



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006年广州房地产行业市场分析 及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2006年广州房地产行业市场分析及发展趋势研究报告》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/45994.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

### 【 描述 】

#### 内容简介

广州的房地产行业一直是走在改革开放的最前沿，近年来广州经济的高速发展反映出来广州居民整体进入较富裕的小康生活水平，与之相呼应的是广州居民对居住的需求也在不断增长，广州房地产市场将面临持续的发展。一直以来，广州楼市的发展都可以用"拓展型"来形容，其迈出的步伐并不是很大。然而，"十一五"规划打破了这一现状，在城市规划、城市建设等方面提出了许多建设性的建议。

2006年广州楼市的热点还是住宅，估计上半年老八区的住宅供应量在150万-200万平方米之间，全年为500万平方米左右。总体供求情况将持续去年的求大于供。而上半年可能由于入市货量少，楼价上升幅度相对较高；下半年供应量加大，升幅将降缓，预计全年价格涨幅有可能突破两位数，即10%以上，而商品住宅的价格涨幅大约9%-11%。2006年比较值得关注的是四大板块：珠江新城、天河北板块写字楼、住宅物业；琶洲商铺及写字楼物业；番禺区华南板块住宅物业；白云区城郊板块住宅物业。2005年住宅价格涨幅的区域依次为天河区、海珠区、番禺区。预计2006年住宅价格涨跌，主要看天河区、海珠区、番禺区的价格表现。

基于2006年市场供求关系逐步趋于平衡，预计2006年的楼价仍会保持增长态势，但增幅不大，总体维持在5%-8%的增长水平；稳中有升仍将是2006年广州楼价的主旋律。预计2006年的广州楼市将向"扩张型"转变，而且广州房地产行业将面临着前所未有的机遇与挑战。因此，广州房地产行业何去何从成为我国房地产行业中的一个焦点。在2006年我国要面对2通货紧缩的可能和生产过剩所带来的影响，所以在"十一五"规划的起始年的经济运行中，扩大消费需求，已经变成经济运行中至关重要的决策点，那么广州房地产业应该如何适应形式的发展？怎样达到供需平衡？2006年广州房地产业处于什么状况，与其他城市房地产业有什么异同点？该采取怎样的经营策略呢？

本研究咨询报告依据国家统计局、广州市统计局、深圳市统计局、广州房屋置换中心、全国商业信息中心、中国房地产业协会、国民经济景气监测中心、《广州房地产年鉴》、国内外相关报纸杂志的基础信息，结合深入的市场调查资料，以独特精辟的视角，集思广益的对广州房地2产行业的需求状况、相关产业的发展情况、竞争格局、居民消费水平等进行了

深入分析，并重点分析了广州市各片区域市场的房地产销售状况，以及面对WTO时代，广州房地产行业将面临的冲击以及企业的应对策略，并在这一基础之上，对2006年全国和广州房地产市场的发展前景、趋势做出推测并提出了可操作性创新建议。报告涵盖了广州房地产行业的房产开发、销售状况、行业盈利模式、房地产需求规模、行业竞争态势以及发展趋势等重要板块的内容，并对广州房地产相关政策进行了介绍和政策趋向研判。

