



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国律师事务所市 场需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国律师事务所市场需求及投资前景分析报告》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/282097.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

随着全球经济扑朔迷离的发展态势，中国律师事务所面临外部与内部环境变化带来的前所未有的机遇和挑战。法律服务市场正逐步开放，伴随着外国资本、技术和服务的进入，法律服务业面临着“国内市场国际化，国际竞争国内化”的严峻挑战。与此同时，中国律师行业的属性和定位随着政治、经济、文化的时代需求亦有所变化。在这种形势下，律师事务所要可持续、科学地发展，创新将起到决定性的作用。

自1979年律师业恢复以来，行业规模一直成指数增长。全国律师人数从1979年底的212人发展至2008年15.67万人，再到2010年的1.72万家律师事务所、近20万律师。但在1.72万家律师事务所中，规模超过1000人的律师事务所只有2个，超过100人的有28个，50人到100人的有149个，30人到50人的有471个，这些加在一起是650家。

在所有业务领域中法律顾问是增长最稳定的，应该作为律师事务所服务的基石。其他如非诉业务增长迅猛，激进型的事务所可以选择这类业务重点开拓；而民事业务增长则相对稳定，稳健型的事务所可以选择这类业务重点开拓。刑事业务的需求波动过于巨大，且赢者通吃效应过于明显，实在不适合一般中小事务所涉足。这样，中国律师事务所与国外事务所的差距会加速扩大，因为非诉业务的利润远远高于诉讼业务，国际著名律师事务所都是承接非诉业务较多。

中国律师事务所表现的波动性以及增长瓶颈，主要是因为律师事务所业务选择偏重诉讼、企业组织流于形式、主导能力素质偏低、创新内容又仅限于业务等。因此律师事务所要取得更大的发展，必须提倡科学的人力资源管理、重视软硬件的共同建设、律所资源的合理分配、以及要认识到律师事务所与传统企业的结构差别等。

2016年中国律师事务所十大品牌企业（排序不分先后）

序列	公司名称	基本情况介绍
1	金杜律师事务所	北京金杜律师事务所，十大律师事务所，中国领先的综合性律师事务所，世界律师联盟成员
2	大成律师事务所	北京大成律师事务所，十大律师事务所，国内成立较早、规模较大的综合性律师事务所之一
3	君合	北京君合律师事务所，十大律师事务所，成立于1989年，中国较早设立的合伙制律师事务所之一
4	国浩律师事务所	国浩律师事务所，十大律师事务所，中国较大的跨地域合伙制律师事务所之一
5	中伦律师事务所	北京市中伦律师事务所，十大律师事务所，较早设立的合伙制律师事务所之一
6	锦天城	上海锦天城律师事务所，十大律师事务所，提供全方位法律服务、上海市较大规模的国内综合性合伙制律师事务所。
7	德恒律师事务所	北京德恒律师事务所，原名中国律师事务中心，十大律师事务所，1993年创建
8	盈科律师事务所	盈科律师事务所，十大律师事务所，全球化法律服务机构
9	中银律师	北京市中银律师事务所，十大律师事务所，我国较早从事证券法律业务的律师事务所
10		

