



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年床行业竞争格局与 投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年床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/130329.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

受国际金融危机影响，2009年一季度家具行业进出口出现负增长，但在国家扩大内需等一系列政策措施扶持下，家具行业生产及利润呈现增长，表现出相对较好的发展势头。随着政策逐步落实到位，及2月19日国务院通过的《轻工业调整和振兴规划》开始实施，家具行业发展会得到较强支持，预计全年将保持平稳增长态势。根据国家统计局数据，一季度全国规模以上家具企业累计完成工业总产值669.58亿元，比上年同期增长7.01%。4月份完成工业产值260.64亿，同比增长8%，1-4月累计同比增长7.2%。由于出口下降，家具行业工业总产值的增速由多年来的两位数降至一位数增长。尽管如此，行业产值仍能保持正增长，表明在国外市场需求减少同时，家具产品在国内的市场份额不断扩大。家具内销率从2008年的63.35%提高到2009年一季度的65.02%，增幅比上年同期更是增加了8.24个百分点。根据海关统计数据，一季度家具行业累计出口值60.05亿美元，比上年同期下降8.03%。1-4月份累计出口82.44亿美元，比上年同期下降8%，累计进口值3.39亿美元，比上年同期下降16.1%。出口值的环比增速回升，说明家具行业的出口有止跌变稳的趋势。

一季度，全国规模以上家具企业总产量为14927.07万件，比上年同期下降4.82%，但家具行业仍然有利润增长，1~2月规模以上家具企业主营业务收入累计为382.99亿元，比上年同期增长4.89%；累计实现利税25.40亿元，比上年同期增长21.31%；实现利润15.01亿元，比上年同期增长24.70%，这表明家具行业在产量减少的情况下，产品附加值不断提高，产品结构有所优化。一季度数据表示，家具行业在国际金融危机冲击下，两极分化现象明显。这说明家具行业已结束长达近20年的高速增长期，进入结构调整阶段。家具生产主要分布在广东、浙江、福建、山东、上海、河南、辽宁、江苏，一季度上述八省市的累计产量占家具行业总产量的93.49%。按产品分类看，木制家具生产集中在广东、山东、浙江、辽宁，以上四省产量占木制家具总产量的78.01%；金属家具生产集中在浙江、广东、福建、上海，四省市产量占金属家具总产量的90.04%；软体家具生产集中在广东、浙江，两省产量占软体家具总产量的68.13%。一季度，各重点区域家具生产与效益发展较不平衡。虽然广东、浙江等传统优势区域在生产规模、水平上仍保持领先地位，但效益下滑较多，且工业总产值增速出现放缓或倒退；山东、四川等家具行业起步较晚区域的工业总产值尽管低于广东、浙江，但利润或工业总产值增速方面已赶超上来；北京、天津的家具行业出现了生产与效益双降或增产不增效的现象，行业形势较差。

家具行业未来发展趋势不仅取决于自身的结构调整情况，还取决于政策扶持力度及与家具行业密切相关的房地产业的复苏状况。伴随着国家出台投资4万亿元扩大内需十项措施和扶持轻纺工业健康发展六项措施，先后三次回调部分家具产品的出口退税率，将17个涉及家具的海关编码商品从限制类目录中剔除、并暂停加工贸易保证金台账“实转”等一系列扶持政策逐

步落实到位，以及国务院通过的《轻工业调整和振兴规划》开始实施，家具行业出口将得到较强的支持。总体上全世界对物美价廉的中国制家具依赖度较大，我国作为世界第一大家具出口国，长期生产的贴牌产品相对满足了国际市场的需要，同时也奠定了普及型产品的国际地位，因而家具行业"中国制造"的基本地位不会发生根本性改变。东部沿海地区受土地、原材料、劳动力等要素成本上升影响，家具企业尤其是出口型企业，向中部及西南、东北等资源丰富地区梯度转移的趋势增强，呈现产业转移规模扩大、转移速度加快、转移来源地相对集中等特点。同时，大量企业积极主动挖掘内销渠道，抢滩内陆及沿海二、三级市场，竞争日趋白热化，将加速行业"洗牌"。根据经济周期性发展基本规律，产业在完成高速发展后必然会有一个调整期。总体速度放缓是一个正常调整，在未来5~10年我国家具业可能会经历大规模的行业整合，在此过程中一部分企业将依靠自主品牌、创新设计、优良品质和低成本等优势脱颖而出，继而推动行业迎来新一轮的发展上升期。