## 【 目录 】

### 第一部分 行业发展现状分析

#### 第一章 我国房地产开发状况分析 1

##### 第一节 我国房地产概况及特点 1

###### 一、市场概况 1

###### 二、发展特点 4

##### 第二节 全国土地资源的供给状况 9

###### 一、土地市场环境 9

###### 二、我国土地市场存在问题 10

###### 三、土地市场环境变化对房地产业的影响 11

##### 第三节 我国房地产业投资状况分析 12

###### 一、写字楼投资分析 12

###### 二、楼价高位运行投资风险显现 13

##### 第四节 我国房地产业市场供给结构分析 14

###### 一、房地产业市场供给结构分析 14

###### 二、住宅供给的制约因素 17

##### 第五节 我国房地产价格分析 22

###### 一、房屋销售价格涨幅趋平稳 22

###### 二、我国城市地位演变与房地产价格走势 23

###### 三、人民币汇率对我国房地产市场价格的影响 27

##### 第六节 现阶段房地产业发展存在问题 27

###### 一、土地供应增幅过大 27

###### 二、结构失衡是房地产市场的根本矛盾 28

###### 三、房地产业对金融依赖程度较高 29

四、局部泡沫蔓延 29

五、产生问题的原因分析 32

第七节 中国房地产行业展望 33

一、房价将持续上涨 33

二、融资多元化 34

三、二手房市场持续升温 35

第二章 我国房地产行业经济指标分析 37

第一节 房地产行业内涵分析 37

一、房地产业的含义 37

二、房地产的分类 38

第二节 房地产行业的基本特性 39

一、土地的特性 39

二、房地产业的基本特性 41

第三节 房地产行业的投资特性分析 43

一、中国房地产业正步入"火山喷发期" 43

二、中国房地产业进入"均利"时代 43

三、我国房地产业的投资风险分析 45

第三章 广东房地产业发展状况分析 46

第一节 广州房地产市场发展分析 46

一、2006年土地市场计划 48

二、广州社区商铺投资 49

三、当前广州市房地产业存在的问题及解决措施 52

第二节 广州市房地产细分市场分析 53

一、广州市房地产细分市场 53

二、2006年广州市房价分析 61

三、建立各个细分市场的轮廓 64

四、各细分市场吸引力评估标准的确立 66

五、选择目标市场 67

六、为细分市场选择定位策略 69

## 第四章 广州房地产开发业发展概况 70

### 第一节 广州房地产业发展概况 70

#### 一、市场总体形势分析 70

#### 二、土地市场分析 72

#### 三、商品房市场分析 76

### 第二节 广州房地产开发投资热点板块 81

#### 一、员村 81

#### 二、金沙洲 82

#### 三、白云大道 84

#### 四、琶洲 85

#### 五、珠江新城 87

### 第三节 重点城市房地产开发及地产文化比较 88

### 第四节 广州房地产市场的特点 90

#### 一、市场的四个"背离" 90

#### 二、广州楼价发展预测 92

#### 三、广州房地产市场发展面临的问题 96

### 第五节 广州房地产市场存在问题分析 98

#### 一、房地产市场发展存在问题 98

#### 二、问题的成因及潜在风险 100

### 第六节 2006年广州房地产市场展望 104

#### 一、2006年营销策略 105

#### 二、2006年市场供应量 105

#### 三、2006年市场购买力 108

## 第二部分 广州房地产市场分析

## 第五章 房地产市场需求分析 111

### 第一节 商品房空置状况 111

### 第二节 广州房地产价格分析 113

#### 一、2005年房价概况 113

#### 二、写字楼价格分析 118

#### 三、商铺价格分析 120

### 第三节 居民住房需求分析 123

- 一、居民住房水平分析 123
- 二、居民需求户型分析 127
- 三、居民需求新变化 131
- 第四节 广州青年购房一族需求分析 132
- 第五节 京、沪、穗三地房地产市场需求比较 135
- 第六节 广州房地产市场需求预测 141
  - 一、需求预测 141
  - 二、新开发楼盘规模将缩小 142
  - 三、广佛都市圈概念的影响进一步显现 142
  - 四、公寓成为市场新热点 143
  - 五、珠江新城将迎来新的发展高潮 143
  - 六、热点板块预测 144
  
- 第六章 各主要类型物业发展状况 145
  - 第一节 广州住宅产业现状分析 145
    - 一、住宅业发展概况 145
    - 二、住宅价格分析 147
    - 三、未来两年小户型住宅分析 151
  - 第二节 2006年广州典型区域住宅价格分析 153
  - 第三节 广州住宅建筑风格的现状及发展趋势 156
    - 一、广州住宅建筑风格的现状 156
    - 二、广州住宅建筑风格走势预测 159
  - 第四节 广州写字楼市场发展状况 160
    - 一、广州写字楼市场发展状况 162
    - 二、2005年广州写字楼成交分析 164
    - 三、粤、京、沪三地写字楼市场比较分析 167
    - 四、广州写字楼市场发展特点分析 169
  - 第五节 广州商铺市场发展状况 174
    - 一、租售市场四面开花 174
    - 二、商铺租值仍有上升空间 175
  - 第六节 广州二手房市场发展状况 176
    - 一、2006年广州二手房价格指数分析 176

