

2016-2022年中国招商引资 市场调查与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国招商引资市场调查与发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/touzi/998477E463.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

改革开放以来，中国各地方政府为了加快本区经济发展，纷纷开展招商引资活动，通过设立开发区和产业园区等载体作为地方经济对外开放的窗口，以税收优惠、基础设施配套以及公共服务等举措进行全面的招商引资，极大地影响着各地经济的启动，创造了许多“经济奇迹”和“财富神话”。

招商引资是经济增长“三驾马车”中投资的关键力量。只有把招商引资放到更加突出的位置，作为发展的生命线贯穿始终，才有可能实现稳增长，为长远发展打下坚实基础。

招商引资是当前地方政府促进地方经济发展的重要手段。一个好的项目能够极大地带动地方基建、物流等行业的发展，增加地方财政收入，促进地方就业，巩固地方的社会安定，加快小康社会的实现。因此，地方政府和社会各界对招商引资质量给予了巨大的关注。但也要看到，不少地方由于招商引资工作把关不严、方向不对，给当地环境、资源带来了巨大的伤害，远远没有达到预期的目的。对此，对待招商引资工作，必须要以全面、科学的态度来进行分析和考量，实现招商引资工作对地方经济发展的促进功能的发挥。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国招商引资市场调查与发展前景预测报告》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，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：国外招商引资典型模式与执行路径分析

1.1 国外招商引资模式路径分析

1.1.1 美国地方政府招商引资路径分析

1.1.2 日本地方政府招商引资路径分析

1.1.3 新加坡地方政府招商引资路径分析

1.1.4 英国地方政府招商引资路径分析

1.1.5 俄罗斯地方政府招商引资路径分析

- 1.1.6 德国地方政府招商引资路径分析
- 1.1.7 韩国地方政府招商引资路径分析
- 1.1.8 巴西地方政府招商引资路径分析
- 1.2 国外招商引资模式经验借鉴
 - 1.2.1 政府职能及管理方式转变经验借鉴
 - 1.2.2 政府鼓励政策及创造服务环境经验借鉴
 - 1.2.3 政府提升园区运作水平层面经验借鉴
 - 1.2.4 政府创新招商引资模式经验借鉴

第2章：“互联网+”时代中国招商引资发展现状与转型升级路径分析

2.1 中国招商引资发展现状与主要模式分析

2.1.1 招商引资竞争形势分析

(1) 国际招商引资竞争形势分析

(2) 国内招商引资竞争形势分析

2.1.2 招商引资平台如何搭建

2.1.3 政府招商引资成本分析

2.1.4 国内招商引资的典型模式

(1) 政府主导型模式

(2) 市场主导型模式

(3) 总部经济模式

(4) 专攻型模式

(5) 并购模式

(6) 以民引外模式

(7) 主要招商引资模式对比分析

2.1.5 地方政府招商存在问题及解决方案

(1) 地方政府在招商引资中存在的问题

(2) 地方政府招商引资问题成因分析

(3) 地方政府招商引资发展对策分析

2.2 “互联网+”时代对招商引资影响分析

2.2.1 “互联网+”时代如何冲击传统思维模式

2.2.2 “互联网+”时代招商引资模式如何创新

2.2.3 “互联网+”时代如何推动招商引资工作制度改革

- 2.2.4 “互联网+”时代如何完善招商引资法律环境
- 2.2.5 如何推动制定“互联网+”重点领域投融资政策
- 2.3 “互联网+”时代招商引资如何转型升级
 - 2.3.1 如何建立专业的招商网站
 - 2.3.2 如何精准投放招商广告
 - 2.3.3 如何运营好微信招商平台
 - 2.3.4 如何运营好微博招商平台
 - 2.3.5 如何进行电子邮寄推广
 - 2.3.6 如何制作电子招商资料
 - 2.3.7 如何开展网络招商会
 - 2.3.8 如何建立共享平台实现异地招商
 - 2.3.9 如何建设招商引资信息化体系
 - 2.3.10 如何进行网络新闻报道及专题页面传播
 - 2.3.11 如何借助专业网络招商机构加强招商力度
- 2.4 “互联网+”时代互联网企业招商引资模式分析
 - 2.4.1 互联网企业招商引资意义分析
 - 2.4.2 互联网企业招商引资特点分析
 - 2.4.3 互联网企业招商引资模式选择
 - 2.4.4 互联网企业招商引资案例剖析

第3章：“一带一路”招商引资发展机遇分析

- 3.1 “一带一路”主要内容及与建设基本情况分析
 - 3.1.1 “一带一路”主要内容
 - (1) “一带一路”特性
 - (2) “一带一路”辐射范围
 - (3) “一带一路”区域环境特征
 - 3.1.2 “一带一路”建设基本情况分析
 - (1) “一带一路”建设基本原则
 - (2) “一带一路”建设合作机制
 - (3) “一带一路”建设合作重点
 - (4) “一带一路”建设主要路径
- 3.2 全球直接外资趋势分析

