艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国别墅市场分析及投资策略研究报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2017-2022年中国别墅市场分析及投资策略研究报告》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/283604.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

别墅，改善型住宅，在郊区或风景区建造的供休养用的园林住宅。是居宅之外用来享受生活的居所，是第二居所而非第一居所。现在普遍认识是，除"居住"这个住宅的基本功能以外，更主要体现生活品质及享用特点的高级住所，现代词义中为独立的庄园式居所，都是独立成栋的。

即别野，是居宅之外用来享受生活的居所，是第二居所而非第一居所。追溯其起源，并没有一个明确的时间起始点，我国古代也很早就出现了别墅，大的有帝王的行宫，将相的府邸，小的有富商巨贾地主乡绅的山庄、庄园。别墅在国外的出现已经有很长的历史，现代意义上的别墅主要是师承国外工业革命后的开发理念。按其所处的地理位置和功能的不同，又分为：山地别墅（包括森林别墅）、临水（江、湖、海）别墅、牧场（草原）别墅、庄园式别墅等。

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。

报告目录:

第一章 别墅的相关概述25
第一节 别墅基础阐述25
一、别墅的起源25
二、别墅设计27
三、五种主流别墅点评33
四、新派别墅诠释33
第二节 别墅的分类34
一、联排别墅34
二、空中别墅35
三、叠拼别墅37
四、双拼别墅37
五、独栋别墅38
第三节 别墅的建筑风格38
一、中式风格别墅38
二、美式风格别墅39

三、欧式风格别墅41
四、法式风格别墅41
第四节 影响别墅品质的因素42
第二章 2014-2016年中国别墅产业运行环境解析44
第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析44
一、2016年中国GDP增长情况分析44
二、2016年工业经济发展形势分析46
三、2016年全社会固定资产投资分析52
四、2016年社会消费品零售总额分析60
五、2016年城乡居民收入与消费分析65
六、2016年对外贸易的发展形势分析68
第二节 中国房地产行业的整体概况69
一、房地产业在国民经济结构中的地位分析69
（一）房地产业是拉动内需的强劲动力69
（二）房地产业带动相关行业的发展70
二、2016年中国房地产行业主要经济指标71
（一）中国房地产开发景气指数71
（二）中国房地产开发投资情况72
（三）中国房地产开发资金来源72
（四）中国房地产商品房建筑面积76
（五）中国房地产商品房销售情况76
三、2016年中国房地产市场供给情况分析77
（一）2014年房地产市场供给结构分析77
（二）2015年房地产市场供给结构分析78
（三）2016年房地产市场供给结构分析79
四、2016年中国房地产市场需求情况分析80
（一）2013年中国房地产市场需求情况80
（二）2016年商品房销售面积和销售额情况80
（三）2016年商品房销售面积与销售额情况81
第三节 中国住宅市场发展现状总体概述82
一、2016年中国住宅市场发展情况分析82
（一）住宅用地溢价率创历史低位82

（二）中国城镇住房市场供需现状83
（三）重点城市土地出让金缩水近半85
（四）标杆房企抄底布局二、三线城市86
二、2016年第三季度各城市住宅成交量情况87
三、中国城市住宅郊区化的问题及对策分析88
（一）中国住宅郊区化及其发展趋势88
（二）住宅郊区化进程中存在的问题88
（三）空间对策--构建大城市居住圈90
第三章 2014-2016年中国别墅市场运行态势分析96
第一节 中国别墅市场的发展综述96
一、中国别墅市场的发展历程96
二、别墅的南北方差异的体现98
三、中国别墅市场的发展特点99
四、中国别墅市场逐渐走向成熟与理性100
五、中国别墅市场中部力量崛起101
六、中国别墅市场日益凸现中国元素102
第二节 2014-2016年中国别墅市场运行总况107
一、中国别墅群分布情况107
二、中国别墅市场即将迎来质的飞跃108
三、2014-2016年中国别墅市场需求旺盛109
第三节 2014-2016年中国别墅市场的变化特征分析109
一、产品走向多样化109
二、功能走向多样化110
三、地理区域不断扩张竞争格局形成110
四、消费群体发生异化110
第四节 2014-2016年中国别墅市场的需求特征分析111
一、别墅认知分析111
二、调查对象背景情况分析112
三、需求特征小结116
第五节 2014-2016年中国别墅市场存在的问题及对策解读117
一、中国别墅市场存在的主要问题117
二、中国别墅市场发展冷热不均117