二、广州楼市二手房走势 187

三、2006年展望 188

第七章 广州房地产片区市场分析 189

第一节 天河片区房地产市场分析 189

一、单价分类 189

二、租赁市场分析 190

三、天河区区域市场总体特征 191

四、天河区各板块客户群和区域优劣势分析 193

第二节 番禺片区房地产市场分析 196

一、2006年房产概况 196

二、成交量 197

三、番禺商圈住宅 198

四、番禺二手房市场 199

第三节 白云区房地产市场分析 201

一、白云大道板块二手新机 201

二、白云新楼市 202

三、白云周边市场 203

四、白云区住宅市场指标分析 203

五、主要板块客户及区域优劣势分析 208

第四节 海珠片区房地产市场分析 210

第五节 老城区市场分析 214

一、老城区市场特征分析 216

二、老城区客户群特征分析 218

三、老城区楼市发展预测 219

第六节 花都片区域市场分析 220

一、房地产开发状况 220

二、市场预测 221

第七节 芳村片区域市场分析 224

一、商业概况 224

二、商业的发展与特点 225

三、花地湾商业未来发展展望 226



- 四、芳村区房地产市场板块特征 227
- 五、芳村区楼盘特征 229
- 六、消费群体特征 229
- 七、芳村区楼层户型特征 230
- 八、芳村区销售居住现状特征 230
- 九、芳村区成本效益分析 231
- 第八节 黄埔片区域市场分析 232
  - 一、黄埔藏着巨大潜力 232
  - 二、黄埔楼市新崛起 233
  - 三、黄埔楼市发展的瓶颈 235
- 第九节 增城市区域市场分析 237
  - 一、广州东部板块崛起 237
  - 二、融入东部板块承接都市辐射 238
- 第十节 从化市区域市场分析 239
  - 一、从化市投资环境概况 240
  - 二、从化兴建超大规模社区 240

### 第三部分 房地产经营模式分析

#### 第八章 房地产行业经营模式分析 241

##### 第一节 房地产公司的商业模式分析 241

- 一、开发公司模式 241
- 二、房屋（物业）经营模式 242
- 三、房地产的服务模式 243
- 四、不动产金融公司的商业模式 243

##### 第二节 我国房地产销售模式 244

- 一、我国房地产业营销特点 244
- 二、香港与台湾房地产代理模式分析 245
- 三、房地产中介服务业的现状 248

##### 第三节 物业管理行业的发展桎梏与机遇 251

- 一、中“洋”物业管理差距在哪儿 251
- 二、入世对物业管理的利与弊 252

##### 第四节 广州市房地产广告分析 253

- 一、广告投放量综述 253
- 二、分区域广告投放量说明 254
- 三、广州房地产广告发展之路 255
- 四、房产广告传播十大真经 259

## 第九章 房地产金融市场分析 262

### 第一节 我国住宅产业发展现状分析 262

- 一、住宅产业发展的历史沿革 262
- 二、当前住宅市场发展的趋势 265
- 三、我国住宅发展的类型及特征 272
- 四、我国住宅产业的国际比较 274
- 五、我国住宅产业的发展特征 282
- 六、我国住宅市场分析 283

### 第二节 广州市住房融资分析 292

### 第三节 影响我国住房金融发展的主要因素 293

- 一、政府对住房金融发展的影响 293
- 二、房地产企业上市解禁的影响力分析 295
- 三、入世对我国房产金融的影响 299
- 四、国际资本流动对中国房地产市场的影响 302

