



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国窗帘窗饰行业 投资策略分析及竞争战略研究咨 询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国窗帘窗饰行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/133464.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

→内容简介

随着金融风暴席卷全球，中国纺织业遭遇了其高速发展30年来的"寒冬"。家用纺织品作为目前纺织业中最具潜力和利润率相对较高的板块，自然也不能例外。因此，窗帘窗饰市场也困难重重。窗帘窗饰的销售跟房地产的销售情况有连带关系，房地产受经济危机的影响很大，买房子的人少了，买窗帘的人当然也跟着少了。从消费者层面来说，金融危机并没有改变人们对生活必需品的需求，只是消费结构发生了变化。人们的视线更多地转向中低端市场，价格更成为他们关注的重点，尤其是生活在农村的人们。目前，我国农村每年人均在纺织品方面的支出不足200元，与城市1000多元的水平相比，差距还很大。国际需求下降严重，但国内市场潜力很大，尤其是农村市场。在保有信心的同时，观察市场行情，发现市场规律，在规律中寻找适合发展的出路，摆脱目前的销售困境，是市场决策力的突出表现。

随着人们生活品位的提高，窗帘窗饰也逐渐随着季节和流行而趋向于时装化。几幅别出心裁的窗帘会让家显得更加温馨。虽然家居饰品不像衣服那样随着季节、潮流而变化，但是在装饰时装化的理念下，每年的窗帘都会展示出独具魅力的流行趋势。2009年窗帘的色彩流行趋势，创造生动、热烈、精致等视觉感受。虽说窗帘要根据装饰风格、个人喜好而定，但是每年市场上的流行色总是吸引大批消费者追随。2009年，紫色和棕色或将成为窗帘市场的主打色。由温暖的红色和冷静的蓝色相结合从而产生了紫色，不仅给人一种神秘感，而且也给布料带来了精致感。另一个主角是棕色系，包括牛奶巧克力到深棕色的渐变和组合。2009年窗帘的布料流行趋势，环保布料崇尚自然清新。如今，绿色环保的观念已经深入人心，体现在窗帘布艺等家居饰品上，就是对布料选用、设计造型的讲究。2009年窗帘的配饰流行趋势，配饰多样增加情趣。一幅窗帘上的配饰包括布带、吊钩、花边、挂球、纽扣等多种。2009年窗帘的配饰更加多样和精致。各种挂饰不仅颜色、材质多变，而且各种串珠的方法不同，有的并排而立，有的网状交错。而点缀在窗帘上，帘头是这些配饰的"集中营"。2009年窗帘的搭配流行趋势，"一体化"搭配更加流行。窗帘、飘窗上的棉垫、抱枕、沙发、床品等在一个房间内的家纺用品都做成了同一风格，甚至是同一花形或图案。2009年窗帘的高科技流行趋势，自动控制窗帘更便利。除了外在造型上的变化，还有很多定位高端市场的窗帘上加入高科技元素，家里窗帘可以通过遥控、调节开关甚至利用互联网就可以自动控制。有了这些科技的力量，窗帘变得既美观又实用。

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、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国纺织工业协会、中国纺织流通协会、中国家用纺织品

行业协会、全国及海外多种相关报刊杂志等公布和提供的大量资料。本研究咨询报告分析了中国窗帘窗饰行业发展现状及发展特点，重点论述和分析了窗帘窗饰行业的国内市场需求规模、竞争格局以及区域分布特点。报告对中国窗帘窗饰业进出口形势进行了深入分析，并综述了中国窗帘窗饰的营销情况；对行业总体的发展趋势进行预测，并对行业内领先品牌企业的成功运营模式及其发展策略进行了深入分析。报告内容丰富、详细，在撰写的过程中，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，为企业了解目前中国窗帘窗饰行业发展现状和趋势，把握窗帘窗饰市场需求及竞争形势，制定有效的发展战略等提供了大量的信息资料和有利的决策参考依据。

