



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国床垫行业投资 策略分析及竞争战略研究咨询报 告

一、调研说明

《2009-2012年中国床垫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/138200.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

我国的软垫业起步于上世纪80年代初期，大约有20多条自国外引进的、规模不等的弹簧软床垫生产线散布于全国各地，初步构建了我国软垫行业的发展基础和市场雏形。至90年代末期，我国从国外引进的生产线数量已接近200余条。随着国家床具机械的兴起和发展，因软垫业的入业门槛低而催生了大量的软垫企业，进一步促成了中国软垫业的快速发展。二十多年来，中国软垫业规模以上的企业已经有六七百家，年生产能力达800万床，涌现了山东淄博凤阳床垫厂和广州穗宝床垫厂等一大批知名企业。我国软垫市场是一个快速发展的市场，从上世纪80年代中期至今的短短二十几年间，不仅生成了一个庞大而广阔的市场，而且还促成了中国传统木制床具的变革，形成了人们对睡眠方式的新概念。一般来说，传统的木制床具，其板面距地面约45公分左右，而现在几乎所有的木制床具包括成套高档卧房家具中的床具，都必须降低床板平面距地面的尺寸，以适应配置弹簧软床垫的要求，因为现在的消费者视弹簧软床垫为婚嫁、乔迁的必不可少的耐用消费品。经粗略估算，目前中国软垫业以不同的业态存在并生产制造弹簧软床的有1000家左右，其中既有专业床垫制造厂家，也有一些具备相当规模的卧房木家具企业自己配套的床垫生产线，还有一些原辅材料供应厂家也在小批量生产床垫，计年生产能力应该在2000万床以上。这些企业在国内相对独立的区域内形成了拥有主导地位的主流品牌床垫企业为主，弱势床垫企业争占和填补低端产品市场为辅的市场格局。

中国的床垫销售数量，每年都在成倍的递增，专业生产软床、床垫的企业也越来越多，规模越来越大，就拿慕思来讲，被业界誉为“以狼的速度”在全国迅猛扩张，短短5年时间，慕思已经成为一匹迅速崛起的行业黑马、国内领先的健康睡眠的寝具代表品牌。迄今，慕思旗下拥有了凯奇、歌蒂娅、0769、3D等四个寝具系列品牌，在全国开设超过四百家的寝具专卖店，范围从珠三角扩大到包括台湾在内的全国各个省区，产品从普通的床垫发展到集床垫、软床、排骨架、床品等多个系列，实现了跨越式的增长。2009年，慕思发起的全国健康睡眠万里行更是掀起了一场健康睡眠旋风。而即使是遭遇“破产风波”的席梦思，中国内地在短短几年时间里也已成为席梦思成长性最好的海外市场。但与此同时，我们更需要直面的是，在旺盛的市场需求背后，软床、床垫行业发展良莠不齐的现状：在近两年的床垫质量检测报告中，各地都出现了一些以次充好、以假乱真、低价倾销劣质床垫等问题，不仅对消费者身心健康造成极大的危害，也严重影响了家具行业的形象。虽然历经百年的席梦思目前陷入了“破产风波”，但席梦思品牌优良的品质和深入人心的品牌影响力，仍然值得国内的床垫品牌企业学习。

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、中国建筑材料联合会、中国家具行业协会、软垫家具专业委员会、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，对我国床垫行业的发展状况、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。本报告是国内外床垫企业、物业管理和装修公司等单位准确了解目前床垫行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品，对床垫的上游供应厂商、床垫企业以及欲在床垫领域从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前床垫业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状分析

第一章 床垫行业发展概述 1

第一节 床垫的概念 1

一、床垫的定义 1

二、床垫的分类 1

三、床垫行业发展概况 2

第二节 乳胶床垫概况 2

一、乳胶床垫 2

二、乳胶介绍 2

三、乳胶特点 3

四、乳胶产品介绍 3

第三节 床垫行业特征 5

一、床垫指数 5

二、经济新指标 5

第二章 全球床垫行业发展分析 6

第一节 美国床垫行业发展分析 6

一、美国睡眠产业规模分析 6

- 二、美国床垫市场发展状况 8
- 三、美国床垫行业政策法规分析 10
- 四、2009年美国床垫业发展困境及对策 11
- 第二节 其他国家床垫行业发展分析 14
- 一、欧盟制定床垫生态标签标准要求 14
- 二、德国床垫市场分析 14
- 三、土耳其床垫商家投资美国市场分析 15
- 四、发展中国家床垫市场分析 15