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、中国家具行业协会、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、家装建材行业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国床行业的发展状况、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。本报告是国内外床企业、物业管理和装修公司等单位准确了解目前床行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品，对床的上游供应厂商、床企业以及欲在床领域从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前床业发展动态，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 床行业发展概述

##### 第一节 床的概念

###### 一、床的定义

###### 二、床的特点

###### 三、床的分类

##### 第二节 床行业发展成熟度

###### 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 床市场特征分析

- 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 全球床行业发展分析

### 第一节 世界床行业发展分析

- 一、2007年世界床行业发展分析
- 二、2008年世界床行业发展分析
- 三、2009年世界床行业发展分析

### 第二节 全球床市场分析

- 一、2009年全球床需求分析
- 二、2009年欧美床需求分析
- 三、2009年中外床市场对比

### 第三节 2008-2009年主要国家或地区床行业发展分析

- 一、2008-2009年美国床行业分析
- 二、2008-2009年日本床行业分析
- 三、2008-2009年欧洲床行业分析

## 第三章 我国床行业发展分析

### 第一节 中国床行业发展状况

- 一、2008年床行业发展状况分析
- 二、2008年中国床行业发展动态
- 三、2008年床行业经营业绩分析
- 四、2008年我国床行业发展热点

### 第二节 中国床市场供需状况

- 一、2009年中国床行业供给能力

- 二、2009年中国床市场供给分析
- 三、2009年中国床市场需求分析
- 四、2009年中国床产品价格分析

### 第三节 我国床市场分析

- 一、2008年上半年床市场分析
- 二、2008年下半年床市场分析
- 三、2009年上半年床市场分析
- 四、2009年床市场的走向分析

## 第四章 床产业经济运行分析

### 第一节 2008-2009年中国床产业工业总产值分析

- 一、2008-2009年中国床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年中国床产业市场销售收入分析

- 一、2008-2009年中国床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年中国床产业产品成本费用分析

- 一、2008-2009年中国床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年中国床产业利润总额分析

- 一、2008-2009年中国床产业利润总额分析
- 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 我国床产业进出口分析

### 第一节 我国床产品进口分析

- 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 我国床产品出口分析

### 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 我国床产品进出口预测

### 一、2009年上半年进口分析

### 二、2009年上半年出口分析

### 三、2009年床进口预测

### 四、2009年床出口预测

## 第六章 2008-2009年关联产业发展分析

### 第一节 房地产行业发展分析

#### 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、2009-2012年行业发展形势

### 第二节 家具行业发展分析

#### 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、2009-2012年行业发展形势

## 第七章 中国床需求与消费者偏好调查

### 第一节 2008-2009年中国床产量统计分析

### 第二节 2008-2009年中国床历年消费量统计分析

### 第三节 床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 床产品的品牌市场调查

- 一、消费者对床品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对床产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对床品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、床品牌忠诚度调查
- 六、床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 床行业竞争格局分析

##### 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 床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年床行业竞争格局分析
  - 一、2008年床行业竞争分析
  - 二、2008年中外床产品竞争分析
  - 三、2008-2009年国内外床竞争分析
  - 四、2008-2009年我国床市场竞争分析
  - 五、2008-2009年我国床市场集中度分析
  - 六、2009-2012年国内主要床企业动向