三、文化致胜是中国别墅的发展方向120
第四章 2014-2016年北京别墅市场运行格局分析122
第一节 2016年北京市房地产市场发展分析122
一、2016年北京市房地产投资开发情况122
二、2016年北京市房地产土地市场情况122
三、2016年北京市房地产建设销售情况123
四、2016年北京市房地产市场运行情况123
第二节 2014-2016年北京别墅市场的发展综述124
一、北京别墅市场迎来千万级别墅时代124
二、北京别墅市场发展呈现新特点126
三、北京别墅产品发展逐渐独具特色128
四、中轴别墅区领跑北京别墅市场发展131
第三节 2014-2016年北京别墅市场运行情况分析131
一、整体供求分析131
二、别墅市场需求分析132
三、别墅市场价格分析134
四、别墅成交区域分布情况134
第四节 2014-2016年北京别墅市场发展动态分析136
一、2016年北京别墅豪宅价格或维稳136
二、北京市西山别墅群设计规划项目139
第五章 2014-2016年上海别墅市场运营现状分析140
第一节 2014-2016年上海房地产市场发展分析140
一、2016年上海市房地产投资开发情况140
二、2016年上海市房地产土地市场情况140
三、2016年上海市房地产建设供给情况141
四、2016年上海市房地产销售需求情况141
五、2016年上海市房地产价格走势情况141
六、2016年上海市房地产市场运行分析142
第二节 2014-2016年上海别墅市场的发展综述143
一、上海别墅市场发展历史143
二、上海浦东别墅供应量居首位148
三、上海别墅市场呈现小户型发展趋势149

四、上海别墅市场呈现两极分化现象149
第三节 2014-2016年上海别墅市场区域发展概况152
一、闵行152
二、松江152
三、青浦153
四、浦东154
五、南汇154
六、城市中心区154
第四节 2014-2016年上海别墅市场的发展情况分析156
一、上海别墅市场整体供求分析156
二、上海别墅市场供求价格分析156
三、上海别墅成交区域分布情况157
四、上海别墅市场回暖情况调查158
五、上海市别墅市场逐渐规范化158
第五节 2014-2016年上海别墅市场运营动态分析159
一、上海中高端别墅加快入市159
二、上海推首个绿色智能别墅160
三、上海高端别墅市场需求特征160
第六节 2017-2022年上海别墅市场发展趋势分析162
一、全球一体化的渗透影响162
二、国内经济的推波助澜166
三、持续调控的逆向效应168
四、独立别墅凸现投资价值169
五、"小独栋"仍将持续走俏170
六、联体别墅将会较快发展171
第六章 2014-2016年广州别墅市场发展形势分析172
第一节 2016年广州市房地产市场发展分析172
一、2016年广州市房地产调控政策分析172
二、2016年广州市土地市场供求分析172
三、2016年广州市房地产投资开发情况173
四、2016年广州市房地产建设销售情况173
五、2016年广州市商品住宅市场分析173