3.2.1 全球直接外资资金流向趋势分析

- (1) 全球直接外资流量规模分析
- (2) 跨国公司对投资环境的评价
- (3) 直接外资流量区域分布分析
- (4) 不同经济体直接外资流量分布
- (5) 不同区域组织直接外资流量分布
- (6) 其他直接外资投资状况分析

3.2.2 全球各区域直接外资投资状况分析

- (1) 非洲直接外资投资状况分析
- (2) 东亚和东南亚直接外资投资状况分析
- (3) 西亚直接外资投资状况分析
- (4) 拉丁美洲与加勒比直接外资投资状况
- (5) 发达国家直接外资投资状况
- (6) 转型国家直接外资投资状况

3.2.3 全球直接外资投资政策趋势分析

- (1) 国际投资政策调整趋势
- (2) 国际投资协定变化趋势
- (3) 国际投资政策及协定创新分析
- (4) 企业社会责任准则建立的影响

3.3 “一带一路”给招商引资带来的发展机遇分析

3.3.1 “一带一路”促进企业“引回来”

3.3.2 “一带一路”实现国家互利合作

3.3.3 “一带一路”带来的金融支持

3.4 “一带一路”背景下主要省份招商引资机遇分析

3.4.1 “一带一路”背景下新疆招商引资机遇分析

- (1) 新疆如何利用“一带一路”下背景招商引资
- (2) 新疆“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 新疆“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.2 “一带一路”背景下陕西招商引资机遇分析

- (1) 陕西如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 陕西“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 陕西“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.3 “一带一路”背景下甘肃招商引资机遇分析

- (1) 甘肃如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 甘肃“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 甘肃“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.4 “一带一路”背景下宁夏招商引资机遇分析

- (1) 宁夏如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 宁夏“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 宁夏“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.5 “一带一路”背景下青海招商引资机遇分析

- (1) 青海如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 青海“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 青海“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.6 “一带一路”背景下内蒙古招商引资机遇分析

- (1) 内蒙古如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 内蒙古“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 内蒙古“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.7 “一带一路”背景下黑龙江招商引资机遇分析

- (1) 黑龙江如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 黑龙江“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 黑龙江“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.8 “一带一路”背景下吉林招商引资机遇分析

- (1) 吉林如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 吉林“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 吉林“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.9 “一带一路”背景下辽宁招商引资机遇分析

- (1) 辽宁如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 辽宁“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 辽宁“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.10 “一带一路”背景下云南招商引资机遇分析

- (1) 云南如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 云南“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 云南“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.11 “一带一路”背景下广西招商引资机遇分析

- (1) 广西如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 广西“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 广西“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.12 “一带一路”背景下西藏招商引资机遇分析

- (1) 西藏如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 西藏“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 西藏“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.13 “一带一路”背景下上海招商引资机遇分析

- (1) 上海如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 上海“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 上海“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.14 “一带一路”背景下福建招商引资机遇分析

- (1) 福建如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 福建“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 福建“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.15 “一带一路”背景下广东招商引资机遇分析

- (1) 广东如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 广东“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 广东“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.16 “一带一路”背景下浙江招商引资机遇分析

- (1) 浙江如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 浙江“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 浙江“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.17 “一带一路”背景下海南招商引资机遇分析

- (1) 海南如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 海南“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 海南“一带一路”背景下招商引资建议

3.4.18 “一带一路”背景下重庆招商引资机遇分析

- (1) 重庆如何利用“一带一路”背景招商引资
- (2) 重庆“一带一路”背景下招商引资成果分析
- (3) 重庆“一带一路”背景下招商引资建议

第4章：中国招商引资市场产业投资格局分析

4.1 全球产业转移对中国的影响

4.1.1 全球价值链各环节配置情况

4.1.2 全球产业转移路线分析

4.1.3 全球产业转移与中国产业结构调整

4.2 中国招商引资市场环境分析

4.2.1 中国招商引资政策趋势与发展方向

4.2.2 产业结构调整对区域招商引资的影响

4.2.3 中国承接产业转移的制约因素

4.2.4 中国未来产业布局战略分析

(1) 主要产业布局模式分析

(2) 产业布局与产业结构的关系

(3) 未来中国产业布局的战略选择

4.3 中国外商直接投资状况分析

4.3.1 实际使用外资情况分析

(1) 全国吸收外商直接投资规模分析

(2) 全国外商直接投资的行业分布

(3) 全国外商直接投资的项目分布

(4) 全国外商直接投资的地区分布

4.3.2 外商其他投资情况分析

4.4 国内各地区承接产业转移情况

4.4.1 长三角经济圈产业转移分析

4.4.2 珠三角经济圈产业转移分析

4.4.3 环渤海经济圈产业转移分析

4.4.4 中原经济区圈产业转移分析

4.4.5 西部经济圈产业转移分析

4.5 国内招商引资企业转移分析

4.5.1 重点行业企业龙头分布情况

4.5.2 不同行业的企业转移分析

4.5.3 不同区域的企业转移分析

4.6 招商引资对象进驻地方的相关因素调研

4.6.1 跨国企业进驻地方的相关因素调研

- (1) 跨国企业进驻地方的主要驱动力
- (2) 跨国企业进驻地方的沟通合作模式
- (3) 跨国企业进驻地方的沟通合作渠道
- (4) 跨国企业进驻地方的考察关注重点
- (5) 跨国企业进驻地方的决策要点调研
- (6) 跨国企业进驻地方的成功案例剖析