→报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 窗帘窗饰行业发展概述 1

第一节 窗帘窗饰定义及分类 1

一、窗帘窗饰的定义 1

二、窗帘窗饰的种类 6

三、窗帘窗饰的特性 8

第二节 窗帘窗饰行业特点 11

一、属典型的劳动密集型产业 11

二、技术壁垒及行业门槛分析 11

三、属外向型的产业 11

四、投资少、收效快 12

第二章 全球窗帘窗饰市场发展分析 13

第一节 2009年全球窗帘窗饰市场分析 13

一、全球窗帘窗饰行业的发展现状分析 13

二、全球窗帘窗饰行业竞争趋势 14

第二节 主要国家地区窗帘窗饰市场分析 14

一、2008-2009年美国窗帘窗饰市场分析 14

二、2008-2009年欧洲窗帘窗饰市场分析 18

三、2008-2009年德国窗帘窗饰市场分析 19

四、2008-2009年意大利窗帘窗饰市场分析 22

第三章 2009年我国家纺行业发展现状 23

第一节 2009年家纺行业发展分析 23

一、2009年中国家纺产业环境及对策 23

二、2009年家纺行业供需情况 27

三、2009年家纺企业品牌发展出路 30

四、2009年家纺品牌发展态势 34

第二节 2008-2009年纺织行业运行情况 36

一、2008年纺织业销售收入前十家企业 36

二、2009年纺织业主要经济指标运行分析 38

第三节 2009年上半年家纺行业经济运行分析 40

一、2009年上半年经济指标完成情况分析 40

二、2009年上半年出口情况分析 41

三、2009年上半年主要运行特点和问题 44

第四节 2009年我国家纺行业绩效分析 46

一、2009年上半年行业产销情况 46

二、2009年上半年行业发展规模 49

三、2009年上半年行业盈利能力 50

四、2009年上半年行业经营发展能力 52

五、2009年上半年行业偿债能力 54

第四章 窗帘窗饰行业发展分析 55

第一节 全国窗帘窗饰市场分析 55

一、我国窗帘窗饰行业市场发展现状分析 55

二、2008-2009年金融危机对窗帘窗饰市场的影响 57

三、2008-2009年装修行业对窗帘窗饰市场的影响 58

第二节 窗帘窗饰市场销售情况分析 59

一、2008年窗帘窗饰销量情况 59

二、2008年窗帘窗饰国内市场销售情况 60

三、2008年窗帘窗饰出口情况分析 65

四、2008年窗帘窗饰成交情况 66

五、窗帘窗饰市场的品牌危机分析 69

第三节 窗帘窗饰市场价格分析 71

- 一、2008-2009年窗帘窗饰价格分析 71
- 二、窗帘窗饰价格情况分析 73
- 三、影响电动窗帘价格的因素 75

第五章 窗帘窗饰市场发展情况分析 81

第一节 窗帘窗饰市场发展分析 81

- 一、窗帘窗饰产业前景分析 81
- 二、窗帘窗饰的产品定位 81
- 三、窗帘窗饰产品经营情况 83
- 四、窗帘窗饰品牌价值分析 84
- 五、窗帘窗饰的研发情况 85

第二节 窗帘窗饰行业发展存在的问题 87

- 一、规模小门槛低 87
- 二、产品线众多难形成整体系统 87
- 三、销售市场乏善可陈 88
- 四、自主创新不足 88
- 五、营销理念和经营模式落后 88