第三章 我国床垫行业发展分析 16

第一节 中国床垫行业发展状况 16

- 一、中国床垫市场特征 16
- 二、中国床垫市场现有结构分析 17
- 三、弱势床垫企业发展状况 18
- 四、2009年中国床垫业发展现状分析 21
- 五、床垫市场价格悬殊原因分析 22

第二节 中国软床垫行业现状 25

- 一、中国软垫业发展概况 25
- 二、中国软垫业的市场格局 27
- 三、中国软垫业的发展状况 28

第三节 洋品牌在我国民用床垫市场发展分析 29

- 一、洋品牌掘金中国床垫市场 29
- 二、民用市场成布阵新重点 30
- 三、理念推广策略 31

第四节 国产床垫进军高端市场 31

- 一、国产品牌觊觎高端市场 32
- 二、分类制作创新策略 32
- 三、中国高端床垫市场格局分析 33

第四章 家具产业经济运行分析 36

第一节 2008年我国家具制造业总体运行指标分析 36

- 一、2008年我国家具制造业总体运行情况 36

- 二、2008年家具制造业销售收入前十家企业 37
- 三、2008年我国家具产量情况 39
- 第二节 2009年我国家具制造业总体运行指标分析 43
- 一、2009年我国家具制造业总体运行情况 43
- 二、2009年我国家具产量情况 46

第五章 我国床垫产业品牌分析 56

- 第一节 软床垫中国名牌建设分析 56
- 一、轻工中国名牌产品的基本情况 57
- 二、中国名牌产品申请条件 58
- 三、弹簧软床垫行业培育中国名牌分析 61
- 第二节 床垫品牌竞争问题分析 62
- 一、产品卖点高度 62
- 二、销售人员话术 63
- 三、终端陈列 63
- 四、促销手段 63
- 第三节 部分地区床垫品牌分析 63
- 一、深圳市场床垫品牌分析 63
- 二、湖南床垫行业品牌动向分析 64
- 三、衡水床垫行业品牌发展分析 65
- 第四节 家居行业调整战略分析 66
- 一、金融危机影响下家居行业战略转型分析 66
- 二、2009年家居品牌竞争战略分析 69
- 三、高端家居战略调整分析 73

第六章 2008-2009年关联产业发展分析 75

- 第一节 房地产行业发展分析 75
- 一、2009年全国房地产市场发展状况 75
- 二、2009年1-8月份全国房地产市场运行情况 85
- 三、2009年我国大中城市房屋市场销售价格指数 92
- 四、未来十年中国二、三线城市房地产投资潜力 122
- 第二节 家具行业发展分析 123

- 一、2009年上半年中国家具产业发展现状 124
- 二、我国家具行业发展速度分析 125
- 三、中国家具行业微利时代发展分析 127
- 四、中国家具行业发展挑战分析 130
- 五、2009年中国家具产业发展趋势预测 131

第七章 中国床垫需求与消费者偏好调查 133

第一节 家居消费者分析 133

- 一、2009年富豪房产家居消费价格分析 133
- 二、“80后”家居消费行为分析 134
- 三、2009年家居行业消费需求分析 136
- 四、2009年整体家居装饰服务消费者成熟度分析 137

第二节 2009年家居消费趋势分析 139

- 一、2009年家居消费趋势起变化 139
- 二、2009年家居消费价格趋向分析 142
- 三、2009年家居消费环保时尚趋势 144

第三节 2009年床垫消费调查 145

- 一、种类选择 145
- 二、席梦思床垫选购因素 145
- 三、床垫消费材质选择 145
- 四、床垫消费动因调查 145

第二部分 行业竞争格局分析

第八章 床垫行业竞争格局分析 147

第一节 我国床垫市场竞争状况 147

- 一、2009年床垫市场竞争力分析 147
- 二、2009年床垫市场畅销状况 148
- 三、2009年床垫市场占有份额分析 149
- 四、2009年床垫企业竞争分析 150

第二节 我国弹簧床垫市场竞争状况 155

- 一、2009年弹簧床垫市场竞争力分析 155
- 二、2009年弹簧床垫市场畅销状况 156

- 三、2009年弹簧床垫市场占有份额分析 157
- 四、2009年弹簧床垫企业竞争分析 158
- 第三节 我国弹簧软床垫市场竞争状况 162
 - 一、2009年弹簧软床垫市场竞争力分析 162
 - 二、2009年弹簧软床垫市场畅销状况 163
 - 三、2009年弹簧软床垫市场占有份额分析 164
 - 四、2009年弹簧软床垫企业竞争分析 165
- 第四节 我国席梦思床垫市场竞争状况 169
 - 一、2009年席梦思床垫市场竞争力分析 169
 - 二、2009年席梦思床垫市场畅销状况 170
 - 三、2009年席梦思床垫市场占有份额分析 172
 - 四、2009年席梦思床垫企业竞争分析 173