六、2016年广州市保障房建设力度加大174
第二节 2014-2016年广州别墅市场的发展综述174
一、广州市别墅的区域分布情况174
二、广州市别墅市场供需情况分析175
三、广州别墅具有产品及价格竞争优势177
四、广州别墅设计的发展变化及特点179
五、广州别墅市场与上海比较分析180
第三节 2014-2016年广州别墅市场的发展184
一、广州别墅逐渐走向城市之郊184
二、广州碧桂园凤凰城推崇"3+1"理念185
三、2016年广州别墅市场价格特征186
四、2014-2016年广州别墅市场成交情况186
第四节 2014-2016年广州别墅市场消费需求特点调查研究186
一、广州别墅市场需求特征总体分析186
二、广州实用小户型别墅具有较强市场吸引力188
三、华南板块大盘别墅优势突显188
四、专业知名物业管理公司更受业主青睐190
五、广州别墅市场仍有较大的上升空间194
第五节 2014-2016年广州别墅市场发展的问题分析195
一、广州别墅市场发展的瓶颈195
二、广州别墅开发存在的误区195
三、广州别墅市场日渐平民消费197
四、广州别墅缺乏文化内涵与品位199
第六节 2017-2022年广州别墅市场发展前景预测200
一、广州别墅未来装修的发展趋势200
二、广州别墅设计的流行趋势分析201
三、广州别墅设计未来发展趋势202
第七章 2014-2016年深圳别墅市场运营现状分析203
第一节 2016年深圳市房地产市场发展分析203
一、2016年深圳市房地产市场运行情203
二、2016年深圳房地产市场表现分析203
（一）一级市场城市改造及土地成交203

（二）二级市场商品房成交分区情况203
（三）三级市场商品房成交分区情况204
三、2016年深圳房地产土地市场分析204
四、2016年深圳市新房市场供需分析205
五、2016年深圳二手房市场供需分析206
六、2016年深圳房地产写字楼市场分析207
七、2016年深圳市房地产市场展望分析209
第二节 2014-2016年深圳别墅市场的发展综述210
一、深圳别墅市场的发展历程210
二、深圳别墅市场区域发展分析213
三、深圳别墅市场产品发展分析215
四、深圳市别墅市场客户分析215
五、深圳别墅的建筑风格分析216
第三节 2014-2016年9月深圳别墅市场的发展动态分析216
一、2014-2016年9月深圳别墅市场销售情况216
二、2016年深圳观澜将迎22万平别墅217
三、2016年深圳别墅供应井喷，销售压力骤增218
四、2016年深圳别墅市场三大特征220
第四节 2014-2016年深圳联排别墅的发展情况分析221
一、联排别墅（Townhouse）概述221
二、深圳联排别墅的发展分析229
三、深圳联排别墅项目特性剖析229
四、深圳联排别墅发展趋势232
第五节 2017-2022年深圳别墅市场的未来趋势分析233
一、深圳别墅市场的发展趋势233
二、未来深圳别墅发展的主要区域235
三、低密度综合型经济别墅将是未来主流236
第八章 2014-2016年天津别墅市场运行形势分析238
第一节 天津市房地产市场发展分析238
一、2015年天津房地产土地市场分析238
二、2016年天津房地产土地市场分析239
三、2016年天津房地产市场运行分析239

四、2016年天津房地产地方政策分析240
五、2016年天津房地产开发投资规划242
第二节 2014-2016年天津别墅市场发展综述243
一、天津别墅市场的发展沿革243
二、天津别墅市场的区域特征244
三、别墅产品向国际化方向靠拢246
四、天津别墅市场的价位概况246
五、天津别墅发展逐步走向成熟247
第三节 2014-2016年天津别墅市场的发展状况分析248
一、经济型别墅定位精准卖点多248
二、近郊生态别墅板块受追捧248
三、天津市津南别墅异军突起249
四、2014-2016年天津别墅市场综述250
第四节 2017-2022年天津别墅市场未来发展前景展望253
一、新板块竞争力不容小视253
二、新项目从市区向城市外围扩散253
三、新增供应将逐年减少254
四、产品价格稳定增长254
五、产品多元化发展254
第九章 2014-2016年重庆别墅市场运营情况分析255
第一节 重庆市房地产市场发展分析255
一、2013年重庆房地产土地市场分析255
二、2016年重庆房地产土地市场分析256
三、2016年重庆房地产市场运行分析256
四、2016年重庆房地产地方政策分析260
五、2016年重庆房地产市场前景展望262
第二节 2014-2016年重庆别墅市场的发展综述263
一、重庆市别墅市场发展沿革分析263
二、重庆别墅市场的发展特点分析265
三、重庆别墅市场成交低迷亮点多266
四、重庆别墅市场仍有有进化空间267
五、政策红利少使降价快跑几率大267