广和律师事务所 广东广和律师事务所，十大律师事务所，广东省著名商标，律师运动会优秀奖行业知名品牌

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1章：中国律师事务所行业概述

1.1 律师事务所发展现状分析

1.1.1 律师事务所相关概述

(1) 律师事务所的概念

(2) 律师事务所设立条件分析

(3) 律师事务所业务分类情况

1) 律师事务所诉讼业务

2) 律师事务所非诉讼业务

(4) 律师事务所的组织形式分析

(5) 律师事务所利益分配模式分析

1.1.2 律师事务所数量规模分析

1.1.3 律师事务所从业人员规模

(1) 专职律师规模分析

(2) 兼职律师规模分析

1.1.4 律师事务所收入规模分析

1.1.5 律师事务所发展现状总结

(1) 律师事务所规模现状分析

(2) 律师事务所收入现状分析

(3) 法律服务业合伙制机制现状分析

1.2 中国律师事务所市场环境分析

1.2.1 律师事务所政策环境分析

(1) 律师事务所监管环境

(2) 律师事务所法律法规

(3) 律师事务所部门规章

(4) 律师事务所税收政策解析

1.2.2 律师事务所经济环境分析

(1) 国内GDP增长分析 2008-2015年全国GDP及同比增速

(2) 律师事务所与国民经济相关性分析

1.3 律师事务所发展前景分析预测

1.3.1 律师事务所收入规模前景预测

1.3.2 律师事务所细分业务前景分析

1.4 律师事务所发展趋势分析

1.4.1 律师业务范围专业细分化趋势分析

1.4.2 律师办案模式团队合作化趋势分析

1.4.3 律师事务所管理分工协作化趋势分析

第2章：中国律师事务所深度调研与制度变革分析

2.1 律师事务所收费状况分析

2.1.1 律师事务所收费方式分析

2.1.2 律师事务所收费标准分析

2.1.3 律师事务所收费制度变革前瞻建议

(1) 如何确定一个合理的法定收费标准

(2) 如何确立律师与当事人协商收费机制

(3) 如何完善律师服务计时收费方式

(4) 如何完善计件收费方式

(5) 如何完善按诉讼标的额收费方式

2.2 律师事务所竞争格局分析

2.2.1 不同规模律师事务所竞争

(1) 外资律师事务所竞争分析

(2) 大型律师事务所竞争分析

(3) 中小律师事务所竞争分析

2.2.2 律师事务所区域竞争格局

(1) 律师事务所区域竞争特点

(2) 律师事务所区域分布分析

2.3 律师事务所人力资源分析

2.3.1 律师事务所人才储备分析

2.3.2 律师事务所人才供应分析

2.3.3 律师事务所人才培养前瞻建议

- (1) 如何坚持以人为本的精神
- (2) 如何全面普及职业责任保险
- (3) 如何实现分配制度灵活化

2.3.4 律师事务所律师收入分析

2.4 律师事务所薪酬体系分析

2.4.1 律师事务所薪酬体系现状解析

2.4.2 律师事务所薪酬体系问题诊断

2.4.3 律师事务所薪酬体系设计前瞻建议

- (1) 薪酬体系设计原则分析
- (2) 薪酬体系怎么构成
- (3) 律师事务所不同类别人员的薪酬方案如何设计

1) 律师薪酬方案如何设计

2) 助理人员薪酬方案如何设计

3) 行政管理人员薪酬方案如何设计

2.5 律师事务所组织形式发展分析

2.5.1 合伙制律师事务所发展分析

- (1) 合伙制律师事务所市场现状
- (2) 合伙制律师事务所发展瓶颈
- (3) 合伙制律师事务所发展前景

2.5.2 特殊的普通合伙律师事务所发展分析

- (1) 特殊的普通合伙律师事务所发展特点
 - (2) 特殊的普通合伙律师事务所优势分析
 - (3) 特殊的普通合伙律师事务所缺陷分析
- 1) 合伙人有限责任保护问题
 - 2) 有限责任债务的承担问题
 - 3) 特殊的普通合伙设立条件问题

- (4) 特殊的普通合伙律师事务所发展前景

2.5.3 其他组织形式律师事务所发展分析

- (1) 国办律师事务所发展优劣势分析
- (2) 合作制律师事务所优劣势分析
- (3) 个人律师事务所发展优劣势分析

第3章：中国律师事务所细分业务市场前景分析

3.1 律师事务所诉讼业务市场前景分析

3.1.1 律师事务所诉讼业务案源分析

- (1) 诉讼业务案源：交通事故分析
- (2) 诉讼业务案源：人民检察院相关案件分析
- (3) 诉讼业务案源：人民法院受理相关案件分析
- (4) 诉讼业务案源：劳动争议案件处理分析

3.1.2 律师事务所诉讼业务受理规模分析

- (1) 民事诉讼代理案件受理规模分析
- (2) 刑事诉讼辩护及代理案件规模分析
- (3) 行政诉讼代理案件受理规模分析

3.1.3 律师事务所诉讼业务市场前景分析

- (1) 民事法律服务市场前景分析
- (2) 刑事法律服务市场前景分析
- (3) 行政法律服务市场前景分析
- (4) 劳动法律服务市场前景分析
- (5) 婚姻家庭继承法律服务市场前景分析