## 第九章 床企业竞争策略分析

### 第一节 床市场竞争策略分析

- 一、2009年床市场增长潜力分析
- 二、2009年床主要潜力品种分析
- 三、现有床产品竞争策略分析
- 四、潜力床品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 床企业竞争策略分析

- 一、金融危机对床行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后床行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国床市场竞争趋势
- 四、2009-2012年床行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年床行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年床企业竞争策略分析

## 第十章 主要床企业竞争分析

### 第一节 全友（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 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

### 第三节 华日（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 美梦思（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 联邦（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 曲美（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 好孩子（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 华丰（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 双叶（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 富之岛（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 床行业发展趋势分析

##### 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年床行业发展趋势分析

##### 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年中国床市场趋势分析

##### 一、2008-2009年床市场趋势总结

##### 二、2009-2012年床发展趋势分析

##### 三、2009-2012年床市场发展空间

##### 四、2009-2012年床产业政策趋向

五、2009-2012年床技术革新趋势

六、2009-2012年床价格走势分析

## 第十二章 未来床行业发展预测

### 第一节 未来床需求与消费预测

一、2009-2012年床产品消费预测

二、2009-2012年床市场规模预测

三、2009-2012年床行业总产值预测

四、2009-2012年床行业销售收入预测

五、2009-2012年床行业总资产预测

### 第二节 2009-2012年中国床行业供需预测

一、2008-2012年中国床供给预测

二、2009-2012年中国床产量预测

三、2009-2012年中国床需求预测

四、2009-2012年中国床供需平衡预测

五、2009-2012年中国床产品价格预测

六、2009-2012年主要床产品进出口预测

## 第四部分 投资战略研究

### 第十三章 床行业投资现状分析

#### 第一节 2008年床行业投资情况分析

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年上半年床行业投资情况分析

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 床行业投资环境分析

### 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年床行业政策环境

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 床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 床行业投资效益分析

一、2008-2009年床行业投资状况分析

二、2009-2012年床行业投资效益分析

三、2009-2012年床行业投资趋势预测

四、2009-2012年床行业的投资方向

五、2009-2012年床行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第四节 影响床行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响床行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响床行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响床行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国床行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国床行业发展面临的机遇分析

#### 第五节 床行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年床行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年床行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年床行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年床行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年床同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年床行业其他风险及控制策略

### 第十六章 床行业投资战略研究

#### 第一节 床行业发展战略研究

- 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 对我国床品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、床实施品牌战略的意义
- 三、床企业品牌的现状分析
- 四、我国床企业的品牌战略
- 五、床品牌战略管理的策略

#### 第三节 床行业投资战略研究

- 一、2009年家具行业投资战略研究
- 二、2009年床行业投资战略研究
- 三、2009-2012年床行业投资形势

#### 四、2009-2012年床行业投资战略

##### 图表目录

图表：床产业链分析

图表：国际床市场规模

图表：国际床生命周期

图表：2008-2009年中国床行业市场规模

图表：2008-2009年全球床产业市场规模

图表：2008-2009年床重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国床行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国床行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国床行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国床竞争力分析

