



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年家居行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年家居行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/129526.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

2009年上半年，尽管全球经济还是一片阴霾，但纵观国内家居消费市场，却出乎意料的出现了全面“井喷”现象。这不仅让各大家居厂商松了一口气，也在很大程度上缓解了前期由于市场低迷而带来的产销压力。市场的全面爆发似乎让行业逐渐凸显“回暖”迹象。的确，五一的旺销为2009年的旺季市场开了一个好头，但是，乐观的背后仍存在一定的隐忧。总结五一销售情况，不止一家卖场用了“火爆”、“出乎意料”、“超出预期”这样的字眼。连绵不段的队伍、拥挤的停车场、一次次推迟的营业时间……家居行业在连续沉寂后突然爆发了。一组组漂亮的数字蕴含了让行业振奋不已的信息，但细细推敲却不难发现，这次五一销售之所以出现井喷现象，从大环境上来说是因为中国经济回暖，消费信心逐步回升。而因为假日经济的惯例，这次各商家的促销力度也都是空前增大。在内需低迷、消费者集体等待假日折扣等情况下，家居企业“被迫”选择在五一时实行各种促销措施，用以刺激消费，尽快消化库存、盘活资金链。事实上情况也正如商家所想，2009年五一消费可谓一片火热，但与此同时，背后付出的却是“价格谷底”的代价。当前，家居产品的价格全面触底致使行业整体盈利能力下降的同时，将间接打乱国内家居行业自身产业结构调整的步伐。没有多余的盈利资金周转，那么商家开发高技术含量、环保低耗产品的能力则很难在短期内实现，如何继续走下去将成为家居企业的一大难题。如何才能有效的占领市场，在危机来临的时候，企业更需要与经销商保持良好的沟通，而在产品质量方面，不管在任何时候都不能忽略，毕竟消费者需要的是品质产品而非伪劣商品。在服务方面，企业也需要很大的提高，比如产品的维护以及保修期，如果企业的服务承诺能够真正做到，那么在消费者心中就能拥有更高的诚信度。只有企业在各方面自我提升，才有可能在激烈的角逐中脱颖而出。

跨行业多元化经营，寻找新的利润增长点，成为2009年家居行业最大的变局。家装公司开始卖家具了，家具公司涉足建材行业了，等等一系列的“多元化”现象层出不穷。走多元化经营的家居企业有广泛的市场空间，只要做出特色，推广得当，总能在庞大的消费群体中找到属于自己的客户；实践证明，不断创新，尝试多条腿走路的家居企业往往收效甚丰。在家居业的发展过程当中，媒体的推动力不可忽视，特别是随着互联网的不断发展，家居业产生的一些列的变革都有其参与的身影，而且这种作用和角色越来越重要。在前几年，也许有电视、广播和报纸就够了，但是现在网络同样不可或缺，而且地位越来越重要。随着网络的影响越来越大，家居企业开始在网络上做广告，做品牌推广，而且借助网络的互动特点，可以举办多种形式的互动，现在家居类的网站集采越来越有影响力也说明了这点。特别是2009年金融危机，网络在催进市场回暖方面很活跃。对于家居流通企业来说，做的是零售的终端，因此管理是一个很重要、很复杂的工作。以前，一个大市场，每个摊位自己经营，管理上不去，服务保证不了。现在老百姓生活水平提高了，对家居一站式购物有着强烈的需求。现在居

然之家的每个卖场都可以和好的百货商场相比，统一收银，完善的交易和服务体系，这些都是借助网络化的管理。综合来看，通过网络可以提升管理效益，减少沟通成本。在品牌营销上，家居企业也要好好研究网络，这个新媒体还有很多潜力可以挖掘。家居企业的企业历史都不长，在品牌打造、品牌营销上都要慢慢来研究和学习。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国建材工业协会、家居行业相关协会、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息、家居行业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国家居行业的发展状况、市场竞争、流通渠道等进行了分析，并重点分析了主要子行业的发展状况和特点，报告还对行业重点企业、发展趋势、发展策略等做了重点分析。本报告是国内外家居企业、房地产开发企业、物业管理和装修公司等单位准确了解目前家居行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品，对家居的上游供应厂商、家居企业以及欲在家居领域从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前家居业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 家居行业发展概述

第一节 家居的概念

一、家居的定义

二、家居的特点

三、家居的分类

第二节 家居行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 家居市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第二章 全球家居行业发展分析