第三节 窗帘窗饰市场消费群偏好分析 89

- 一、伙伴式消费 89
- 二、冲动性消费 90
- 三、感觉购物 90
- 四、攀比消费 91
- 五、关系型消费 91

第四节 窗帘窗饰业价值营销分析 92

- 一、产品价值 92
- 二、人员价值 93
- 三、服务价值 93

第六章 窗帘窗饰区域市场发展分析 95

第一节 中国家纺产业集群地发展分析 95

- 一、广东 95
- 二、上海 96

三、江苏 97

四、浙江 99

五、山东 100

第二节 2008-2009年各省市窗帘窗饰市场分析 102

一、银川市窗帘窗饰市场分析 102

二、绍兴窗帘窗饰市场分析 102

三、深圳市窗帘窗饰市场分析 103

四、广州市窗帘窗饰市场分析 105

五、湖南省窗帘窗饰市场分析 109

六、湖北省窗帘窗饰市场分析 110

七、山东省窗帘窗饰市场分析 110

第二部分 行业竞争格局

第七章 窗帘窗饰行业竞争格局分析 113

第一节 2009年家纺行业竞争格局 113

一、2008-2009年家纺企业竞争力500强 113

二、家纺企业内销市场竞争力分析 114

三、2009年家纺行业竞争情况分析 117

四、2009年家纺市场竞争格局 118

第二节 中国窗帘窗饰行业竞争格局综述 119

一、2008年中国十大品牌窗帘窗饰排行 119

二、2008年窗帘窗饰市场竞争力 120

三、窗帘窗饰行业竞争力分析 123

四、窗帘窗饰成品差异化竞争分析 128

五、国内外窗帘窗饰市场竞争分析 129

六、2009-2011年窗帘窗饰企业实施兼并重组趋势 130

第八章 窗帘窗饰企业竞争策略分析 131

第一节 领先者市场竞争策略 131

一、维护高质量形象 131

二、扩大市场需求总量 131

三、保护市场份额 132

四、扩大市场份额 132

第二节 挑战者市场竞争策略 133

一、正面进攻 133

二、侧翼攻击 133

三、包围进攻 133

四、迂回攻击 134

五、游击战 134

第三节 新形势下的窗帘窗饰企业竞争策略 134

一、利用优势纵深发展 134

二、改善开发能力 135

三、改变企业地位 136

四、企业联盟 136

五、发展品牌 137

六、创新经营 138

第九章 窗帘窗饰重点企业竞争分析 139

第一节 孚日集团股份有限公司 139

一、企业概况 139

二、2008-2009年公司经营状况 140

三、2009年公司动态 145

第二节 广东美居乐家纺用品有限公司 146

一、企业概况 146

二、公司发展优势 147

三、2009年公司动态 148

第三节 浙江金蝉家纺服饰有限公司 149

一、企业概况 149

二、2009年公司动态 150

第四节 宁波维科家纺有限公司 151

一、企业概况 151

二、2009年公司动态 154

第五节 上海国成塑料有限公司 155

一、企业概况 155

二、2009年公司动态 155

第六节 亨特道格拉斯工业（中国）有限公司上海公司 156

一、企业概况 156

二、窗饰零售产品 158

三、2009年公司动态 158

第七节 亨特道格拉斯工业（中国）有限公司北京公司 159

一、企业概况 159

二、2009年公司动态 159

第八节 亨特建材(深圳)有限公司 160

一、企业概况 160

二、2009年公司动态 160

第九节 元鼎饰材实业(镇江)有限公司 160

第十节 清远清新大中塑胶制品有限公司 161

第十一节 其他主要企业发展分析 162

一、永发窗帘制品有限公司 162

二、郑州时代窗饰制品有限公司 163

三、寿光市玉马窗饰制品有限公司 163

四、上海名成窗饰制造有限公司 165

五、安吉得来意窗饰有限公司 167

六、上海青鹰遮阳技术发展有限公司 168

七、上海青欣窗帘制造有限公司 169

第三部分 行业发展预测

第十章 窗帘窗饰行业营销分析 171

第一节 窗帘窗饰企业营销战略 171

一、窗帘窗饰企业营销战略模式选择要求 171

二、窗帘窗饰企业的营销战略模式选择 171