3.2 律师事务所重点非诉讼业务市场前景分析

3.2.1 律师事务所非诉讼业务受理规模

- (1) 非诉讼法律事务的受理规模
- (2) 常年法律顾问服务业务规模
- (3) 法律咨询业务经营规模
- (4) 代理法律事务文书业务规模

3.2.2 证券相关业务经营情况分析

- (1) IPO企业融资规模分析
- (2) IPO企业区域分布情况
- (3) 律所IPO业务收入分析
- (4) 律所IPO业务收费标准

(5) 律所IPO业务竞争分析

3.2.3 其他投融资法律服务市场分析

(1) 外商直接投资规模及分布

(2) 企业境外上市项目分析

1) 企业境外规模分析

2) 律师在企业境外上市中的重要性分析

(3) 私募与风险投资项目分析

(4) 上市公司再融资项目分析

(5) 企业破产重整与清算项目

1) 企业破产重组给律师事务所带来了一定的发展

2) 清算与法律业务之间的关系

3.2.4 知识产权法律服务市场前景分析

(1) 专利申请及授权规模分析

(2) 知识产权案件审理规模分析

(3) 知识产权法律服务主要市场分析

1) 上海

2) 广东

(4) 知识产权法律服务业务收入规模

(5) 知识产权法律服务市场前景分析

3.2.5 建筑房地产法律服务市场前景分析

(1) 房地市场景气度分析

(2) 房地市场发展规模

1) 全国房地产投资规模

2) 全国房地产建设规模

3) 全国商品房销售规模

(3) 建筑房地产法律服务业务分布

(4) 建筑房地产案件审理规模

(5) 建筑房地产法律服务市场竞争状况

(6) 建筑房地产法律服务市场前景分析

3.2.6 常年法律顾问服务市场前景分析

3.2.7 公司法律服务市场前景分析

第4章：中国重点省市律师事务所竞争与发展前景分析

4.1 北京市律师事务所竞争与发展前景分析

4.1.1 北京市律师事务所发展政策解析

- (1) 《北京市司法局公司律师试点工作实施办法（试行）》
- (2) 《北京市律师事务所管理办法实施细则》

4.1.2 北京市律师事务所收费标准分析

- (1) 刑事案件收费标准分析
- (2) 民事诉讼案件收费标准分析
- (3) 行政诉讼案件和国家赔偿案件收费标准分析

4.1.3 北京市律师事务所案源分析

4.1.4 北京市律师事务所市场规模

- (1) 律师事务所收入规模分析
- (2) 律师事务所数量及从业人员规模

4.1.5 北京市律师事务所业务竞争格局分析

4.1.6 北京律师事务所发展优劣势分析

4.1.7 北京市律师事务所发展前景分析

4.2 上海市律师事务所竞争与发展前景分析

4.2.1 上海市律师事务所发展政策解析

- (1) 《上海市律师事务所财务会计核算管理办法（试行）》
- (2) 《上海市律师服务收费管理实施办法》

4.2.2 上海市律师事务所收费标准分析

- (1) 计件收费标准分析
- (2) 按标的额比例收费标准分析
- (3) 计时收费标准分析
- (4) 收费说明分析

4.2.3 上海市律师事务所案源分析

4.2.4 上海市律师事务所市场规模

- (1) 律师事务所数量及从业人员规模
- (2) 律师事务所业务收入规模

4.2.5 上海市律师事务所业务竞争格局分析

4.2.6 上海律师事务所发展优劣势分析

4.2.7 上海市律师事务所发展前景分析

4.3 广州市律师事务所竞争与发展前景分析

4.3.1 广州市律师事务所发展政策解析

- (1) 《广州律师服务收费管理办法》
- (2) 《关于加强律师事务所个人所得税征收管理的通知》

4.3.2 广州市律师事务所收费标准分析

- (1) 广州市律师事务所收费标准
- (2) 广州市律师事务所收费说明

4.3.3 广州市律师事务所案源分析

4.3.4 广州市律师事务所市场规模分析

4.3.5 广州市律师事务所业务竞争格局分析

4.3.6 广州律师事务所发展优劣势分析

4.3.7 广州市律师事务所发展前景分析

4.4 深圳市律师事务所竞争与发展前景分析

4.4.1 深圳市律师事务所发展政策解析

- (1) 《深圳经济特区律师条例》
- (2) 《关于发挥律师事务所、会计师事务所及行业协会登记代理作用的办法（试行）》
- (3) 《深圳市实习律师管理办法》

4.4.2 深圳市律师事务所收费标准分析

- (1) 深圳市律师事务所收费标准
- (2) 深圳市律师事务所收费说明

4.4.3 深圳市律师事务所案源分析

4.4.4 深圳市律师事务所市场规模