第一节 世界家居行业发展分析

一、2007年世界家居行业发展分析

二、2008年世界家居行业发展分析

三、2009年世界家居行业发展分析

第二节 全球家居市场分析

一、2009年全球家居需求分析

二、2009年欧美家居需求分析

三、2009年中外家居市场对比

第三节 2008-2009年主要国家或地区家居行业发展分析

一、2008-2009年美国家居行业分析

二、2008-2009年日本家居行业分析

三、2008-2009年欧洲家居行业分析

第三章 我国家居行业发展分析

第一节 中国家居行业发展状况

一、2008年家居行业发展状况分析

二、2008年中国家居行业发展动态

三、2008年家居行业经营业绩分析

四、2008年我国家居行业发展热点

第二节 中国家居市场供需状况

一、2009年中国家居行业供给能力

二、2009年中国家居市场供给分析

三、2009年中国家居市场需求分析

四、2009年中国家居产品价格分析

第三节 我国家居市场分析

一、2008年上半年家居市场分析

二、2008年下半年家居市场分析

三、2009年上半年家居市场分析

四、2009年家居市场的走向分析

第四章 家居产业经济运行分析

第一节 2008-2009年中国家居产业工业总产值分析

一、2008-2009年中国家居产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2008-2009年中国家居产业市场销售收入分析

一、2008-2009年中国家居产业市场总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 2008-2009年中国家居产业产品成本费用分析

一、2008-2009年中国家居产业成本费用总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2008-2009年中国家居产业利润总额分析

一、2008-2009年中国家居产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五章 我国家居产业进出口分析

第一节 我国家居产品进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国家居产品出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国家居产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年家居进口预测

四、2009年家居出口预测

第六章 家居区域市场发展分析

第一节 华北地区

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

第二节 东北地区

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

第三节 华东地区

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

第四节 华南地区

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

第五节 中南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状
- 二、2008-2009年市场需求分析
- 三、2008-2009年市场规模分析
- 四、2008-2009年市场竞争分析
- 五、2008-2009年技术发展分析
- 六、2009-2012年行业发展形势

第六节 西南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状
- 二、2008-2009年市场需求分析
- 三、2008-2009年市场规模分析
- 四、2008-2009年市场竞争分析
- 五、2008-2009年技术发展分析
- 六、2009-2012年行业发展形势

第七节 西北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状
- 二、2008-2009年市场需求分析
- 三、2008-2009年市场规模分析
- 四、2008-2009年市场竞争分析
- 五、2008-2009年技术发展分析
- 六、2009-2012年行业发展形势

第七章 中国家居需求与消费者偏好调查

第一节 2008-2009年中国家居产品产量统计分析

第二节 2008-2009年中国家居产品历年消费量统计分析

第三节 家居产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第四节 家居产品的品牌市场调查

- 一、消费者对家居品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对家居产品的品牌偏好调查

三、消费者对家居品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、家居品牌忠诚度调查

六、家居品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

第二部分 行业竞争格局

第八章 家居行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 家居行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2008-2009年家居行业竞争格局分析

一、2008年家居行业竞争分析

二、2008年中外家居产品竞争分析

三、2008-2009年国内外家居竞争分析

四、2008-2009年我国家居市场竞争分析

五、2008-2009年我国家居市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要家居企业动向

第九章 家居企业竞争策略分析

第一节 家居市场竞争策略分析

一、2009年家居市场增长潜力分析

二、2009年家居主要潜力品种分析

三、现有家居产品竞争策略分析

四、潜力家居品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 家居企业竞争策略分析

一、金融危机对家居行业竞争格局的影响

二、金融危机后家居行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国家居市场竞争趋势

四、2009-2012年家居行业竞争格局展望

五、2009-2012年家居行业竞争策略分析

六、2009-2012年家居企业竞争策略分析

第十章 主要家居企业竞争分析

第一节 宜家（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 好百年（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 月星家居（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 金海马（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 麦德龙（一线品牌）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 爱家（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 九百家居（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 金盛家居（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 简爱家居（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 集美家居（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 家居行业发展趋势分析

第一节 2009年发展环境展望

一、2009年宏观经济形势展望

二、2009年政策走势及其影响

三、2009年国际行业走势展望

第二节 2009年家居行业发展趋势分析

一、2009年技术发展趋势分析

二、2009年产品发展趋势分析

三、2009年行业竞争格局展望

第三节 2009-2012年中国家居市场趋势分析

一、2008-2009年家居市场趋势总结

二、2009-2012年家居发展趋势分析

三、2009-2012年家居市场发展空间

四、2009-2012年家居产业政策趋向

五、2009-2012年家居技术革新趋势

六、2009-2012年家居价格走势分析

第十二章 未来家居行业发展预测

第一节 未来家居需求与消费预测

- 一、2009-2012年家居产品消费预测
- 二、2009-2012年家居市场规模预测
- 三、2009-2012年家居行业总产值预测
- 四、2009-2012年家居行业销售收入预测
- 五、2009-2012年家居行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国家居行业供需预测

- 一、2008-2012年中国家居供给预测
- 二、2009-2012年中国家居产品产量预测
- 三、2009-2012年中国家居需求预测
- 四、2009-2012年中国家居供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国家居产品价格预测
- 六、2009-2012年主要家居产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 家居行业投资现状分析

第一节 2008年家居行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年家居行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

第十四章 家居行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年家居行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响

第十五章 家居行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较
- 二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2009年相关产业投资收益率比较
- 二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 家居行业投资效益分析