三、窗帘窗饰企业的营销战略选择关键 174

第二节 窗帘窗饰企业成功营销策略 175

一、专卖店营销 175

二、广告营销 177

三、体育营销 178

四、电子商务营销 179

五、主题营销 180

六、榜样纺企 180

七、路演营销 181

第三节 窗帘窗饰营销渠道分析 182

一、窗帘窗饰企业的销售对象 182

二、窗帘窗饰网上开店优势 183

三、中国窗帘窗饰企业的渠道选择 185

四、窗帘窗饰企业的销售渠道 189

五、窗帘窗饰市场多元化渠道分析 193

第四节 窗帘窗饰企业网络营销分析 197

一、网络营销策划 198

二、网络新闻发布 198

三、网络活动宣传/品牌招商 199

四、搜索引擎优化 199

五、危机公关管理 199

第十一章 窗帘窗饰行业发展趋势分析 201

第一节 2009年窗帘窗饰面料流行趋势分析 201

一、功能性和高科技性 201

二、花型 202

三、立体 203

四、混纺 203

五、轻薄 204

第二节 2009-2010年中国窗帘窗饰市场趋势分析 204

一、我国窗帘窗饰行业发展前景 204

二、2009年窗帘最新流行趋势 205

三、2009年中国家纺行业发展前景分析 207

四、2009年中国家纺行业发展趋势分析 211

五、2010年中国家纺行业流行趋势 216

第十二章 未来窗帘窗饰行业发展预测 220

第一节 2009年窗帘窗饰行业流行趋势 220

一、色彩 220

二、布料 220

三、配饰 221

四、搭配 221

五、高科技 221

第二节 2009-2012年窗帘技术发展趋势 222

一、光控窗帘 222

二、隔音窗帘 222

三、节能窗帘 222

四、隐身窗帘 223

五、太阳能窗帘 223

第四部分 行业投资战略研究

第十三章 窗帘窗饰行业投资环境分析 225

第一节 经济发展环境分析 225

一、2009年上半年宏观经济发展分析 225

二、2009-2010年中国宏观经济趋势预测 239

三、2009-2010年投资趋势及其影响预测 242

第二节 政策法规环境分析 245

一、解读《纺织工业调整和振兴规划》 245

二、2009年纺织品服装出口退税率提高 249

三、2009年我国首个纺织服装专业市场标准实施 250

第三节 社会发展环境分析 251

一、2008-2009年上半年居民消费价格分类指数分析 251

二、2009年上半年全国居民收入情况分析 260

三、2009年上半年全国社会消费品零售总额 260

四、2009年上半年全国居民消费价格分析 260

五、2009年上半年全国城镇投资情况 261

第四节 纺织行业振兴规划 276

一、纺织行业振兴规划概述 276

二、纺织行业振兴规划细则 282

- 三、纺织行业振兴规划主要任务 291
- 四、纺织行业振兴规划主要措施 294
- 五、纺织行业振兴规划的意义与作用 296
- 六、纺织行业振兴规划对窗帘窗饰行业的影响 297

第十四章 窗帘窗饰行业投资机会与风险 299

第一节 中国窗帘窗饰行业SWOT分析 299

- 一、优势 299
- 二、劣势 299
- 三、机会 300
- 四、威胁 300

第二节 2009年纺织行业投资风险和门槛分析 301

- 一、2009年纺织业投资风险分析 301
- 二、2009年纺织业的投资门槛分析 303
- 三、2009年纺织服装的投资机会 306
- 四、2009年家用纺织品店投资前景 307

第三节 窗帘窗饰行业投资情况 309

- 一、智能窗帘店的投资效益分析 309
- 二、新型智能窗帘的投资前景 311
- 三、窗帘农村市场投资潜力分析 312
- 四、投资经营窗帘店的注意事项 312
- 五、投资窗帘布艺店的新模式 313

第十五章 窗帘窗饰行业投资战略研究 316

第一节 窗帘窗饰行业发展战略研究 316

- 一、技术开发战略 316
- 二、产业战略规划 319
- 三、业务组合战略 321
- 四、营销战略规划 324
- 五、区域战略规划 326
- 六、企业信息化战略规划 335