第九章 床垫企业竞争策略分析 176

第一节 家居市场竞争策略分析 176

- 一、家居品牌建设策略 176
- 二、家居产品质量策略 176
- 三、家居售后服务策略 176

第二节 区域品牌发展策略及案例 177

- 一、DREAM床垫现状 177
- 二、DREAM床垫诊断 177
- 三、中国床垫现状分析 179
- 四、解决之道 180
- 五、品牌形象 181
- 六、品类创新 187

第三节 家居行业发展战略分析 194

- 一、行业发展战略要点 194
- 二、行业发展战略焦点分析 195
- 三、行业发展战略关键分析 197
- 四、行业发展战略切入点分析 198

第十章 主要床垫企业竞争分析 199

第一节 穗宝（中国驰名商标） 199

一、企业概况 199

二、竞争优势分析 201

三、2009年经营动向 202

四、2009-2012年发展战略 203

第二节 喜临门（中国驰名商标） 205

一、企业概况 205

二、竞争优势分析 206

三、2009年经营动向 206

四、2009-2012年发展战略 207

第三节 雅兰(中国驰名商标) 209

一、企业概况 209

二、竞争优势分析 210

三、公司发展战略 211

第四节 晚安（中国驰名商标） 213

一、企业概况 213

二、竞争优势分析 214

三、2009年经营状况 215

四、2009-2012年发展战略 216

第五节 星港（一线品牌） 217

一、企业概况 217

二、竞争优势分析 218

三、公司发展战略 218

第六节 吉斯（中国驰名商标） 218

一、企业概况 218

二、竞争优势分析 219

三、2009年发展动向 219

四、公司发展战略 219

第七节 皖宝（中国驰名商标） 220

一、企业概况 220

二、竞争优势分析 220

三、2009-2012年发展战略 221

第八节 八益（中国驰名商标） 221

一、企业概况 221

二、竞争优势分析 222

三、公司发展战略 223

第九节 联乐（中国驰名商标） 224

一、企业概况 224

二、竞争优势分析 224

三、2009年经营动向 224

四、公司发展战略 225

第十节 爱舒（中国驰名商标） 227

一、企业概况 227

二、竞争优势分析 227

三、公司发展战略 228

第三部分 行业发展趋势分析

第十一章 家居行业发展趋势分析 229

第一节 2009年家居行业发展趋势分析 229

一、2009年家居融合趋势 229

二、2009年家居价格变化趋势 230

三、2009年一站式整体家居趋势 233

四、2009年下半年家居消费趋势分析 237

第二节 家居行业发展前景分析 239

一、未来十年家居流行趋势分析 239

二、家居定制市场前景分析 240

三、家居产业发展前景分析 242

第十二章 未来床垫行业发展预测 244

第一节 睡眠产业发展发展前景 244

一、2009年中国睡眠产业规模预测 244

二、未来国内外睡眠消费需求预测 245

三、国内睡眠产业转变预测 246

第二节 床垫行业发展趋势 246

- 一、高端品牌床垫推广健康睡眠理念趋势 246
- 二、床垫未来发展趋势分析 247

第四部分 行业投资策略

第十三章 床垫行业投资现状分析 249

第一节 家居行业投资现状 249

- 一、西部家居行业投资状况 249
 - 二、家居行业投资状况 250
 - 三、风险投资与家居企业分析 252
- #### 第二节 床垫行业投资分析 254
- 一、山寨名牌充斥家居市场 255
 - 二、小品牌急功近利促使抄袭 255
 - 三、市场变革或提高品牌门槛 256
 - 四、床垫成为新居投资重点 257

第十四章 床垫行业投资环境分析 258

第一节 经济发展环境分析 258

- 一、2008-2009年我国宏观经济景气指数分析 258
- 二、2009年上半年我国经济运行分析 265
- 三、2009年1-8月我国工业产业发展分析 280
- 四、2009-2012年我国经济趋势分析 282

第二节 社会发展环境分析 286

- 一、2008-2009年我国居民收入水平 286
- 二、2008-2009年消费者信心指数分析 290
- 三、2009年居民生活水平分析 293
- 四、2009年8月我国居民消费情况分析 310

第十五章 床垫行业投资机会与风险 313

第一节 金融危机下床垫行业发展机遇分析 313

- 一、金融危机为床垫企业提供了并购国外企业的机会 313
- 二、金融危机导致部分经营不善的床垫企业退出市场 314
- 三、金融危机也给床垫带来了巨大发展机遇 315