4.6.2 大型国有企业进驻地方的因素调研

- (1) 大型国有企业进驻地方的主要驱动力
- (2) 大型国有企业进驻地方的沟通合作模式
- (3) 大型国有企业进驻地方的考察关注重点
- (4) 大型国有企业进驻地方的决策要点调研
- (5) 大型国有企业进驻地方的成功案例剖析

4.6.3 大型民营企业进驻地方的因素调研

- (1) 大型民营企业进驻地方的主要驱动力
- (2) 大型民营企业进驻地方的沟通合作模式
- (3) 大型民营企业进驻地方的沟通合作渠道
- (4) 大型民营企业进驻地方的考察关注重点
- (5) 大型民营企业进驻地方的决策要点调研
- (6) 大型民营企业进驻地方的成功案例剖析

4.6.4 中小型民营企业进驻地方的因素调研

- (1) 中小型民营企业进驻地方的主要驱动力
- (2) 中小型民营企业进驻地方的沟通合作模式
- (3) 中小型民营企业进驻地方的沟通合作渠道
- (4) 中小型民营企业进驻地方的考察关注重点
- (5) 中小型民营企业进驻地方的决策要点调研
- (6) 中小型民营企业进驻地方的成功案例剖析

4.6.5 风投、天投资本进入地方的因素调研

- (1) 风投、天投资本进驻地方的主要驱动力
- (2) 风投、天投资本进驻地方的沟通合作模式
- (3) 风投、天投资本进驻地方的沟通合作渠道
- (4) 风投、天投资本进驻地方的考察关注重点

- (5) 风投、天投资本进驻地方的沟通合作周期
- (6) 风投、天投资本进驻地方的决策要点调研
- (7) 风投、天投资本进驻地方的成功案例剖析

第5章：中国园区招商引资领域发展分析

5.1 产业链型园区招商引资分析

5.1.1 产业链型园区项目建设规模

- (1) 文化产业园项目建设规模
- (2) 化工产业园项目建设规模
- (3) 新能源产业园项目建设规模
- (4) 生物医药产业园项目建设规模
- (5) 现代农业园项目建设规模
- (6) 新材料产业园项目建设规模

5.1.2 产业链型园区招商引资现状

5.1.3 产业链型园区招商引资模式

5.1.4 产业链型园区招商引资建议

5.2 技术型园区招商引资分析

5.2.1 技术型园区项目建设规模

- (1) 国有投资为主的技术园区
- (2) 商业用地性质科技园区
- (3) 以大学为主的科技园区

5.2.2 技术型园区招商引资现状

5.2.3 技术型园区招商引资模式

5.2.4 技术型园区招商引资建议

5.3 物流园区招商引资分析

5.3.1 物流园区项目建设规模

5.3.2 物流园区招商引资现状

5.3.3 物流园区招商引资模式

5.3.4 物流园区招商引资建议

5.4 总部经济园招商引资分析

5.4.1 总部经济园项目建设情况

5.4.2 总部经济园招商引资现状

- 5.4.3 总部经济园招商引资模式
- 5.4.4 总部经济园招商引资建议
- 5.5 保税区建设与招商引资分析
 - 5.5.1 保税区经济指标分析
 - 5.5.2 保税区主要贸易方式
 - 5.5.3 保税区进口地分析
 - 5.5.4 保税区进口产品分析
 - 5.5.5 保税区出口地分析
 - 5.5.6 保税区出口产品分析
 - 5.5.7 保税区招商引资现状
 - 5.5.8 保税区招商引资模式
 - 5.5.9 保税区招商引资建议
- 5.6 出口加工区建设与招商引资分析
 - 5.6.1 出口加工区经济指标分析
 - 5.6.2 出口加工区贸易方式分析
 - 5.6.3 出口加工区进口地分析
 - 5.6.4 出口加工区进口产品分析
 - 5.6.5 出口加工区出口地分析
 - 5.6.6 出口加工区出口产品分析
 - 5.6.7 出口加工区招商引资现状
 - 5.6.8 出口加工区招商引资模式
 - 5.6.9 出口加工区招商引资建议
- 5.7 汽车产业园建设与招商引资分析
 - 5.7.1 汽车产业园投资风险分析
 - 5.7.2 汽车产业园投资进展与趋势
 - 5.7.3 汽车产业园招商引资现状
 - 5.7.4 汽车产业园招商引资建议
- 5.8 智慧园区招商引资分析
 - 5.8.1 企业入驻智慧园区的需求分析
 - 5.8.2 智慧园区物业服务创新分析
 - 5.8.3 智慧园区招商政策创新分析
 - 5.8.4 智慧园区商业配套服务创新