第二节 2009-2012年我国窗帘窗饰企业发展策略 337

- 一、坚守核心主业 337
- 二、构建优质渠道 337
- 三、整合优质资源 338
- 四、提升经营能力 339

图表目录：

- 图表：2006-2009年美国三大家纺产品的销售量 16
- 图表：2009年美国女性购买家纺用品的零售渠道 16
- 图表：2009年美国家纺用品消费情况 17
- 图表：2009年美国女性期望家纺产品拥有的特性 18
- 图表：2008年2月纺织业销售收入前十家企业 36
- 图表：2008年5月纺织业销售收入前十家企业 37
- 图表：2008年8月纺织业销售收入前十家企业 37
- 图表：2008年11月纺织业销售收入前十家企业 37
- 图表：2009年1-5月纺织业主要经济指标全国合计 38
- 图表：2009年1-5月主要家纺产品出口情况 42
- 图表：2009年1-5月家纺产品出口前十个国家统计表 43
- 图表：2009年1-5月家纺产品出口金额前五个省（市）统计表 43
- 图表：2009年1-5月全国纺织业累计产成品 46
- 图表：2009年1-5月全国纺织业累计产成品比上年同期增长 46
- 图表：2009年1-6月全国纺织业新产品产值 47
- 图表：2009年1-6月全国纺织业新产品产值比上年同期增长 47
- 图表：2009年1-5月全国纺织业主营业务收入 47
- 图表：2009年1-5月全国纺织业主营业务收入比上年同期增长 47
- 图表：2009年1-3月全国纺织业累计工业总产值（当年价格） 47
- 图表：2009年1-3月全国纺织业工业累计总产值比上年同期增长（当年价格） 48
- 图表：2009年1-6月全国纺织业累计工业销售产值 48
- 图表：2009年1-6月全国纺织业累计工业销售产值比上年同期增长 48
- 图表：2009年1-5月全国纺织业主营业务成本 48
- 图表：2009年1-5月全国纺织业主营业务成本比上年同期增长 48
- 图表：2009年1-5月全国纺织业全部从业人数平均个数 49
- 图表：2009年1-5月全国纺织业全部从业人数平均比上年同期增长 49