四、金融危机中我国床垫企业发展机遇分析 315

第二节 床垫企业战略规划不确定性风险分析 316

一、客观事件的不确定性风险 316

二、市场的不确定性风险 317

三、行业发展的不确定性风险 317

四、技术发展的不确定性风险 318

五、战略规划者的主观不确定性风险 318

六、执行过程的不确定性风险 319

七、工具方法的局限性风险 319

八、战略规划系统的不确定性风险 319

第十六章 床垫行业投资战略研究 321

第一节 床垫行业发展战略研究 321

一、技术开发战略 321

二、产业战略规划 324

三、业务组合战略 326

四、营销战略规划 329

五、区域战略规划 331

六、企业信息化战略规划 340

第二节 床垫行业品牌战略分析 342

一、品牌的基本含义 342

二、品牌战略在企业发展中的重要性 342

三、床垫品牌的特性和作用 343

四、床垫品牌的价值战略 344

五、我国床垫品牌竞争趋势 344

六、床垫企业品牌发展战略 345

七、床垫行业品牌竞争策略 346

第三节 家居行业调整战略分析 347

一、金融危机影响下家居行业战略转型分析 347

二、2009年家居品牌竞争战略分析 350

三、高端家居战略调整分析 354

第四节 家居行业投资策略分析 355

一、家居店投资策略 355

二、家居投资开店筹划策略 357

图表目录

图表：2008年1-12月我国家具制造业主要运行指标 36

图表：2008年2月家具制造业销售收入前十家企业 37

图表：2008年5月家具制造业销售收入前十家企业 38

图表：2008年8月家具制造业销售收入前十家企业 38

图表：2008年11月家具制造业销售收入前十家企业 38

图表：2008年1-12月家具产量全国统计 39

图表：2008年1-12月家具产量北京市统计 39

图表：2008年1-12月家具产量天津市统计 39

图表：2008年1-12月家具产量河北省统计 39

图表：2008年1-12月家具产量山西省统计 39

图表：2008年1-12月家具产量内蒙古区统计 39

图表：2008年1-12月家具产量辽宁省统计 40

图表：2008年1-12月家具产量吉林省统计 40

图表：2008年1-12月家具产量黑龙江省统计 40

图表：2008年1-12月家具产量上海市统计 40

图表：2008年1-12月家具产量江苏省统计 40

图表：2008年1-12月家具产量浙江省统计 40

图表：2008年1-12月家具产量安徽省统计 40

图表：2008年1-12月家具产量福建省统计 40

图表：2008年1-12月家具产量江西省统计 41

图表：2008年1-12月家具产量山东省统计 41

图表：2008年1-12月家具产量河南省统计 41

图表：2008年1-12月家具产量湖北省统计 41

图表：2008年1-12月家具产量湖南省统计 41

图表：2008年1-12月家具产量广东省统计 41

图表：2008年1-12月家具产量广西区统计 41

图表：2008年1-12月家具产量海南省统计 41

图表：2008年1-12月家具产量重庆市统计	42
图表：2008年1-12月家具产量四川省统计	42
图表：2008年1-12月家具产量贵州省统计	42
图表：2008年1-12月家具产量云南省统计	42
图表：2008年1-12月家具产量陕西省统计	42
图表：2008年1-12月家具产量甘肃省统计	42
图表：2008年1-12月家具产量宁夏区统计	42
图表：2008年1-12月家具产量新疆区统计	42
图表：2009年1-8月我国家具制造业主要运行指标	43
图表：2009年1-8月家具产量全国统计	46
图表：2009年1-8月家具产量北京市统计	46
图表：2009年1-8月家具产量天津市统计	46
图表：2009年1-8月家具产量河北省统计	47
图表：2009年1-8月家具产量山西省统计	47
图表：2009年1-8月家具产量内蒙古区统计	47
图表：2009年1-8月家具产量辽宁省统计	48
图表：2009年1-8月家具产量吉林省统计	48
图表：2009年1-8月家具产量黑龙江省统计	48
图表：2009年1-8月家具产量上海市统计	49
图表：2009年1-8月家具产量江苏省统计	49
图表：2009年1-8月家具产量浙江省统计	49
图表：2009年1-8月家具产量安徽省统计	50
图表：2009年1-8月家具产量福建省统计	50
图表：2009年1-8月家具产量江西省统计	50
图表：2009年1-8月家具产量山东省统计	51
图表：2009年1-8月家具产量河南省统计	51
图表：2009年1-8月家具产量湖北省统计	51
图表：2009年1-8月家具产量湖南省统计	52
图表：2009年1-8月家具产量广东省统计	52
图表：2009年1-8月家具产量广西区统计	52
图表：2009年1-8月家具产量海南省统计	53
图表：2009年1-8月家具产量重庆市统计	53