5.8.5 智慧园区招商模式创新分析

5.9 园区项目招商引资营销策略

5.9.1 招商引资营销需求分析

5.9.2 招商引资营销策略分析

(1) 招商引资市场策略分析

(2) 招商引资产品策略分析

(3) 招商引资价格策略分析

(4) 招商引资促销策略分析

(5) 招商引资渠道策略分析

(6) 招商引资服务营销策略分析

第6章：“互联网+”时代各省市招商引资与区域振兴规划分析

6.1 “互联网+”时代山东省招商引资情况分析

6.1.1 山东省招商引资优惠政策分析

6.1.2 山东省招商引资主要优势分析

6.1.3 山东省承接产业转移情况分析

6.1.4 山东省招商引资发展规模分析

(1) 山东省引进内资情况

(2) 山东省引进外资情况

6.1.5 山东省招商引资策略及特色模式

6.1.6 山东省招商引资存在的问题分析

6.1.7 山东省最佳招商引资路径建议

6.2 “互联网+”时代江苏省招商引资情况分析

6.2.1 江苏省招商引资优惠政策分析

6.2.2 江苏省招商引资主要优势分析

6.2.3 江苏省承接产业转移情况分析

6.2.4 江苏省招商引资发展规模分析

(1) 江苏省引进内资情况

(2) 江苏省引进外资情况

6.2.5 江苏省招商引资策略及特色模式

6.2.6 江苏省招商引资存在的问题分析

6.2.7 江苏省最佳招商引资路径建议

6.3 “互联网+”时代河南省招商引资情况分析

6.3.1 河南省招商引资优惠政策分析

6.3.2 河南省招商引资主要优势分析

6.3.3 河南省承接产业转移情况分析

6.3.4 河南省招商引资发展规模分析

(1) 河南省引进内资情况

(2) 河南省引进外资情况

6.3.5 河南省招商引资策略及特色模式

6.3.6 河南省招商引资存在的问题分析

6.3.7 河南省最佳招商引资路径建议

6.4 “互联网+”时代广东省招商引资情况分析

6.4.1 广东省招商引资优惠政策分析

6.4.2 广东省招商引资主要优势分析

6.4.3 广东省承接产业转移情况分析

6.4.4 广东省招商引资发展规模分析

(1) 广东省引进内资情况

(2) 广东省引进外资情况

6.4.5 广东省招商引资策略及特色模式

6.4.6 广东省招商引资存在的问题分析

6.4.7 广东省最佳招商引资路径建议

6.5 “互联网+”时代辽宁省招商引资情况分析

6.5.1 辽宁省招商引资优惠政策分析

6.5.2 辽宁省招商引资主要优势分析

6.5.3 辽宁省承接产业转移情况分析

6.5.4 辽宁省招商引资发展规模分析

(1) 辽宁省引进内资情况

(2) 辽宁省引进外资情况

6.5.5 辽宁省招商引资策略及特色模式

6.5.6 辽宁省招商引资存在的问题分析

6.5.7 辽宁省最佳招商引资路径建议

6.6 “互联网+”时代河北省招商引资情况分析

6.6.1 河北省招商引资优惠政策分析

- 6.6.2 河北省招商引资主要优势分析
- 6.6.3 河北省承接产业转移情况分析
- 6.6.4 河北省招商引资发展规模分析
 - (1) 河北省引进内资情况
 - (2) 河北省引进外资情况
- 6.6.5 河北省招商引资策略及特色模式
- 6.6.6 河北省招商引资存在的问题分析
- 6.6.7 河北省最佳招商引资路径建议
- 6.7 “互联网+”时代四川省招商引资情况分析
 - 6.7.1 四川省招商引资优惠政策分析
 - 6.7.2 四川省招商引资主要优势分析
 - 6.7.3 四川省承接产业转移情况分析
 - 6.7.4 四川省招商引资发展规模分析
 - (1) 四川省引进内资情况
 - (2) 四川省引进外资情况
 - 6.7.5 四川省招商引资策略及特色模式
 - 6.7.6 四川省招商引资存在的问题分析
 - 6.7.7 四川省最佳招商引资路径建议
- 6.8 “互联网+”时代浙江省招商引资情况分析
 - 6.8.1 浙江省招商引资优惠政策分析
 - 6.8.2 浙江省招商引资主要优势分析
 - 6.8.3 浙江省承接产业转移情况分析
 - 6.8.4 浙江省招商引资发展规模分析
 - (1) 浙江省引进内资情况
 - (2) 浙江省引进外资情况
 - 6.8.5 浙江省招商引资策略及特色模式
 - 6.8.6 浙江省招商引资存在的问题分析
 - 6.8.7 浙江省最佳招商引资路径建议
- 6.9 “互联网+”时代安徽省招商引资情况分析
 - 6.9.1 安徽省招商引资优惠政策分析
 - 6.9.2 安徽省招商引资主要优势分析
 - 6.9.3 安徽省承接产业转移情况分析