图表：2009年1-6月全国纺织业累计企业单位数 49

图表：2009年1-5月全国纺织业累计亏损企业单位数 49

图表：2009年1-5月全国纺织业累计亏损企业单位数比上年同期增长 49

图表：2009年1-5月全国纺织业资产总计 50

图表：2009年1-5月全国结构性金属制品资产总计比上年同期增长 50

图表：2009年1-5月全国纺织业利润总额 50

图表：2009年1-5月全国纺织业利润总额比上年同期增长 50

图表：2009年1-5月全国纺织业累计亏损企业亏损总额 50

图表：2009年1-5月全国纺织业累计亏损企业亏损总额比上年同期增长 51

图表：2009年1-5月全国纺织业负债合计 51

图表：2009年1-5月全国纺织业负债合计比上年同期增长 51

图表：2009年1-5月全国纺织业流动资产净值平均余额 51

图表：2009年1-5月全国纺织业流动资产净值平均余额比上年同期增长 51

图表：2009年1-6月全国纺织业出口交货值 52

图表：2009年1-6月全国纺织业出口交货值比上年同期增长 52

图表：2009年1-5月全国纺织业主营业务税金及附加 52

图表：2009年1-5月全国纺织业主营业务税金及附加比上年同期增长 52

图表：2009年1-5月全国纺织业管理费用 52

图表：2009年1-5月全国纺织业管理费用比上年同期增长 53

图表：2009年1-5月全国纺织业财务费用 53

图表：2009年1-5月全国纺织业财务费用比上年同期增长 53

图表：2009年1-5月全国纺织业利息支出 53

图表：2009年1-5月全国纺织业利息支出比上年同期增长 53

图表：2009年1-5月全国纺织业应收帐款净额 54

图表：2009年1-5月全国纺织业应收帐款净额比上年同期增长 54

图表：2009年1-5月全国纺织业营业费用 54

图表：2009年1-5月全国纺织业营业费用比上年同期增长 54

图表：家居产业的分类 82

图表：布艺企业的销售渠道 83

图表：布艺品牌核心价值 84

图表：布艺研发过程 86

图表：销售窗帘服务过程中创造价值 94

图表：中国五大家纺产业集群地 95

图表：外贸型家纺企业的营销价值链 115

图表：家纺行业品牌集中度的发展阶段 116

图表：本阶段国内家纺行业的关键竞争要素 117

图表：2008年中国十大品牌窗帘布艺排行 119

图表：2008年窗帘市场竞争力统计图 120

图表：2008年窗帘市场竞争力指数 121

图表：2008年窗帘市场畅销排名统计图 121

图表：2008年窗帘市场产品畅销指数 122

图表：2008年窗帘市场占有率统计图 122

图表：2008年窗帘市场占有率情况 123

图表：2008年孚日集团股份有限公司主营收入季度分布图 140

图表：2008年孚日集团股份有限公司利润总额构成 140

图表：2009年2季度孚日集团股份有限公司主营业务构成 141

图表：2008-2009年2季度孚日集团股份有限公司主营构成表 141

图表：2008-2009年2季度孚日集团股份有限公司每股指标 142

图表：2008-2009年2季度孚日集团股份有限公司获利能力表 142

图表：2008-2009年2季度孚日集团股份有限公司经营能力表 142

图表：2008-2009年2季度孚日集团股份有限公司偿债能力表 143

图表：2008-2009年2季度孚日集团股份有限公司资本结构表 143

图表：2008-2009年2季度孚日集团股份有限公司发展能力表 143

图表：2008-2009年2季度孚日集团股份有限公司现金流量分析表 143

图表：2008-2009年2季度孚日集团股份有限公司利润分配表 144

图表：浙江金蝉家纺服饰有限公司销售网络 150

图表：山东玉马窗饰制品有限公司销售国内分布图 164

图表：山东玉马窗饰制品有限公司销售国际分布图 165

图表：2008-2009年5月CPI、PPI涨幅走势图 225

图表：2008-2009年5月全国70大中城市房价涨幅走势图 225

图表：2008-2009年5月进出口总值 226

图表：2009年上半年GDP累计增速 226

图表：2009年6月CPI增速情况 226

图表：2009年上半年货币供应量情况 227

图表：2009年上半年投资、消费及出口增长情况 227

图表：2009年上半年工业增加值增速情况 227

图表：2009年上半年经济数据分析 228

图表：2009年上半年宏观经济价格指数 231

图表：2009年上半年宏观经济增长指标 231

图表：2009年上半年宏观经济外贸指标 231

图表：2009年上半年宏观经济金融指标 231

图表：1995-2009年6月我国CPI走势图 232

图表：1995-2009年6月我国PPI走势图 232

图表：1991-2009年上半年GDP增长趋势 232

图表：2008-2009年6月CPI&PPI走势图 233

图表：2008-2009年上半年银行新增信贷走势 233

图表：2008-2009年上半年我国进出口增幅走势图 234

图表：2008-2009年上半年外储余额走势图 234

图表：2008-2009年上半年FDI走势图 235

图表：2008-2009年上半年工业增加值增幅走势 235

图表：2008-2009年上半年我国主要税种同比增幅 236

图表：2008-2009年7月我国财政收入同比、环比增长速度走势图 236

图表：2008-2009年7月进出口总值 237

图表：2008-2009年7月CPI、PPI涨幅走势图 237

图表：2009年7月工业增加值增幅走势 238

图表：2008-2009年7月房价走势图 238

图表：2008-2009年7月银行新增信贷走势 238

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 251

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 251

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 252

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 252

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 253

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 253

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 254

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 254

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析 255

图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析 255
图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析 256
图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析 256
图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析 257
图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析 257
图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析 258
图表：2009年4月居民消费价格分类指数分析 258
图表：2009年5月居民消费价格分类指数分析 259
图表：2009年6月居民消费价格分类指数分析 259
图表：2009年1-2月城镇固定资产投资情况 261
图表：2009年1-3月城镇固定资产投资情况 262
图表：2009年1-4月城镇固定资产投资情况 263
图表：2009年1-5月城镇固定资产投资情况 264
图表：2009年1-6月城镇固定资产投资情况 265
图表：2009年1-2月各行业城镇投资情况 266
图表：2009年1-3月各行业城镇投资情况 267
图表：2009年1-4月各行业城镇投资情况 268
图表：2009年1-5月各行业城镇投资情况 269
图表：2009年1-6月各行业城镇投资情况 270
图表：2009年1-2月各地区城镇投资情况 271
图表：2009年1-3月各地区城镇投资情况 272
图表：2009年1-4月各地区城镇投资情况 273
图表：2009年1-5月各地区城镇投资情况 274
图表：2009年1-6月各地区城镇投资情况 275
图表：区域发展战略咨询流程图 332
图表：区域SWOT战略分析图 334

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/133464.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。