4.4.5 深圳市律师事务所业务竞争

4.4.6 深圳律师事务所发展优劣势

4.4.7 深圳市律师事务所发展前景

4.5 山东省律师事务所竞争与发展前景分析

4.5.1 山东省律师事务所发展政策

- (1) 《山东省律师服务收费管理实施办法》
- (2) 《投诉律师和律师事务所处理办法（试行）》
- (3) 《关于进一步加强青年律师培养工作的指导意见》
- (4) 《关于加快推进全方位公共法律服务体系建设的意见》
- (5) 《关于进一步保障律师执业权利的若干规定》

4.5.2 山东省律师事务所收费标准

- (1) 代理民事诉讼案件
- (2) 代理行政诉讼案件
- (3) 代理国家赔偿案件
- (4) 办理刑事诉讼案件
- (5) 代理各类诉讼案件的申诉
- (6) 计时收费

4.5.3 山东省律师事务所案源分析

4.5.4 山东省律师事务所市场规模

- (1) 律师事务所收入规模分析
- (2) 律师事务所数量及从业人员规模

4.5.5 山东律师事务所业务竞争

4.5.6 山东律师事务所发展优劣势

4.5.7 山东省律师事务所发展前景

4.6 浙江省律师事务所竞争与发展前景分析

4.6.1 浙江省律师事务所发展政策

- (1) 《浙江省省直律师事务所管理规定》
- (2) 《浙江省律师事务所律师助理管理规定》
- (3) 《关于进一步加强和改进律师工作的实施意见》
- (4) 《浙江省律师诚信档案建设若干规定》

4.6.2 浙江省律师事务所收费标准

4.6.3 浙江省律师事务所案源分析

4.6.4 浙江省律师事务所市场规模

- (1) 律师事务所数量及从业人员规模
- (2) 律师事务所业务收入规模

4.6.5 浙江省律师事务所业务竞争

4.6.6 浙江律师事务所发展优劣势

4.6.7 浙江省律师事务所发展前景

4.7 江苏省律师事务所竞争与发展前景分析

4.7.1 江苏省律师事务所发展政策

- (1) 《江苏省律师事务所诚信等级考核暂行办法》
- (2) 《江苏省律师服务收费管理办法实施细则》

(3) 其他法规

4.7.2 江苏省律师事务所收费标准

(1) 江苏省律师事务具体收费标准

(2) 江苏省律师事务收费规定

4.7.3 江苏省律师事务所案源分析

4.7.4 江苏省律师事务所市场规模

(1) 律师事务所收入规模分析

(2) 律师事务所数量及从业人员规模

4.7.5 江苏省律师事务所业务竞争

4.7.6 江苏律师事务所发展优劣势

4.7.7 江苏省律师事务所发展前景

第5章：中国律师事务所竞争个案经营实力分析

5.1 律师事务所排名情况分析

5.2 国际律师事务所经营管理分析

5.2.1 霍金路伟国际律师事务所经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

5.3 国内律师事务所个案经营状况分析

5.3.1 北京大成律师事务所经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

5.3.2 北京市金杜律师事务所经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

5.3.3 上海市锦天城律师事务所经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

5.3.4 北京德恒律师事务所经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.3.5 北京市君合律师事务所经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.3.6 北京市中银律师事务所经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.3.7 北京市中伦律师事务所经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.3.8 泰和泰律师事务所经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.3.9 国浩律师（北京）事务所经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.3.10 北京市君泽君律师事务所经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

略………..