6.9.4 安徽省招商引资发展规模分析

(1) 安徽省引进内资情况

(2) 安徽省引进外资情况

6.9.5 安徽省招商引资策略及特色模式

6.9.6 安徽省招商引资存在的问题分析

6.9.7 安徽省最佳招商引资路径建议

6.10 “互联网+”时代湖北省招商引资情况分析

6.10.1 湖北省招商引资优惠政策分析

6.10.2 湖北省招商引资主要优势分析

6.10.3 湖北省承接产业转移情况分析

6.10.4 湖北省招商引资发展规模分析

(1) 湖北省引进内资情况

(2) 湖北省引进外资情况

6.10.5 湖北省招商引资策略及特色模式

6.10.6 湖北省招商引资存在的问题分析

6.10.7 湖北省最佳招商引资路径建议

6.11 “互联网+”时代湖南省招商引资情况分析

6.11.1 湖南省招商引资优惠政策分析

6.11.2 湖南省招商引资主要优势分析

6.11.3 湖南省承接产业转移情况分析

6.11.4 湖南省招商引资发展规模分析

(1) 湖南省引进内资情况

(2) 湖南省引进外资情况

6.11.5 湖南省招商引资策略及特色模式

6.11.6 湖南省招商引资存在的问题分析

6.11.7 湖南省最佳招商引资路径建议

6.12 “互联网+”时代内蒙古招商引资情况分析

6.12.1 内蒙古招商引资优惠政策分析

6.12.2 内蒙古招商引资主要优势分析

6.12.3 内蒙古承接产业转移情况分析

6.12.4 内蒙古招商引资发展规模分析

(1) 内蒙古引进内资情况

(2) 内蒙古引进外资情况

6.12.5 内蒙古招商引资策略及特色模式

6.12.6 内蒙古招商引资存在的问题分析

6.12.7 内蒙古最佳招商引资路径建议

6.13 “互联网+”时代江西省招商引资情况分析

6.13.1 江西省招商引资优惠政策分析

6.13.2 江西省招商引资主要优势分析

6.13.3 江西省承接产业转移情况分析

6.13.4 江西省招商引资发展规模分析

(1) 江西省引进内资情况

(2) 江西省引进外资情况

6.13.5 江西省招商引资策略及特色模式

6.13.6 江西省招商引资存在的问题分析

6.13.7 江西省最佳招商引资路径建议

6.14 “互联网+”时代吉林省招商引资情况分析

6.14.1 吉林省招商引资优惠政策分析

6.14.2 吉林省招商引资主要优势分析

6.14.3 吉林省承接产业转移情况分析

6.14.4 吉林省招商引资发展规模分析

(1) 吉林省引进内资情况

(2) 吉林省引进外资情况

6.14.5 吉林省招商引资策略及特色模式

6.14.6 吉林省招商引资存在的问题分析

6.14.7 吉林省最佳招商引资路径建议

6.15 “互联网+”时代陕西省招商引资情况分析

6.15.1 陕西省招商引资优惠政策分析

6.15.2 陕西省招商引资主要优势分析

6.15.3 陕西省承接产业转移情况分析

6.15.4 陕西省招商引资发展规模分析

(1) 陕西省引进内资情况

(2) 陕西省引进外资情况

6.15.5 陕西省招商引资策略及特色模式

- 6.15.6 陕西省招商引资存在的问题分析
- 6.15.7 陕西省最佳招商引资路径建议
- 6.16 “互联网+”时代福建省招商引资情况分析
 - 6.16.1 福建省招商引资优惠政策分析
 - 6.16.2 福建省招商引资主要优势分析
 - 6.16.3 福建省承接产业转移情况分析
 - 6.16.4 福建省招商引资发展规模分析
 - (1) 福建省引进内资情况
 - (2) 福建省引进外资情况
 - 6.16.5 福建省招商引资策略及特色模式
 - 6.16.6 福建省招商引资存在的问题分析
 - 6.16.7 福建省最佳招商引资路径建议
- 6.17 “互联网+”时代广西招商引资情况分析
 - 6.17.1 广西招商引资优惠政策分析
 - 6.17.2 广西招商引资主要优势分析
 - 6.17.3 广西承接产业转移情况分析
 - 6.17.4 广西招商引资发展规模分析
 - (1) 广西引进内资情况
 - (2) 广西引进外资情况
 - 6.17.5 广西招商引资策略及特色模式
 - 6.17.6 广西招商引资存在的问题分析
 - 6.17.7 广西最佳招商引资路径建议
- 6.18 “互联网+”时代重庆市招商引资情况分析
 - 6.18.1 重庆市招商引资优惠政策分析
 - 6.18.2 重庆市招商引资主要优势分析
 - 6.18.3 重庆市承接产业转移情况分析
 - 6.18.4 重庆市招商引资发展规模分析
 - (1) 重庆市引进内资情况
 - (2) 重庆市引进外资情况
 - 6.18.5 重庆市招商引资策略及特色模式
 - 6.18.6 重庆市招商引资存在的问题分析
 - 6.18.7 重庆市最佳招商引资路径建议