图表：2009年1-8月家具产量四川省统计 53

图表：2009年1-8月家具产量贵州省统计 54

图表：2009年1-8月家具产量云南省统计 54

图表：2009年1-8月家具产量陕西省统计 54

图表：2009年1-8月家具产量甘肃省统计 55

图表：2009年1-8月家具产量宁夏区统计 55

图表：2009年1-8月家具产量新疆区统计 55

图表：2008年1月房地产开发综合景气指数 76

图表：2008年2月房地产开发综合景气指数 76

图表：2008年3月房地产开发综合景气指数 76

图表：2008年4月房地产开发综合景气指数 76

图表：2008年5月房地产开发综合景气指数 76

图表：2008年6月房地产开发综合景气指数 77

图表：2008年7月房地产开发综合景气指数 77

图表：2008年8月房地产开发综合景气指数 77

图表：2008年9月房地产开发综合景气指数 77

图表：2008年10月房地产开发综合景气指数 77

图表：2008年11月房地产开发综合景气指数 77

图表：2008年12月房地产开发综合景气指数 77

图表：2009年2月房地产开发综合景气指数 77

图表：2009年3月房地产开发综合景气指数 78

图表：2009年4月房地产开发综合景气指数 78

图表：2009年5月房地产开发综合景气指数 78

图表：2009年6月房地产开发综合景气指数 78

图表：2008年1月房地产开发投资分类指数 78

图表：2008年2月房地产开发投资分类指数 78

图表：2008年3月房地产开发投资分类指数 78

图表：2008年4月房地产开发投资分类指数 79

图表：2008年5月房地产开发投资分类指数 79

图表：2008年6月房地产开发投资分类指数 79

图表：2008年7月房地产开发投资分类指数 79

图表：2008年8月房地产开发投资分类指数 79

图表：2008年9月房地产开发投资分类指数 79

图表：2008年10月房地产开发投资分类指数 79

图表：2008年11月房地产开发投资分类指数 79

图表：2008年12月房地产开发投资分类指数 80

图表：2009年2月房地产开发投资分类指数 80

图表：2009年3月房地产开发投资分类指数 80

图表：2009年4月房地产开发投资分类指数 80

图表：2009年5月房地产开发投资分类指数 80

图表：2009年6月房地产开发投资分类指数 80

图表：2008年1月土地开发面积分类指数 80

图表：2008年2月土地开发面积分类指数 80

图表：2008年3月土地开发面积分类指数 81

图表：2008年4月土地开发面积分类指数 81

图表：2008年5月土地开发面积分类指数 81

图表：2008年6月土地开发面积分类指数 81

图表：2008年7月土地开发面积分类指数 81

图表：2008年8月土地开发面积分类指数 81

图表：2008年9月土地开发面积分类指数 81

图表：2008年10月土地开发面积分类指数 81

图表：2008年11月土地开发面积分类指数 82

图表：2008年12月土地开发面积分类指数 82

图表：2009年2月土地开发面积分类指数 82

图表：2009年3月土地开发面积分类指数 82

图表：2009年4月土地开发面积分类指数 82

图表：2009年5月土地开发面积分类指数 82

图表：2009年6月土地开发面积分类指数 82

图表：2008年1月商品房平均销售价格分类指数 83

图表：2008年2月商品房平均销售价格分类指数 83

图表：2008年3月商品房平均销售价格分类指数 83

图表：2008年4月商品房平均销售价格分类指数 83

图表：2008年5月商品房平均销售价格分类指数 83

图表：2008年6月商品房平均销售价格分类指数 83

图表：2008年7月商品房平均销售价格分类指数 83

图表：2008年8月商品房平均销售价格分类指数 83

图表：2008年9月商品房平均销售价格分类指数 84

图表：2008年10月商品房平均销售价格分类指数 84

图表：2008年11月商品房平均销售价格分类指数 84

图表：2008年12月商品房平均销售价格分类指数 84

图表：2009年2月商品房平均销售价格分类指数 84

图表：2009年3月商品房平均销售价格分类指数 84

图表：2009年4月商品房平均销售价格分类指数 84

图表：2009年5月商品房平均销售价格分类指数 84

图表：2009年6月商品房平均销售价格分类指数 85

图表：2009年1-8月全国商品房销售面积和销售额增长情况 86

图表：2009年1-8月东部地区商品房销售面积和销售额增长情况 86

图表：2009年1-8月中部地区商品房销售面积和销售额增长情况 86

图表：2009年1-8月西部地区商品房销售面积和销售额增长情况 86

图表：2009年1-8月北京商品房销售面积和销售额增长情况 86

图表：2009年1-8月天津商品房销售面积和销售额增长情况 86

图表：2009年1-8月河北商品房销售面积和销售额增长情况 87

图表：2009年1-8月辽宁商品房销售面积和销售额增长情况 87

图表：2009年1-8月上海商品房销售面积和销售额增长情况 87

图表：2009年1-8月江苏商品房销售面积和销售额增长情况 87

图表：2009年1-8月浙江商品房销售面积和销售额增长情况 87

图表：2009年1-8月福建商品房销售面积和销售额增长情况 87

图表：2009年1-8月山东商品房销售面积和销售额增长情况 87

图表：2009年1-8月广东商品房销售面积和销售额增长情况 88

图表：2009年1-8月海南商品房销售面积和销售额增长情况 88

图表：2009年1-8月山西商品房销售面积和销售额增长情况 88

图表：2009年1-8月吉林商品房销售面积和销售额增长情况 88

图表：2009年1-8月黑龙江商品房销售面积和销售额增长情况 88

图表：2009年1-8月安徽商品房销售面积和销售额增长情况 88

图表：2009年1-8月江西商品房销售面积和销售额增长情况 89

图表：2009年1-8月河南商品房销售面积和销售额增长情况 89

图表：2009年1-8月湖北商品房销售面积和销售额增长情况	89
图表：2009年1-8月湖南商品房销售面积和销售额增长情况	89
图表：2009年1-8月内蒙古商品房销售面积和销售额增长情况	89
图表：2009年1-8月广西商品房销售面积和销售额增长情况	89
图表：2009年1-8月重庆商品房销售面积和销售额增长情况	89
图表：2009年1-8月四川商品房销售面积和销售额增长情况	90
图表：2009年1-8月贵州商品房销售面积和销售额增长情况	90
图表：2009年1-8月云南商品房销售面积和销售额增长情况	90
图表：2009年1-8月西藏商品房销售面积和销售额增长情况	90
图表：2009年1-8月陕西商品房销售面积和销售额增长情况	90
图表：2009年1-8月甘肃商品房销售面积和销售额增长情况	90
图表：2009年1-8月青海商品房销售面积和销售额增长情况	91
图表：2009年1-8月宁夏商品房销售面积和销售额增长情况	91
图表：2009年1-8月新疆商品房销售面积和销售额增长情况	91
图表：2009年1-8月全国房地产开发景气指数	92
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）	93
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）	94
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）	94
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）	95
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）	95
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）	95
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）	96
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）	96
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）	97
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）	98
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）	98
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）	99
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）	99
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）	99
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）	100
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）	100
图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（1）	102

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（2）	103
图表：2008-2009年4月全国房地产景气开发指数趋势图	105
图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）	107
图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）	108
图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）	108
图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）	108
图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）	109
图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）	109
图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）	109
图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）	110
图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）	111
图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）	112
图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）	112
图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）	112
图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）	113
图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）	113
图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）	113
图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）	114
图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）	115
图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）	116
图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）	116
图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）	116
图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）	117
图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）	117
图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）	117
图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）	118
图表：2009年8月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）	119
图表：2009年8月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）	120
图表：2009年8月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）	120
图表：2009年8月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）	120
图表：2009年8月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）	121
图表：2009年8月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）	121