### 第四节 国际住房金融政策模式比较分析 304

- 一、美国模式是特惠模式 304
- 二、日本模式是普惠模式 305
- 三、对我国住房政策的启示 306

## 第十章 影响房地产发展的因素分析 309

### 第一节 广州经济发展动态分析 309

- 一、经济发展回顾 309
- 二、广州2010年经济展望 311

### 第二节 我国建材市场分析 313

- 一、市场现状 313
- 二、建材市场特点 314
- 三、发展趋势 317

### 第三节 WTO对广州房地产业发展的影响 317

- 一、建筑领域加入WTO后的对外承诺 317
- 二、入世后外资不会大量进入房地产市场 319
- 三、WTO对广州房地产市场的深层影响 319

## 第四部分 广州房地产市场竞争分析

### 第十一章 行业竞争分析 325

#### 第一节 广州房地产市场竞争格局 325

- 一、品牌的竞争 325
- 二、广州房地产开发与经营并重 328
- 三、外资进入我国房地产市场的动向分析 330

#### 第二节 广州房地产业竞争趋势分析 331

- 一、增加土地供应可稳定楼价 331
- 二、“求大于供”带来楼价上升 332
- 三、房地产商刻意造势哄抬 333
- 四、房地产业服务业竞争趋向多元化 334
- 五、房地产的资本竞争时代已经来临 334
- 六、广州房地产行业集中度进一步提高 335

#### 第三节 中国加入WTO，短期内不会形成剧烈竞争 336

- 一、外企投资特点比较 336
- 二、跨国房地产企业竞争优势分析 337
- 三、入世后房地产外商投资的竞争性问题 339

#### 第四节 广州民营房地产企业迅速崛起之透析 339

- 一、广州民营房地产企业迅速崛起 340
- 二、广州民营房地产企业崛起的原因 341
- 三、广州民营房地产业发展中的问题及对策 341

## 第十二章 房地产业优势企业分析 343

### 第一节 中远发展 343

- 一、公司财务分析 343
- 二、公司经营战略分析 344
- 三、竞争力分析 346

四、发展前景分析	347
第二节 万科地产	347
一、公司概况	347
二、公司成长性分析	349
三、公司财务分析	350
四、公司竞争优势分析	352
第三节 华侨城地产	354
一、公司财务分析	354
二、经营中出现的问题	356
三、公司业务发展计划	357
第四节 天鸿集团	358
一、公司财务分析	358
二、经营策略和市场推广	359
三、经营中出现的主要问题	361
第五节 金地集团	362
一、发展存在的问题	362
二、公司财务分析	363
三、金地的北京攻略	365
第六节 北京城建集团	368
一、公司财务分析	368
二、公司发展战略分析	370
第七节 陆家嘴	371
一、公司财务分析	371
二、经营战略研究	373
第八节 合生创展	375
一、公司业绩分析	375
二、公司运作模式分析	377
三、全国扩张策略	378
四、公司发展战略分析	379
第九节 富力地产	380
一、公司概况	380
二、公司经营业绩分析	382