6.19 “互联网+”时代上海市招商引资情况分析

6.19.1 上海市招商引资优惠政策分析

6.19.2 上海市招商引资主要优势分析

6.19.3 上海市承接产业转移情况分析

6.19.4 上海市招商引资发展规模分析

(1) 上海市引进内资情况

(2) 上海市引进外资情况

6.19.5 上海市招商引资策略及特色模式

6.19.6 上海市招商引资存在的问题分析

6.19.7 上海市最佳招商引资路径建议

6.20 “互联网+”时代黑龙江省招商引资情况分析

6.20.1 黑龙江省招商引资优惠政策分析

6.20.2 黑龙江省招商引资主要优势分析

6.20.3 黑龙江省承接产业转移情况分析

6.20.4 黑龙江省招商引资发展规模分析

(1) 黑龙江省引进内资情况

(2) 黑龙江省引进外资情况

6.20.5 黑龙江省招商引资策略及特色模式

6.20.6 黑龙江省招商引资存在的问题分析

6.20.7 黑龙江省最佳招商引资路径建议

6.21 “互联网+”时代山西省招商引资情况分析

6.21.1 山西省招商引资优惠政策分析

6.21.2 山西省招商引资主要优势分析

6.21.3 山西省承接产业转移情况分析

6.21.4 山西省招商引资发展规模分析

(1) 山西省引进内资情况

(2) 山西省引进外资情况

6.21.5 山西省招商引资策略及特色模式

6.21.6 山西省招商引资存在的问题分析

6.21.7 山西省最佳招商引资路径建议

6.22 “互联网+”时代天津市招商引资情况分析

6.22.1 天津市招商引资优惠政策分析

6.22.2 天津市招商引资主要优势分析

6.22.3 天津市承接产业转移情况分析

6.22.4 天津市招商引资发展规模分析

(1) 天津市引进内资情况

(2) 天津市引进外资情况

6.22.5 天津市招商引资策略及特色模式

6.22.6 天津市招商引资存在的问题分析

6.22.7 天津市最佳招商引资路径建议

6.23 “互联网+”时代北京市招商引资情况分析

6.23.1 北京市招商引资优惠政策分析

6.23.2 北京市招商引资主要优势分析

6.23.3 北京市承接产业转移情况分析

6.23.4 北京市招商引资发展规模分析

(1) 北京市引进内资情况

(2) 北京市引进外资情况

6.23.5 北京市招商引资策略及特色模式

6.23.6 北京市招商引资存在的问题分析

6.23.7 北京市最佳招商引资路径建议

6.24 “互联网+”时代云南省招商引资情况分析

6.24.1 云南省招商引资优惠政策分析

6.24.2 云南省招商引资主要优势分析

6.24.3 云南省承接产业转移情况分析

6.24.4 云南省招商引资发展规模分析

(1) 云南省引进内资情况

(2) 云南省引进外资情况

6.24.5 云南省招商引资策略及特色模式

6.24.6 云南省招商引资存在的问题分析

6.24.7 云南省最佳招商引资路径建议

6.25 “互联网+”时代新疆招商引资情况分析

6.25.1 新疆招商引资优惠政策分析

6.25.2 新疆招商引资主要优势分析

6.25.3 新疆承接产业转移情况分析

6.25.4 新疆招商引资发展规模分析

(1) 新疆引进内资情况

(2) 新疆引进外资情况

6.25.5 新疆招商引资策略及特色模式

6.25.6 新疆招商引资存在的问题分析

6.25.7 新疆最佳招商引资路径建议

6.26 “互联网+”时代贵州省招商引资情况分析

6.26.1 贵州省招商引资优惠政策分析

6.26.2 贵州省招商引资主要优势分析

6.26.3 贵州省承接产业转移情况分析

6.26.4 贵州省招商引资发展规模分析

(1) 贵州省引进内资情况

(2) 贵州省引进外资情况

6.26.5 贵州省招商引资策略及特色模式

6.26.6 贵州省招商引资存在的问题分析

6.26.7 贵州省最佳招商引资路径建议

6.27 “互联网+”时代甘肃省招商引资情况分析

6.27.1 甘肃省招商引资优惠政策分析

6.27.2 甘肃省招商引资主要优势分析

6.27.3 甘肃省承接产业转移情况分析

6.27.4 甘肃省招商引资发展规模分析

(1) 甘肃省引进内资情况

(2) 甘肃省引进外资情况

6.27.5 甘肃省招商引资策略及特色模式

6.27.6 甘肃省招商引资存在的问题分析

6.27.7 甘肃省最佳招商引资路径建议

6.28 “互联网+”时代宁夏招商引资情况分析

6.28.1 宁夏招商引资优惠政策分析

6.28.2 宁夏招商引资主要优势分析

6.28.3 宁夏承接产业转移情况分析

6.28.4 宁夏招商引资发展规模分析

(1) 宁夏引进内资情况

(2) 宁夏引进外资情况

6.28.5 宁夏招商引资策略及特色模式

6.28.6 宁夏招商引资存在的问题分析

6.28.7 宁夏最佳招商引资路径建议

6.29 “互联网+”时代海南省招商引资情况分析

6.29.1 海南省招商引资优惠政策分析

6.29.2 海南省招商引资主要优势分析

6.29.3 海南省承接产业转移情况分析

6.29.4 海南省招商引资发展规模分析

(1) 海南省引进内资情况

(2) 海南省引进外资情况

6.29.5 海南省招商引资策略及特色模式

6.29.6 海南省招商引资存在的问题分析

6.29.7 海南省最佳招商引资路径建议