第三节 2014-2016年重庆别墅市场供需形势分析268
一、重庆别墅市场现有供应268
二、重庆别墅市场潜在供应271
三、影响别墅供应因素的分析272
四、重庆别墅市场需求概况273
五、北碚别墅供应跃居第一274
第四节 2014-2016年重庆别墅市场竞争格局分析274
一、供应量情况274
二、市场需求量275
三、区域竞争分析275
四、北部新区别墅市场276
五、别墅两极分化严重282
第五节 2017-2022年重庆别墅市场的发展前景分析283
一、重庆别墅的总体发展方向283
二、重庆别墅的区位发展方向284
三、重庆别墅的产品发展方向284
第十章 2014-2016年长沙别墅市场运作情况分析286
第一节 2014-2016年长沙房地产市场概述286
一、2016年长沙房地产市场概述286
二、2016年长沙土地市场情况286
三、2016年长沙商品房住宅情况287
四、2016年长沙二手房市场情况289
五、2016年长沙住房供需市场分析289
六、2016年长沙房地产发展趋势分析290
第二节 2014-2016年长沙别墅市场的发展综述294
一、长沙别墅竞争市场现状294
二、长沙别墅产品市场现状296
三、长沙别墅客户市场现状298
四、长沙别墅价格市场现状300
第三节 2014-2016年长沙别墅市场发展动态分析301
一、长沙别墅成交价分析301
二、土地新政演变长沙别墅市场301

三、2014-2016年长沙别墅高端产品波动情况302
四、2014-2016年的长沙别墅市场风生水起304
第四节 2017-2022年长沙别墅市场未来趋势展望305
一、未来长沙别墅分布格局仍将持续现状305
二、长沙别墅市场呈现多元化发展趋势308
三、长沙别墅市场分类型别墅发展趋势309
四、长沙别墅产品价格将进一步提升312
第十一章 2014-2016年中国其他城市别墅市场运行现状314
第一节 海南314
一、2014-2016年海南房地产市场概述314
（一）海南房地产市场发展概述314
（二）海南房地产开发投资分析314
（三）海南房地产市场供需情况315
（四）海南省房地产市场成交量316
（五）海南房地产市场秩序良好317
（六）海南旅游地产发展潜力分析318
二、2014-2016年海南别墅市场发展综述320
（一）海南省别墅市场发展概况320
（二）2014-2016年海口别墅市场分析320
（三）2014-2016年三亚别墅市场分析322
（四）海南别墅三大板块升值潜力巨大323
（五）海南省别墅市场现阶段破局之道326
第二节 成都327
一、2016年成都房地产市场概述327
（一）2016年成都市房地产土地市场分析327
（二）2016年成都市房地产市场供需分析328
（三）2016年成都市房地产市场运行分析329
（四）2016年成都市房地产土地市场分析331
（五）2016年成都市房地产市场供需分析331
（六）2016年成都市房地产市场运行分析332
二、2016年成都别墅市场发展综述338
（一）2016年成都别墅市场发展概况338

（二）2016年成都别墅新增供给情况338
（三）2016年成都别墅销售情况分析338
（四）2016年成都市别墅供销比情况339
（五）2016年成都市别墅存量情况分析339
（六）2016年成都别墅市场销售排行榜340
第三节 南京341
一、南京别墅市场多元化发展341
二、南京市别墅风格渐趋丰富343
三、南京市别墅市场调查分析347
四、2016年南京别墅市场发展动态349
五、2016年南京别墅市场发展分析350
六、2016年南京别墅市场小幅回暖352
第四节 武汉354
一、武汉别墅市场的区域分布354
二、武汉别墅产品市场现状分析354
三、武汉别墅市场价格及产品情况355
四、2014-2016年武汉频现低价别墅356
第五节 青岛357
一、青岛别墅发展的历史沿革357
二、青岛别墅的区域分布359
三、青岛别墅市场的发展动态360
四、青岛老城别墅成二手市场新宠364
五、青岛老别墅的发展概况366
六、青岛南区旧城改造与老别墅区域保护及规划分析367
第六节 西安370
一、西安别墅市场的多元化发展370
二、西安别墅开发迈入第四代374
三、西安高端别墅区域板块划分376
四、2016年西安别墅市场概况378
五、2016年西安别墅市场面临问题380
第十二章 2014-2016年中国别墅市场营销情况分析381
第一节 2014-2016年中国房地产营销概况381