图表：2009-2012年中国床产能预测

图表：2009-2012年中国床消费量预测

图表：2009-2012年中国床市场前景预测

图表：2009-2012年中国床市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国床发展前景预测

图表：2008年1-12月床产量全国合计

图表：2008年1-12月床产量北京市合计

图表：2008年1-12月床产量天津市合计

图表：2008年1-12月床产量河北省合计

图表：2008年1-12月床产量山西省合计

图表：2008年1-12月床产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月床产量吉林省合计

图表：2008年1-12月床产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月床产量上海市合计

图表：2008年1-12月床产量江苏省合计

图表：2008年1-12月床产量浙江省合计

图表：2008年1-12月床产量安徽省合计

图表：2008年1-12月床产量福建省合计

图表：2008年1-12月床产量江西省合计

图表：2008年1-12月床产量山东省合计

图表：2008年1-12月床产量河南省合计

图表：2008年1-12月床产量湖北省合计

图表：2008年1-12月床产量湖南省合计

图表：2008年1-12月床产量广东省合计

图表：2008年1-12月床产量广西区合计

图表：2008年1-12月床产量海南省合计

图表：2008年1-12月床产量重庆市合计

图表：2008年1-12月床产量四川省合计

图表：2008年1-12月床产量贵州省合计

图表：2008年1-12月床产量云南省合计

图表：2008年1-12月床产量陕西省合计

图表：2008年1-12月床产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月床产量新疆区合计

图表：2008年1-12月床产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月床产量全国合计

图表：2009年1-5月床产量北京市合计

图表：2009年1-5月床产量天津市合计

图表：2009年1-5月床产量河北省合计

图表：2009年1-5月床产量山西省合计

图表：2009年1-5月床产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月床产量吉林省合计

图表：2009年1-5月床产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月床产量上海市合计

图表：2009年1-5月床产量江苏省合计

图表：2009年1-5月床产量浙江省合计

图表：2009年1-5月床产量安徽省合计

图表：2009年1-5月床产量福建省合计

图表：2009年1-5月床产量江西省合计

图表：2009年1-5月床产量山东省合计

图表：2009年1-5月床产量河南省合计

图表：2009年1-5月床产量湖北省合计



图表：2009年1-5月床产量湖南省合计

图表：2009年1-5月床产量广东省合计

图表：2009年1-5月床产量广西区合计

图表：2009年1-5月床产量海南省合计

图表：2009年1-5月床产量重庆市合计

图表：2009年1-5月床产量四川省合计

图表：2009年1-5月床产量贵州省合计

图表：2009年1-5月床产量云南省合计

图表：2009年1-5月床产量陕西省合计

图表：2009年1-5月床产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月床产量新疆区合计

图表：2009年1-5月床产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月家具行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月家具行业收入前十家企业

图表：2008年5月家具行业收入前十家企业

图表：2008年8月家具行业收入前十家企业

图表：2008年11月家具行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月家具行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月家具行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月床进口数据

图表：2008年1季度床进口数据

图表：2008年1月床进口数据

图表：2008年2月床进口数据

图表：2008年3月床进口数据

图表：2008年2季度床进口数据

图表：2008年4月床进口数据

图表：2008年5月床进口数据

图表：2008年6月床进口数据

图表：2008年3季度床进口数据

图表：2008年7月床进口数据

图表：2008年8月床进口数据

图表：2008年9月床进口数据

图表：2008年4季度床进口数据

图表：2008年10月床进口数据

图表：2008年11月床进口数据

图表：2008年12月床进口数据

图表：2008年1-12月床出口数据

图表：2008年1季度床出口数据

图表：2008年1月床出口数据

图表：2008年2月床出口数据

图表：2008年3月床出口数据

图表：2008年2季度床出口数据

图表：2008年4月床出口数据

图表：2008年5月床出口数据

图表：2008年6月床出口数据

图表：2008年3季度床出口数据

图表：2008年7月床出口数据

图表：2008年8月床出口数据

图表：2008年9月床出口数据

图表：2008年4季度床出口数据

图表：2008年10月床出口数据

图表：2008年11月床出口数据

图表：2008年12月床出口数据

图表：2009年1-5月床进口数据

图表：2009年1季度床进口数据

图表：2009年1月床进口数据

图表：2009年2月床进口数据

图表：2009年3月床进口数据

图表：2009年2季度床进口数据

图表：2009年4月床进口数据

图表：2009年5月床进口数据

图表：2009年1-5月床出口数据

图表：2009年1季度床出口数据

图表：2009年1月床出口数据

图表：2009年2月床出口数据

图表：2009年3月床出口数据

图表：2009年2季度床出口数据

图表：2009年4月床出口数据

图表：2009年5月床出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/130329.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。