### 三、公司经营要诀 383

#### 第十节 珠江地产 384

##### 一、公司业绩回顾 384

##### 二、公司运作模式分析 385

##### 三、最新动态 387

### 第十三章 房地产业发展趋势分析 389

#### 第一节 2006年行业发展趋势预测 389

##### 一、楼市能否迈向理性繁荣 389

##### 二、人民收入预期及实际收入能否保持双增长 390

##### 三、刺激内需措施是否得力到位 390

##### 四、地方政府能否贯彻中央政策 391

##### 五、二手房市场启动 391

#### 第二节 2006年广州房地产发展趋势预测 392

##### 一、宏观调控分析 392

##### 二、商业地产市场份额预测 395

##### 三、楼市规划的转变 395

##### 四、地铁成楼市助推剂 396

##### 五、新型地产营销模式 397

##### 六、品牌发展的突破口 397

##### 七、区域发展预测 398

### 第十四章 广州房地产行业SWOT分析 400

#### 第一节 房地产业发展制约因素分析 400

#### 第二节 广州房地产业发展的优势分析 401

#### 第三节 入世带来的机遇和挑战 404

##### 一、WTO给房地产业带来的机遇分析 404

##### 二、WTO给房地产业带来了挑战 408

### 第十五章 房地产业发展战略研究 412

#### 第一节 房地产企业的核心竞争力剖析 412

##### 一、房地产企业的核心竞争力的内涵与特性 412

二、传统经济下房地产企业核心竞争力的演变过程	413
三、新经济时代房地产企业的核心竞争力	415
四、构建并维持现代房地产业核心竞争力	418
第二节 房地产企业市场营销策略	420
一、成本领先战略	420
二、市场营销策略	421
三、时间竞争战略	426
四、创新策略	431
五、人性化策略	435
第三节 不同类型房地产企业的发展战略	437
一、房地产集团公司的发展战略选择	437
二、小型房地产企业的发展模式	441
附录《招标采购挂牌出让国有土地使用权规定》	446

## 图表目录

图表：各国自有住房与出租房的比率	21
图表：房地产泡沫指标	31
图表：房地产泡沫参考标准	32
图表：我国商品房销售额增长与GDP增长之间的关系	41
图表：我国商品房价格构成	44
图表：广州市购房者对楼价的选择	53
图表：广州市居民购房因素的重视程度	54
图表：广州市购房者家庭月收入状况	54
图表：广州市购房者所在企业类型	55
图表：广州市购房者职业类别	55
图表：广州市购房者的年龄状况	56
图表：广州市购房者购房目的类型	56
图表：广州市住宅细分市场的轮廓	57
图表：白领与蓝领购房特点比较	58
图表：目标市场的购房消费特点	61
图表：广州市住宅细分市场的轮廓	65