第6章：中国律师事务所经营成功案例分析与管理建议

6.1 律师事务所经营成功案例分析

6.1.1 上海市翟建律师事务所经营案例

(1) 企业发展状况简述

(2) 企业成功因素分析——人员的合理搭配

6.1.2 上海市建纬律师事务所经营案例

(1) 企业发展状况简述

(2) 企业成功因素分析

6.1.3 上海市方达律师事务所经营案例

(1) 企业发展状况简述

(2) 企业成功因素分析——采取团队合作的模式

6.1.4 浙江腾飞金鹰律师事务所经营案例

(1) 企业发展状况简述

(2) 企业成功因素分析——对业务领域和人才的选取

6.1.5 成功案例对比分析

(1) 专业化不同

(2) 组织方式的不同

6.2 律师事务所发展存在的问题分析

6.2.1 律师事务所业务选择偏重诉讼

6.2.2 律师事务所企业组织流于形式

6.2.3 律师事务所主导能力素质偏弱

6.2.4 律师事务所创新内容限于业务

6.3 律师事务所法律服务营销分析

6.3.1 法律服务营销相关概述

(1) 法律服务营销的特点分析

(2) 法律服务营销现状与趋势

1) 营销现状

2) 营销趋势

(3) 法律服务的客户需求特征

6.3.2 律师事务所法律服务营销策略前瞻建议

(1) 律师事务所定位策略前瞻建议

1) 律师事务所市场定位的决定因素

2) 国内外律师事务所市场定位的成功经验

(2) 律师事务所营销策略前瞻建议

- 1) 如何提升服务质量前瞻建议
- 2) 如何让服务价格与服务组合前瞻建议
- 3) 服务组合如何创新前瞻建议
- 4) 如何提升公共形象前瞻建议
- 5) 如何开展全员营销前瞻建议
- 6) 如何开展网络营销前瞻建议
- (3) 律师事务所营销策略实施方案前瞻建议
- 1) 如何建立业务来源渠道前瞻建议
- 2) 如何通过各种有效途径展示律师事务所综合实力前瞻建议
- 3) 如何瞄准潜在客户前瞻建议
- 4) 如何为客户提供增值法律服务前瞻建议
- 5) 如何保持已有客户前瞻建议
- 6) 如何坚持客户回访前瞻建议
- 7) 如何适时讲话和发言前瞻建议
- 8) 如何参加社会活动前瞻建议
- 9) 如何瞄准有影响的人物前瞻建议

6.4 中小型律师事务所管理前瞻建议

6.4.1 律师事务所组织结构发展方向前瞻建议

- (1) 律师事务所组织架构发展方向如何为公司化运作
- (2) 中小型律所朝公司化组织架构运作前瞻建议

6.4.2 律师事务所决策机制采用前瞻建议

6.4.3 律师事务所人力资源积淀前瞻建议

- (1) 律师事务所人才管理体制缺陷分析
- (2) 律师事务所人才发展前瞻建议

6.4.4 律师事务所利益分配制度前瞻建议

- (1) 资深律师做出一定的利益让步，让资历较浅的律师能够更快更好的发展
- (2) 如何借鉴发达国家的利益分配制度

6.4.5 律师事务所业务质量控制前瞻建议

第7章：中国律师事务所发展路径与互联网+律师事务所发展前景分析(AK WZY)