6.30 “互联网+”时代青海省招商引资情况分析

6.30.1 青海省招商引资优惠政策分析

6.30.2 青海省招商引资主要优势分析

6.30.3 青海省承接产业转移情况分析

6.30.4 青海省招商引资发展规模分析

(1) 青海省引进内资情况

(2) 青海省引进外资情况

6.30.5 青海省招商引资策略及特色模式

6.30.6 青海省招商引资存在的问题分析

6.30.7 青海省最佳招商引资路径建议

6.31 “互联网+”时代西藏招商引资情况分析

6.31.1 西藏招商引资优惠政策分析

6.31.2 西藏招商引资主要优势分析

6.31.3 西藏承接产业转移情况分析

6.31.4 西藏招商引资发展规模分析

(1) 西藏引进内资情况

(2) 西藏引进外资情况

6.31.5 西藏招商引资策略及特色模式

6.31.6 西藏招商引资存在的问题分析

6.31.7 西藏最佳招商引资路径建议

第7章：中国招商引资资金渠道发展与风险规避

7.1 招商引资资金来源渠道分析

7.1.1 招商引资产业资本渠道分析

7.1.2 招商引资商业资本渠道分析

7.1.3 招商引资金融资本渠道分析

7.1.4 招商引资知识资本渠道分析

7.1.5 招商引资风险资本渠道分析

7.2 招商引资风险与规避措施

7.2.1 招商引资风险来源分析

(1) 招商引资政治风险分析

(2) 招商引资经济风险分析

(3) 招商引资产业风险分析

(4) 招商引资金融风险分析

7.2.2 国外招商引资风险规避措施

(1) 美国招商引资风险规避措施

(2) 日本招商引资风险规避措施

(3) 韩国招商引资风险规避措施

(4) 印度招商引资风险规避措施

7.2.3 招商引资风险规避经验对比

7.2.4 国外招商引资风险规避经验借鉴

7.3 中国招商引资发展趋势分析

7.3.1 招商引资区域转移趋势

7.3.2 招商引资行业选择趋势

7.3.3 招商引资质量提升趋势

7.3.4 招商引资范围扩大趋势

7.3.5 招商引资专业化趋势

7.3.6 招商引资资金渠拓宽趋势

7.3.7 龙头企业选择趋势

7.3.8 “互联网+”招商发展趋势

第8章 电商行业发展分析

8.1 电子商务发展分析

8.1.1 电子商务定义及发展模式分析

8.1.2 中国电子商务行业政策现状

8.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

8.2 “互联网+”的相关概述

8.2.1 “互联网+”的提出

8.2.2 “互联网+”的内涵

8.2.3 “互联网+”的发展

8.2.4 “互联网+”的评价

8.2.5 “互联网+”的趋势

8.3 电商市场现状及建设情况

8.3.1 电商总体开展情况

8.3.2 电商案例分析

8.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

8.4 电商行业未来前景及趋势预测

8.4.1 电商市场规模预测分析

8.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：美国地方政府招商引资步骤

图表2：美国地方政府招商引资专业经济组织

图表3：美国地方政府招商引资优惠政策简介

图表4：IBSC提供的服务简介

图表5：EDB的主要职责

图表6：EDB“全球范围内的集中招商模式”优点汇总

图表7：新加坡打造最具吸引力的环球枢纽条件的措施

图表8：新加坡构建优良的企业成长温室的措施

图表9：英国地方政府招商引资提供信息的措施

图表10：英国地方政府招商引资策略

图表11：国外政府职能及管理方式可借鉴经验

图表12：日本大阪鼓励政策及创造服务环境经验借鉴

图表13：新加坡园区管理经验

图表14：新加坡招商引资成功的关键原则

图表15：英国招商引资竞争优势简析

图表16：印度招商引资竞争优势简析

图表17：各地区固定资产投资来源中内外资规模情况（单位：亿元）

图表18：地方政府招商引资平台搭建情况

图表19：地方政府招商引资平台搭建举措

图表20：招商引资成本构成

图表21：政府招商引资的显性成本简介

图表22：政府招商引资的隐性成本简介

图表23：招商引资政府主导型模式分析

图表24：招商引资市场主导型模式分析

图表25：招商引资总部经济模式分析

图表26：招商引资专攻型模式分析

图表27：招商引资并购模式分析

图表28：招商引资以民引外模式分析

图表29：温州“以民引外”模式主要经验简析

图表30：六种招商引资模式优缺点比较及创新方向

图表31：六种招商引资模式各项指标对比

图表32：地方政府在招商引资中的问题简析

图表33：控制招商引资风险的措施

图表34：“一带一路”具体线路

图表35：“一带一路”沿线国家主要资源生产量占全球比重（单位：%）

图表36：“一带一路”沿线国家主要资源消费量占全球比重（单位：%）

图表37：“一带一路”建设基本原则

图表38：“一带一路”建设合作重点分析

图表39：“一带一路”主要建设途径分析

图表40：“一带一路”沿线国家政治环境分析

图表41：金砖国家开发银行金融支持分析

图表42：亚洲基础设施投资银行金融支持分析

图表43：“丝路基金”金融支持分析

图表44：全球价值链微笑曲线