图表：目标市场的购房消费特点 68

图表：2005年12月网上签约前十强 75

图表：2005年12月广州商品房销售信息 75

图表：2005年6-10月广州楼市部分新盘一览 76

图表：2006年1月网上签约前十强 107

图表：2006年1月广州商品房销售信息 108

图表：2006年4月广州楼市可售情况 110

图表：2006年3月广州楼市已售情况 110

图表：不同收入国家人均住房建筑面积比较(平方米) 124

图表：广州市十区2001-2005年住宅供求关系走势 126

图表：广州市八区2001-2005年住宅供求关系走势 126

图表：广州市2003-2005年住宅用地出让分布情况 126

图表：广州居民购房价格比例图 129

图表：广州青年一族家庭月收入情况 132

图表：广州青年一族可接受房价情况 133

图表：广州青年一族置业区域比例表 133

图表：广州青年一族房产信息来源比例图 134

图表：广州青年一族购房关注因素 134

图表：制约房价的因素 135

图表：对三地房地产开发特点上的前期预测 136

图表：新开发楼盘卖点 137

图表：对物业管理的满意程度 138

图表：对物业管理收费的看法 139

图表：房地产供需指标 144

图表：2006年1-2月广州二手房价格指数 176

图表：2005-2006年广州二手房价格指数走势图 176

图表：2005-2006年广州各城区二手房价格指数走势图 177

图表：2006年2月广州各城区二手房价格指数对比图 178

图表：2006年2月广州各城区指数环比变化图 178

图表：2006年1-2月天河区各片区指数对比图 179

图表：2006年1-2月荔湾区各片区指数对比图 180

图表：2006年1-2月越秀区各片区指数对比图 181

图表：2006年1-2月海珠区各片区指数对比图 182

图表：2006年1-2月白云区各片区指数对比图 183

图表：2006年1-2月番禺区各片区指数对比图 184

图表：2006年1-2月份广州各片区二手房价格指数变化表 184

图表：2005年11-12月份广州各片区二手房价格指数变化表 186

图表：广州二手楼价走势表一 187

图表：广州二手楼价走势表二 187

图表：广州8区与10区二手住宅房价列表 187

图表：2005年第一季度天河区二手住宅成交单价分布图 189

图表：天河区各板块竞争力分析 195

图表：城市中心楼盘与郊区楼盘的对比分析 195

图表：2006年1-3月番禺一手商品房成交情况 197

图表：白云大道板块近期二手成交个案 202

图表：白云区楼盘价格指标 204

图表：白云区建筑类型指标 205

图表：白云区装修标准指标 206

图表：白云区主力户型一览 206

图表：广州市花都区精品楼盘一览 221

图表：芳村花地湾商业概况 224

图表：芳村花地湾交通概况 224

图表：芳村交通的发展、房地产的发展、商业的发展特点 225

图表：广州市黄埔区部分精品楼盘一览 236

图表：增城市"十佳楼盘"表 239

图表：深圳和广州不同业务中介公司数量比例 249

图表：广州市房地产报纸广告各月费用一览 254

图表：广州各区域房地产广告投放比例 255

图表：广州十个楼盘的广告主题语 256

图表：广州与北京部分优秀的楼盘广告语 258

图表：中国的收入按相应的情况分类（按北京计算） 281

图表：美国平均家庭收入及住房支出情况 305

图表：日本公团住宅建设资金来源 306

图表：近年来部分房地产金融政策调整情况一览 308



图表：2005年中远发展股份有限公司利润构成 343

图表：2005年中远发展股份有限公司获利能力 343

图表：2005年中远发展股份有限公司经营能力 344

图表：2005年中远发展股份有限公司资本结构 344

图表：2005年中远发展股份有限公司现金流量 344

图表：万科房地产业务指标推测 349

图表：2005年万科企业股份有限公司每股指标 350

图表：2005年万科企业股份有限公司利润构成 350

图表：2005年万科企业股份有限公司获利能力 351

图表：2005年万科企业股份有限公司经营能力 351

图表：2005年万科企业股份有限公司资本结构 352

图表：2005年万科企业股份有限公司现金流量 352

图表：2005年深圳华侨城控股股份有限公司利润构成 354

图表：2005年深圳华侨城控股股份有限公司获利能力 355

图表：2005年深圳华侨城控股股份有限公司经营能力 355

图表：2005年深圳华侨城控股股份有限公司资本结构 355

图表：2005年深圳华侨城控股股份有限公司现金流量 356

图表：2004-2005年北京天鸿宝业房地产股份有限公司利润构成 358

图表：2004-2005年北京天鸿宝业房地产股份有限公司经营能力 358

图表：2004-2005年北京天鸿宝业房地产股份有限公司资本结构 359

图表：2004-2005年北京天鸿宝业房地产股份有限公司现金流量 359

图表：2005年金地(集团)股份有限公司利润构成 363

图表：2005年金地(集团)股份有限公司获利能力 364

图表：2005年金地(集团)股份有限公司经营能力 364

图表：2005年金地(集团)股份有限公司资本结构 365

图表：2005年金地(集团)股份有限公司现金流量 365

图表：2005年北京城建投资发展股份有限公司利润构成 368

图表：2005年北京城建投资发展股份有限公司获利能力 369

图表：2005年北京城建投资发展股份有限公司经营能力 369

图表：2005年北京城建投资发展股份有限公司资本结构 370

图表：2005年北京城建投资发展股份有限公司现金流量 370

图表：2005年上海陆家嘴金融贸易区开发股份有限公司利润构成 371

图表：2005年上海陆家嘴金融贸易区开发股份有限公司获利能力 372

图表：2005年上海陆家嘴金融贸易区开发股份有限公司经营能力 372

图表：2005年上海陆家嘴金融贸易区开发股份有限公司资本结构 373

图表：2005年上海陆家嘴金融贸易区开发股份有限公司资金流量 373

图表：合生创展与珠江投资主要开发项目一览 377

图表：富力地产集团主要开发项目一览 382

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45994.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](http://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专业提供投资咨询报告、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。