7.1 国内律师事务所国际化发展分析

7.1.1 律师事务所国际化需求分析

(1) 律师事务所国际化扩张动因——全球经济一体化

(2) 律师事务所国际化扩张动因——法律行业竞争的需要

7.1.2 国内律师事务所海外扩张现状

7.1.3 国内律师事务所国际化策略

(1) 人才的培养

(2) 中外律所合作

7.2 律师事务所规模化发展路径前瞻建议

7.2.1 突破律师事务所组织形式

(1) 律师事务所应朝公司化的组织形式方向发展

(2) 公司化律师事务所的意义

(3) 立法突破和试点建议

7.2.2 政府及相关部门税费扶持

7.2.3 律师事务所文化创建建议

7.2.4 律师事务所规模化方式

7.2.5 律师事务所规范化管理

(1) 建立良好的律师人才机制

(2) 制定并实施高质量服务标准

(3) 制定并实施周密的财务制度

(4) 制订并实施其他相关制度

7.2.6 律师事务所高级管理人才运用建议

(1) 高级管理人才需求分析

(2) 战略顾问人才需求分析

(3) 管理顾问和职业经理人

7.3 律师事务所专业化发展路径前瞻建议

7.3.1 律师业务素质提高建议

(1) 提高能说会写的的能力

1) 能说

2) 会写

(2) 提升合作与交际的能力

(3) 提升时间管理的能力

(4) 改良工作方法

7.3.2 律师执业技能提高建议

(1) 提升业务推广技能

- 1) 采用教导式营销方式
- 2) 建立杠杆关系网
- 3) 借鉴美国"超级明星"律师业务推广秘诀

(2) 提升出庭技能

- 1) 提升庭前准备技能
- 2) 提升庭审技能

7.3.3 律师事务所专业定位与运作

(1) 专业定位

(2) 团队合作

7.4 互联网给律师事务所行业带来的冲击和变革分析

7.4.1 互联网时代律师事务所行业大环境变化分析

7.4.2 互联网给律师事务所行业带来的突破机遇分析

7.4.3 互联网给律师事务所行业带来的挑战分析

7.5 中国互联网+律师事务所行业市场发展现状分析

7.5.1 互联网+律师事务所行业投资布局分析

7.5.2 律师事务所行业信息技术渗透率分析

7.5.3 中国互联网+律师事务所行业竞争格局分析

7.6 中国互联网+律师事务所行业市场发展前景分析

7.6.1 中国互联网+律师事务所行业市场增长动力分析

7.6.2 中国互联网+律师事务所行业市场发展瓶颈分析

7.6.3 中国互联网+律师事务所行业市场发展趋势分析

部分图表目录：

图表1：律师事务所设立条件分析

图表2：律师事务所不同组织形式的差异情况

图表3：律师事务所利益不同分配模式的特点

图表4：2011-2016年中国律师事务所数量情况（单位：万家，%）

图表5：2011-2016年中国律师事务所从业人员数量情况（单位：万人，%）

图表6：2011-2016年中国律师事务所专职律师数量及增长率变化情况（单位：万人，%）

图表7：2011-2016年中国律师事务所兼职律师数量及增长率变化情况（单位：人，%）

图表8：2011-2016年中国律师事务所业务收入情况（单位：亿元）

图表9：2011-2016年中国律师事务所与律所从业人员数量增长率变化（单位：%）

图表10：2011-2016年中国律师事务所各类业务年增长率（单位：%）

图表11：司法局对律师执业活动日常监督管理分析

图表12：中国律师事务所部门规章

图表13：《关于律师事务所从业人员有关个人所得税问题的公告》的相关内容

图表14：2011-2016年Q1中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表15：2011-2016年中国GDP增长率与律师事务所业务增长率走势图（单位：%）

图表16：2017-2022年律师事务所业务规模预测情况（单位：亿元）

图表17：国际律师事务所的优势

图表18：北京市金杜律师事务所的优势

图表19：律师事务所的区域竞争特点

图表20：2016年全国律师事务所区域分布情况（单位：%）

图表21：2016年全国高校法学专业人才培养情况（单位：人）

图表22：律师责任保险赔偿内容

图表23：律师事务所各级人员薪酬结构

图表24：律师事务所薪酬体系设计原则内容

图表25：律师事务所薪酬体系简介

图表26：2016年全国律师事务所组织形式构成情况（单位：%）

图表27：合伙制律师事务所的特点

图表28：合伙制律师事务所问题点汇总

图表29：特殊的普通合伙律师事务所的特点

图表30：国办律师事务所优劣势分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282097.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。