图表：2009年8月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 121

图表：2009年8月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 122

图表：2009年家具行业产品排行榜 124

图表：2009年上半年家具行业趋势图 124

图表：2009年床垫市场竞争力统计图 147

图表：2009年床垫市场竞争力排名表 148

图表：2009年床垫市场畅销排名表 148

图表：2009年床垫市场畅销排名示意图 149

图表：2009年床垫市场占有份额统计图 149

图表：2009年床垫市场占有份额统计表 150

图表：2009年深圳天诚家具有限公司床垫市场占有率分析 150

图表：2009年浙江花为媒集团有限公司床垫市场占有率分析 150

图表：2009年佛山市顺德区金宝马家私制造有限公司床垫市场占有率分析 151

图表：2009年湖南梦洁家纺有限公司床垫市场占有率分析 151

图表：2009年喜临门集团有限公司床垫市场占有率分析 151

图表：2009年湖南省安泰家具实业有限公司床垫市场占有率分析 152

图表：2009年际诺思（厦门）轻工制品有限公司床垫市场占有率分析 152

图表：2009年烟台吉斯家具有限公司床垫市场占有率分析 152

图表：2009年山东凤阳集团股份有限公司床垫市场占有率分析 153

图表：2009年无锡天绣纺织制品有限公司床垫市场占有率分析 153

图表：2009年常熟派特装饰品有限公司床垫市场占有率分析 153

图表：2009年上海松江申陆床上用品厂床垫市场占有率分析 154

图表：2009年弹簧床垫市场竞争力统计图 155

图表：2009年弹簧床垫市场竞争力排名表 156

图表：2009年弹簧床垫市场畅销排名表 156

图表：2009年弹簧床垫市场畅销排名示意图 157

图表：2009年弹簧床垫市场占有份额统计图 157

图表：2009年弹簧床垫市场占有份额统计表 158

图表：2009年江门市金冠床具有限公司弹簧床垫市场占有率分析 158

图表：2009年湖南省安泰家具实业有限公司弹簧床垫市场占有率分析 159

图表：2009年上海斯林百兰软家具有限公司弹簧床垫市场占有率分析 159

图表：2009年涪池县神宝家具有限公司弹簧床垫市场占有率分析 159

图表：2009年佛山市源田床具机械有限公司弹簧床垫市场占有率分析 160

图表：2009年大连梦乡家具有限公司弹簧床垫市场占有率分析 160

图表：2009年广州广鸿纤维制品有限公司弹簧床垫市场占有率分析 160

图表：2009年合肥皖宝床垫有限责任公司弹簧床垫市场占有率分析 161

图表：2009年成都长城床垫厂弹簧床垫市场占有率分析 161

图表：2009年浙江花为媒集团有限公司弹簧床垫市场占有率分析 161

图表：2009年弹簧软床垫市场竞争力统计图 162

图表：2009年弹簧软床垫市场竞争力排名表 163

图表：2009年弹簧软床垫市场畅销排名表 163

图表：2009年弹簧软床垫市场畅销排名示意图 164

图表：2009年弹簧软床垫市场占有率统计图 164

图表：2009年弹簧软床垫市场占有率统计表 165

图表：2009年上海健龙宝床具软垫有限公司弹簧软床垫市场占有率分析 165

图表：2009年沈阳梦宝家具有限公司弹簧软床垫市场占有率分析 166

图表：2009年诸暨市第一沙发厂弹簧软床垫市场占有率分析 166

图表：2009年四会市家惠床垫家具有限公司弹簧软床垫市场占有率分析 166

图表：2009年重庆软家具厂弹簧软床垫市场占有率分析 167

图表：2009年沈阳梦宝家私有限公司弹簧软床垫市场占有率分析 167

图表：2009年合肥皖宝床垫有限责任公司弹簧软床垫市场占有率分析 167

图表：2009年酒泉市富康家俱总公司弹簧软床垫市场占有率分析 168

图表：2009年北京强力家具有限公司弹簧软床垫市场占有率分析 168

图表：2009年射阳县苏鹤床垫有限公司弹簧软床垫市场占有率分析 168

图表：2009年席梦思床垫市场竞争力统计图 169

图表：2009年席梦思床垫市场竞争力排名表 170

图表：2009年席梦思床垫市场畅销排名表 170

图表：2009年席梦思床垫市场畅销排名示意图 171

图表：2009年席梦思床垫市场占有率统计图 172

图表：2009年席梦思床垫市场占有率统计表 172

图表：2009年佛山市南海区平洲伟格椰子纤维制品厂席梦思床垫市场占有率分析 173

图表：2009年大连金凌床具有限公司席梦思床垫市场占有率分析 173

图表：2009年赤峰市元宝山区建筑装潢公司席梦思床垫市场占有率分析 173

图表：2009年湖南省晚安家居实业有限公司席梦思床垫市场占有率分析 174

图表：2009年重庆市万州区宏发实业有限公司席梦思床垫市场占有率分析 174

图表：2009年昆明神工床垫制造有限公司席梦思床垫市场占有率分析 174

图表：2009年临海市白水洋阳光席梦思面料厂席梦思床垫市场占有率分析 175

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 258

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 258

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 258

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 258

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 258

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 259

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 259

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 259

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 259

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 260

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 260

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 260

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 260

图表：2008年1季度我国企业景气指数 260

图表：2008年2季度我国企业景气指数 261

图表：2008年3季度我国企业景气指数 261

图表：2008年4季度我国企业景气指数 261

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 263

图表：2009年3月我国宏观经济景气指数 263

图表：2009年4月我国宏观经济景气指数 263

图表：2009年5月我国宏观经济景气指数 264

图表：2009年6月我国宏观经济景气指数 264

图表：2009年7月我国宏观经济景气指数 265

图表：2008-2009年5月CPI、PPI涨幅走势图 268

图表：2008-2009年5月全国70大中城市房价涨幅走势图 268

图表：2008-2009年5月进出口总值 269

图表：2009年上半年GDP累计增速 269

图表：2009年6月CPI增速情况 269

图表：2009年上半年货币供应量情况 270

图表：2009年上半年投资、消费及出口增长情况 270

图表：2009年上半年工业增加值增速情况 270

图表：2009年上半年经济数据分析 271

图表：2009年上半年宏观经济价格指数 271

图表：2009年上半年宏观经济增长指标 271

图表：2009年上半年宏观经济外贸指标 272

图表：2009年上半年宏观经济金融指标 272

图表：1995-2009年6月我国CPI走势图 272

图表：1995-2009年6月我国PPI走势图 272

图表：1991-2009年上半年GDP增长趋势 273

图表：2008-2009年6月CPI&PPI走势图 273

图表：2008-2009年上半年银行新增信贷走势 274

图表：2008-2009年上半年我国进出口增幅走势图 274

图表：2008-2009年上半年外储余额走势图 275

图表：2008-2009年上半年FDI走势图 275

图表：2008-2009年上半年工业增加值增幅走势 276

图表：2008-2009年上半年我国主要税种同比增幅 276

图表：2008-2009年7月我国财政收入同比、环比增长速度走势图 277

图表：2008-2009年7月进出口总值 277