一、降价、促销、快速回款将成主要基调381
二、"综合品质"将成购房者主要考虑因素381
三、"品牌信任"成为决定购买行为第一要素382
四、中国未来房地产网络营销的方向及趋势382
第二节 2014-2016年中国别墅市场营销方式分析388
一、有效的媒体组合388
二、舆论引导389
三、联手营销389
四、网络宣传389
五、体验营销389
六、定制式营销389
第三节 2014-2016年中国别墅的开发模式研究390
一、别墅项目开发前期战略分析390
二、别墅开发的核心要素390
三、别墅项目致胜的五大支柱391
四、别墅项目成功开发运作实例394
第四节 2014-2016年中国别墅市场常用定价策略分析399
一、成本定价策略399
二、竞争导向定价策略403
三、价值定价策略407
四、动态灵活定价策略412
第五节 2014-2016年中国房地产行业的营销策略探讨412
一、房地产企业绿色营销策略分析412
二、房地产市场营销价格策略分析416
三、房地产企业网络营销的策略选择417
四、新形势下房地产的服务式营销420
五、房地产低成本营销策略分析422
六、房地产项目的小众营销模式分析427
第十三章 2014-2016年中国别墅市场房地产市场融资分析431
第一节 2014-2016年中国房地产行业的融资概况431
一、中国房地产融资渠道现状分析431
二、中国房地产融资的模式分析434

三、信托创新房地产直接融资模式439
四、宏观调控政策转折下的房地产融资442
第二节 2014-2016年中国房地产上市企业资本市场融资方式比较444
一、资本市场融资方式比较444
二、资本市场融资结构分析446
三、比较之后得出的重要结论448
第三节 2014-2016年中国房地产融资存在的问题及对策449
一、中国房地产企业融资存在的问题449
二、中国房地产信托存在的主要问题452
三、中国房地产企业融资对策分析454
四、发展我国房地产融资渠道的对策与建议455
第四节 2014-2016年中国房地产企业提升融资能力的对策建议458
一、提高房地产企业内源融资能力458
二、提高房地产企业权益融资能力459
三、提高房地产企业合作融资能力460
四、提高房地产企业负债融资能力461
第十四章 2014-2016年中国别墅市场政策法规背景分析463
第一节 2014-2016年中国房地产市场宏观调控分析463
一、中国房地产业宏观调控的背景463
二、中国房地产业宏观调控政策的特点及成效回顾463
三、中国房地产市场宏观调控再度走到十字路口466
四、中国房地产宏观调控存在的问题及建议469
第二节 土地、货币、税收政策与中国房地产市场475
一、土地政策对房地产市场发展的影响475
二、土地供给政策对房地产市场影响分析482
三、当前货币政策下房地产市场发展485
四、中国房地产税收政策的变革分析487
第三节 近年来中国房地产行业政策综述490
一、2013年中国房地产行业相关政策490
二、2014年中国房地产行业相关政策493
三、2015年中国房地产行业相关政策496
四、2016年中国房地产行业相关政策497