图表45：2010-2015年中国出口商品总值（单位：亿美元，%）

图表46：2010-2015年中国出口商品构成情况（单位：亿美元）

图表47：2010-2015年中国出口商品类别构成变化图（单位：%）

图表48：中国承接国际产业转移的制约因素

图表49：中西部承接东部产业转移的制约因素

图表50：主要产业布局模式简析

图表51：产业布局对产业结构的具体影响简析

图表52：反梯度推移战略分类

图表53：2010-2015年中国外商直接投资实际利用金额及增长情况（单位：亿美元，%）

图表54：2013-2015年对华投资前十位国家/地区（单位：亿美元）

图表55：2014-2015年外商直接投资产业分布（单位：亿美元，%）

图表56：2010-2015年中国外商直接投资合同数及增长情况（单位：个，%）

图表57：2014-2015年各地区注册登记外商投资总额（单位：亿美元，%）

图表58：2010-2015年外商其他投资情况（单位：亿美元，%）

图表59：长三角经济圈产业转移目标

图表60：长三角经济圈产业转移领域简析

图表61：2013-2015年广东省产业转移工业园主要经济指标（单位：亿元，%）

图表62：2010-2015年天津市滨海新区生产总值变化情况（单位：亿元，%）

图表63：2015年天津市滨海新区产业增加值构成情况（单位：亿元，%）

图表64：2013-2015年北京市经济技术开发区主要经济指标（单位：亿元，亿美元，个，%）

图表65：2010-2015年西部经济圈主要省市实际利用内资变化情况（单位：亿元）

图表66：国家级龙头企业空间分布情况（单位：%）

图表67：规模以上工业企业地区分布（单位：%）

图表68：我国主要产业集群区域发展模式 and 行业类型

图表69：跨国企业进驻地方的主要驱动力调研表

图表70：跨国企业进驻地方的考察关注重点调研表

图表71：跨国企业进驻地方的决策要点调研表

图表72：大型国有企业进驻地方的主要驱动力调研表

图表73：大型国有企业进驻地方的考察关注重点调研表

图表74：大型国有企业进驻地方的决策要点调研表

图表75：大型民营企业进驻地方的主要驱动力调研表

图表76：大型民营企业进驻地方的考察关注重点调研表

图表77：大型民营企业进驻地方的决策要点调研表

图表78：中小型民营企业进驻地方的主要驱动力调研表

图表79：中小型民营企业进驻地方的考察关注重点调研表

图表80：中小型民营企业进驻地方的决策要点调研表

图表81：2015年文化创意产业园区数量区域分布情况（单位：家，%）

图表82：2015年中国文化创意产业园地区分布图（单位：个）

图表83：2015中国化工园区20强名单

图表84：我国生物医药产业园发展历程

图表85：部分化工园区招商引资效果

图表86：2010-2015年国家级高新技术开发区建设规模（单位：个）

图表87：国家级高新技术开发区数量分布情况（单位：个）

图表88：2010-2015年我国科技企业孵化器数量规模（单位：个，%）

图表89：中国国家级企业孵化器地区分布（单位：%）

图表90：我国企业孵化器聚集地区特点及运作模式情况

图表91：2015年通过有关税收优惠政策审核的国家大学科技园分布（单位：家）

图表92：2010-2015年国家级高新技术开发区总收入变化情况（单位：亿元，%）

图表93：国家级高新技术产业园产品销售收入按技术领域分布结构图（单位：%）

图表94：2010年以来国家级高新技术产业园产品出口变化情况（单位：亿美元，%）

图表95：北京、上海和广州的总部经济发展情况

图表96：2010-2015年物流园区数量规模变化情况（单位：家）

图表97：2010-2015年各个经济区物流园区数量对比（单位：家）

图表98：2013-2020年物流园区布局规划（单位：个）

图表99：2015年物流园区运营状态（单位：%）

图表100：全国物流园区投资建设主体占比（单位：%）

图表101：全国物流园区税收情况（单位：%）

图表102：不同经济区域的物流园区就业人数（单位：人）

图表103：物流园区开发模式分布（单位：%）

图表104：物流园区管理模式分布（单位：%）

图表105：物流园区招商引资建议

图表106：我国总部经济园区建设特点简析

图表107：北京、上海和广州的总部经济发展情况

图表108：全国35城市总部经济发展能力排行榜

图表109：中国保税区主要经济指标列表（单位：亿美元，%）

图表110：中国保税区各贸易方式进出口总额列表（单位：亿美元）

图表111：中国保税区各贸易方式比重图（单位：%）

图表112：中国保税区分国家进口额列表（单位：亿美元）

图表113：中国保税区各进口地比重图（单位：%）

图表114：中国保税区各进口产品进口额列表（单位：亿美元）

图表115：中国保税区各进口产品比重图（单位：%）

图表116：中国保税区分国家出口额列表（单位：亿美元）

图表117：中国保税区各出口地比重图（单位：%）

图表118：中国保税区各出口产品出口额列表（单位：亿美元）

图表119：中国保税区各出口产品比重图（单位：%）

图表120：保税区与非保税区政策比较

…略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/touzi/998477E463.html>