图表：2008-2009年7月CPI、PPI涨幅走势图 278

图表：2009年7月工业增加值增幅走势 278

图表：2008-2009年7月房价走势图 279

图表：2008-2009年7月银行新增信贷走势 279

图表：1993年7月-2009年7月我国宏观经济预警指数走势图 279

图表：2004年7月-2009年7月我国利率差走势图 280

图表：2004年7月-2009年7月我国物流指数走势图 280

图表：2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 287

图表：2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 287

图表：1993年7月-2009年7月我国社会需求与社会收入指数 289

图表：2008年1月我国消费者信心指数 290

图表：2008年2月我国消费者信心指数 290

图表：2008年3月我国消费者信心指数 290

图表：2008年4月我国消费者信心指数 290

图表：2008年5月我国消费者信心指数 290

图表：2008年6月我国消费者信心指数 290

图表：2008年7月我国消费者信心指数 291

图表：2008年8月我国消费者信心指数 291

图表：2008年9月我国消费者信心指数 291

图表：2008年10月我国消费者信心指数 291

图表：2008年11月我国消费者信心指数 291

图表：2008年12月我国消费者信心指数 291

图表：2009年1月我国消费者信心指数 291

图表：2009年2月我国消费者信心指数 292

图表：2009年3月我国消费者信心指数 292

图表：2009年4月我国消费者信心指数 292

图表：2009年5月我国消费者信心指数 292

图表：2009年6月我国消费者信心指数 292

图表：2009年7月我国消费者信心指数 292

图表：2009年1月我国居民消费价格分类指数 293

图表：2009年2月我国居民消费价格分类指数 293

图表：2009年3月我国居民消费价格分类指数 293

图表：2009年4月我国居民消费价格分类指数 294

图表：2009年5月我国居民消费价格分类指数 294

图表：2009年6月我国居民消费价格分类指数 295

图表：2009年7月我国居民消费价格分类指数 295

图表：2009年8月我国居民消费价格分类指数 295

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（一） 296

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（二） 296

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（三） 296

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（四） 296

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（五） 297

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（一） 297

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（二） 297

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（三） 297

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（四） 298

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（五） 298

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（一） 298

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（二） 298

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（三） 299

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（四） 299

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（五） 299

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（一） 299

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（二） 300

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（三） 300

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（四） 300

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（五） 301

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（一） 301

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（二） 301

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（三） 301

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（四） 302

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（五） 302

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（一） 302

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（二） 302

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（三） 303

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（四） 303

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（五） 303

图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（一） 303

图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（二） 304

图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（三） 304

图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（四） 304

图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（五） 304

图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（一） 305

图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（二） 305

图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（三） 305

图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（四） 305

图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（五） 306

图表：2009年1月我国社会消费品零售总额情况 306
图表：2009年2月我国社会消费品零售总额情况 307
图表：2009年3月我国社会消费品零售总额情况 307
图表：2009年4月我国社会消费品零售总额情况 308
图表：2009年5月我国社会消费品零售总额情况 308
图表：2009年6月我国社会消费品零售总额情况 309
图表：2009年7月我国社会消费品零售总额情况 309
图表：2009年8月我国社会消费品零售总额情况 310
图表：2009年6月我国商品零售价格分类指数 311
图表：2009年7月我国商品零售价格分类指数 312
图表：2009年8月我国商品零售价格分类指数 312
图表：区域发展战略咨询流程图 337
图表：区域SWOT战略分析图 339

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/138200.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。