- 一、2008-2009年家居行业投资状况分析
- 二、2009-2012年家居行业投资效益分析
- 三、2009-2012年家居行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年家居行业的投资方向
- 五、2009-2012年家居行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响家居行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响家居行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响家居行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响家居行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国家居行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国家居行业发展面临的机遇分析

第五节 家居行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年家居行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年家居行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年家居行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年家居行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年家居同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年家居行业其他风险及控制策略

第十六章 家居行业投资战略研究

第一节 家居行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国家居品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、家居实施品牌战略的意义

三、家居企业品牌的现状分析

四、我国家居企业的品牌战略

五、家居品牌战略管理的策略

第三节 家居行业投资战略研究

一、2008年家居行业投资战略研究

二、2009年家居行业投资战略研究

三、2009-2012年家居行业投资形势

四、2009-2012年家居行业投资战略

图表目录

图表：家居产业链分析

图表：国际家居市场规模

图表：国际家居生命周期

图表：2008-2009年中国家居行业市场规模

图表：2008-2009年全球家居产业市场规模

图表：2008-2009年家居重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国家居行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国家居行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国家居行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国家居竞争力分析

图表：2009-2012年中国家居产能预测

图表：2009-2012年中国家居消费量预测

图表：2009-2012年中国家居市场前景预测

图表：2009-2012年中国家居市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国家居发展前景预测

图表：2008年1-12月家居产品产量全国合计

图表：2008年1-12月家居产品产量北京市合计

图表：2008年1-12月家居产品产量天津市合计

图表：2008年1-12月家居产品产量河北省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量山西省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量吉林省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月家居产品产量上海市合计

图表：2008年1-12月家居产品产量江苏省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量浙江省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量安徽省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量福建省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量江西省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量山东省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量河南省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量湖北省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量湖南省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量广东省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量广西区合计

图表：2008年1-12月家居产品产量海南省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量重庆市合计

图表：2008年1-12月家居产品产量四川省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量贵州省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量云南省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量陕西省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月家居产品产量新疆区合计

图表：2008年1-12月家居产品产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月家居产品产量全国合计

图表：2009年1-5月家居产品产量北京市合计

图表：2009年1-5月家居产品产量天津市合计

图表：2009年1-5月家居产品产量河北省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量山西省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量吉林省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月家居产品产量上海市合计

图表：2009年1-5月家居产品产量江苏省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量浙江省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量安徽省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量福建省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量江西省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量山东省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量河南省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量湖北省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量湖南省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量广东省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量广西区合计

图表：2009年1-5月家居产品产量海南省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量重庆市合计

图表：2009年1-5月家居产品产量四川省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量贵州省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量云南省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量陕西省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月家居产品产量新疆区合计

图表：2009年1-5月家居产品产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月家居行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月家居行业收入前十家企业

图表：2008年5月家居行业收入前十家企业

图表：2008年8月家居行业收入前十家企业

图表：2008年11月家居行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月家居行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月家居行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月家居产品进口数据

图表：2008年1季度家居产品进口数据

图表：2008年1月家居产品进口数据

图表：2008年2月家居产品进口数据

图表：2008年3月家居产品进口数据

图表：2008年2季度家居产品进口数据

图表：2008年4月家居产品进口数据

图表：2008年5月家居产品进口数据

图表：2008年6月家居产品进口数据

图表：2008年3季度家居产品进口数据

图表：2008年7月家居产品进口数据

图表：2008年8月家居产品进口数据

图表：2008年9月家居产品进口数据

图表：2008年4季度家居产品进口数据

图表：2008年10月家居产品进口数据

图表：2008年11月家居产品进口数据

图表：2008年12月家居产品进口数据

图表：2008年1-12月家居产品出口数据

图表：2008年1季度家居产品出口数据

图表：2008年1月家居产品出口数据

图表：2008年2月家居产品出口数据

图表：2008年3月家居产品出口数据
图表：2008年2季度家居产品出口数据
图表：2008年4月家居产品出口数据
图表：2008年5月家居产品出口数据
图表：2008年6月家居产品出口数据
图表：2008年3季度家居产品出口数据
图表：2008年7月家居产品出口数据
图表：2008年8月家居产品出口数据
图表：2008年9月家居产品出口数据
图表：2008年4季度家居产品出口数据
图表：2008年10月家居产品出口数据
图表：2008年11月家居产品出口数据
图表：2008年12月家居产品出口数据
图表：2009年1-5月家居产品进口数据
图表：2009年1季度家居产品进口数据
图表：2009年1月家居产品进口数据
图表：2009年2月家居产品进口数据
图表：2009年3月家居产品进口数据
图表：2009年2季度家居产品进口数据
图表：2009年4月家居产品进口数据
图表：2009年5月家居产品进口数据
图表：2009年1-5月家居产品出口数据
图表：2009年1季度家居产品出口数据
图表：2009年1月家居产品出口数据
图表：2009年2月家居产品出口数据
图表：2009年3月家居产品出口数据
图表：2009年2季度家居产品出口数据
图表：2009年4月家居产品出口数据
图表：2009年5月家居产品出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/129526.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。