位：亿元，%）	182
图表70 2008-2012年北京市固定资产投资及增长率（单位：亿元，%）	184
图表71 2012年北京市分行业固定资产投资情况（单位：亿元，%）	184
图表72 2012年-2012年北京市居民消费价格涨跌幅（单位：%）	186
图表73 2011-2012年北京市城镇居民可支配收入及增长率（单位：元，%）	187
图表74 2012年北京市社会消费品零售总额及增长率（单位：亿元，%）	188
图表75 2011-2012年北京市社会消费品零售总额月度增长情况（单位：%）	189
图表76 北京市商圈分布图	189
图表77 北京各区域商圈的分布（单位：公顷，%， m^2 ）	191
图表78 2012年北京开业的社区型项目（单位： m^2 ）	194
图表79 2012年北京商业地产空置率季度变化图（单位：%）	198
图表80 2012年北京购物中心首层平均租金季度变化图（单位：元/月/ m^2 ）	199
图表81 2012年北京购物中心供应及租金情况（单位： m^2 ，元/ m^2 /月）	201
图表82 2007-2012年上海市地区生产总值及增长率（单位：亿元，%）	203
图表83 2012年上海市固定资产投资及增长率（分企业性质与产业）（单位：亿元，%）	204
图表84 2012年上海市城市居民人均可支配收入构成及增长情况（单位：元，%）	206
图表85 2012年上海市社会消费品零售总额及其增长速度（单位：亿元，%）	206
图表86 上海商圈分布图	207
图表87 上海市各商圈整体情况	208
图表88 上海市各业态网点面积比例对比（单位：%）	213
图表89 2006-2012年深圳市固定资产投资总额及增长率（单位：亿元，%）	222
图表90 2012年深圳市居民消费价格涨跌幅度	223
图表91 2006-2012年居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）	223
图表92 2006-2012年深圳社会消费品零售总额及增长速度（单位：亿元，%）	224
图表93 2012年深圳分区社会消费品零售总额（单位：亿元，%）	225
图表94 深圳商圈分布图	226
图表95 2012年深圳市购物中心市场数据（单位： m^2 ，元/ m^2 /月）	229
图表96 2012年四季度深圳市主要购物中心租金（单位：元/ m^2 /月）	229

图表97 2012年深圳大型购物中心楼层租金水平（单位： m^2 ，元/ m^2 /月） 231

图表98 2012年广州市城市居民消费价格指数 234

图表99 广州核心商圈分布图 236

图表100 2012年武汉开业的商业项目 248

图表101 武汉菱角万达广场的主力店 249

图表102 2012-2013年武汉即将开业的商业项目 251

图表103 武汉商圈分布图 253

图表104 重庆商圈分布图 258

图表105 济南商圈分布图 271

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/240885.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。