五、2014-2016年房地产市场相关政策500
第四节 中国别墅市场发展的政策背景506
一、中国涉及别墅调控的相关政策506
二、影响别墅市场发展的政策概述508
三、中国别墅在宏观调控中的市场走向509
第五节 中国房地产行业相关法律法规介绍510
一、中华人民共和国土地管理法510
二、中华人民共和国城市房地产管理法527
三、招标拍卖挂牌出让国有建设用地使用权规定538
四、房地产开发经营业务企业所得税处理办法544
五、中华人民共和国物权法555
六、中华人民共和国建筑法587
七、物业管理条例600
第十五章 2017-2022年中国别墅市场投资潜力研究613
第一节 2014-2016年中国别墅市场投资概况613
一、别墅市场初次置业者明显增加613
二、中央别墅区项目吸引高端投资客614
三、微别墅改变别墅市场格局615
四、别墅类用地审批受严格控制615
五、调控下高端豪宅遇冷未来或翻身616
第二节 2017-2022年中国别墅市场投资机遇分析618
一、别墅投资价值越来越大618
二、高尔夫别墅升值空间大619
三、经济型别墅成投资新宠621
第三节 2017-2022年中国别墅市场投资风险及建议622
一、投资别墅的市场风险622
二、别墅投资价值的衡量622
三、投资别墅的不同策略分析627
四、别墅投资资源理论的原则627
五、高尔夫别墅投资建议629
第十六章 2017-2022年中国别墅市场发展趋势分析630
第一节 2017-2022年中国房地产行业的发展前景预测630

一、"十三五"时期房地产业发展规划630
二、2016年房地产市场发展趋势分析633
三、未来几年中国房地产市场趋势预测636
四、中国房地产企业发展趋势及方向分析646
第二节 2017-2022年中国别墅市场的发展趋势展望655
一、中国别墅市场潜在需求分析655
二、未来中国别墅设计的发展方向655
三、顶级别墅将成别墅市场发展方向659
四、中国别墅市场格局将更趋于细分660
五、别墅个性化时代定制模式发展趋势662
第三节 2017-2022年中国别墅产品的发展趋势前瞻 508665
一、"平民别墅"前途一片大好665
二、生态别墅将成为别墅市场主流666
三、引入四合院精神的别墅668
四、"小独栋"别墅668
五、节能型木结构别墅669(AK LT)
部分图表目录:
图表 1 2016年GDP初步核算数据44
图表 2 2011-2016年GDP环比增长速度44
图表 3 2016年GDP初步核算数据45
图表 4 GDP环比和同比增长速度45
图表 5 2017-2022年中国各月累计主营业务收入与利润总额同比增速47
图表 6 2017-2022年中国各月累计主营业务收入与主营活动利润同比增速47
图表 7 2017-2022年中国各月累计每百元主营业务收入中的成本与利润率48
图表 8 2016年分经济类型主营业务收入与主营活动利润同比增色49
图表 9 2016年规模以上工业企业主要财务指标49
图表 10 2006-2016年我国全社会固定资产及其增长率情况52
图表 11 2013年12月-2016年9月我国固定资产投资（不含农户）同比增速53
图表 12 2013年12月-2016年9月固定资产投资到位资金同比增速54
图表 13 2016年固定资产投资（不含农户）主要数据55
图表 14 2015年-2016年9月我国固定资产投资（不含农户）同比增速58
图表 15 2016年1-9月份固定资产投资（不含农户）主要数据58

图表16 2006-2016年我国社会消费品零售总额及其增长速度60
图表 17 2017-2022年社会消费品零售总额分月同比增长速度61
图表 18 2016年1-9月份社会消费品零售总额主要数据62
图表 19 2014-2016年9月社会消费品零售总额分月同比增长速度63
图表 20 2016年9月份社会消费品零售总额主要数据64
图表 21 2006-2016年我国农村居民人均纯收入及其增长速度66
图表 22 2006-2016年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度66
图表 23 2014-2016年全国房地产开发投资增速72
图表 24 2015年6月-2016年9月累计全国房地产开发投资资金来源表72
图表 25 2014-2016年全国房地产开发去哦耶徒弟购置面积增速76
图表 26 2014-2016年全国商品房销售面积及销售额增速77
图表 27 2016年各城市商品住宅供应面积（单位：万平方米）79
图表 28 2002-2016年商品房销售面积及增长情况80
图表 29 2017-2022年全国商品房销售面积及销售额增速81
图表 30 30个典型城市商品住宅成交量季度走势87
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.icandata.com/view/283604.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。