



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年沙发行业发展前景 分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年沙发行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/143206.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

沙发是一种源于西方国家的家具，为一种装有软垫的多座位椅子。是软体家具的一种。沙发已是许多家庭必需的家具。市场上销售的沙发一般有低背沙发、高背沙发和介于前两者之间的普通沙发三种。低背沙发：属于休息型的轻便椅。它以一个支撑点来承托使用者的腰部（腰椎）这种沙发靠背高度较低，一般距离座面370毫米左右，靠背的角度也较小，不仅有利于休息，而且使整个沙发外围尺寸相应缩小。这种沙发搬动比较方便、轻巧，占地面积小。高背沙发：又称航空式座椅。它的特点是有三个支点，使人的腰、肩部、后脑同时靠在曲面靠背上。这三个支撑点在空间上不构成一条直线，因而制作这种沙发技术要求较高，购买时挑选难度也比较大。制作高背沙发的木架，必须在架子上明确地做好三点所构成的转折面，否则进行沙发蒙面等工序时就难于确保支撑点的位置，给使用者带来不舒适感。普通沙发：是家庭用沙发中常见的一种。市场上销售的多为这类沙发。它有两个支撑点承托使用者的腰椎、胸椎，能获得与身体背部相配合曲面的效果。此类沙发靠背与座面的夹角很关键，角度过大或过小都将造成使用者的腹部肌肉坚强，产生疲劳。同样，沙发座面的宽度也不宜过大，通常按标准要求要求在540毫米之内，这样使用者的小腿可随意调整坐姿，休息得更舒适。

在国际金融危机对实体经济的影响逐步显现、“信心经济”成为热门话题、化“危”为“机”使用几率颇高的历史背景下，每年一届的广东春季家具展会于2009年春季如期拉开了帷幕。金融海啸对于知名企业的影响是现实存在，覆巢之下，难有完卵，知名品牌企业在2008年下半年也都感受到了危机带来的寒潮。但相比较而言，他们的抗击打能力要远胜于其他企业，他们在应对危机当中的镇定与从容、理性与实干精神，在展会上均有某种程度的体现。在展会现场的品牌沙发企业如：顾家工艺、敏华控股、左右家私、山东吉斯、爱依瑞斯等等，从展示设计的精心、展品布置的到位等形式方面作足了文章，更可贵的是，面对危机，他们的应对之策在产品方面也有充分体现，例如顾家工艺在调整了内外销之比的同时，特别推出了针对国内市场的沙发产品，把供应国际市场和国内市场的产品、高端产品与中低档产品分别陈设，形成对照与呼应，取得了很好的展示效果和营销成果。敏华控股的品牌产品“芝华士”功能沙发，已为经销商和消费者熟知，但企业并不因此而懈怠，在新品的推出和加强同经销商之间的联络方面，依然非常用心。在东莞展区周边的主要建筑物上，敏华控股的巨幅广告格外醒目，与经销商的联谊活动，组织得有声有色。在沙发行业两大领军企业身上，我们看到了他们把坚定的信心和强有力的企业组织管理、产品设计研发、市场谋篇布局紧密结合的切实行动，他们已经为企业获得更大的发展空间作好了准备，一旦市场真正回暖，知名品牌企业一定会是最大的赢家，成为占领更大市场份额的生力军。

外销型企业进入内销市场已经是一个趋势性的命题。早在几年前，部分先知先觉的企业已

经把触角伸向国内市场，而发生在2008年的金融危机导致的国外订单骤减，更是加剧了外销企业“掉头向内”的速度和力度。但是，两个市场的不同会给不同的企业完全不同的答案，这一点，在春季家具展会上也可以看到鲜明的印记。应当说，绝大部分内销企业在产品结构、市场渠道开发方面做出了很大努力，获得了市场认可，但是仍然有家具企业还处于困惑、犹豫或者艰难之中。与历年的展会相比，2009年金融危机的负面影响并没能阻止参展商的宣传推广热度，企业求生存、求发展的意念不仅透过产品也透过强有力的宣传推广向外界传递。在来自西方世界的金融危机的侵扰下，中国家具业毫无疑问地受到了影响和冲击，但是，中国要完成从家具大国向家具强国的历史性跨越，是全体家具人的使命所在和必达目标。在危机来临时，他们没有丧失信心，他们在寻找和发现新的机会，力图抓住新的合作与发展契机，实在是让人备受鼓舞。

在以展会作为主要展示和营销手段的时下，珠三角春季家具展览无疑具有风向标的意义。在各种品牌联盟成立的活动现场，“抱团取暖”成为企业共同的冀望；联谊和推广活动场合，依旧是笑声四溢、激情无限。在这里，“信心经济”正在被众多的家具人认真践行，当然，仅仅有信心还是远远不够的，2009年对于很多家具企业来说，形势仍然不容乐观。困难仍然存在，危机余威尚在，丝毫不可懈怠。信心必须与正确的选择与调整相生相伴，唯有锐意创新，走差异化、个性化的道路，才是获取胜利的关键。调查中，沿海城市沙发企业普遍反应从2008年8月起感受到危机的到来，10月开始通过订单减少、销路不畅等等迹象体会到了“冬天”的来临。但是，即使在这样的历史背景下，2008年90%以上的企业都保持了不错的增长幅度，有的还创造了历史新高，甚至有些还扩大了员工队伍。有的虽感艰难，但还是在增长范畴之内，只是增长幅度略有减少。他们当中有的调整了内外销市场份额，有的调整了产品结构和品种，在品牌培育和推广方面做出了大量的努力，在设计和研发方面加大了力度。这正是希望所在。所有这一切，都会帮助包括沙发企业在内的家具企业“战胜严寒”，迎来家具产业新的春天。

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、国内外相关刊物杂志的基础信息以及沙发研究单位等公布和提供的大量资料，结合对沙发相关企业的实地调查，对我国沙发行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了沙发行业的前景与风险。报告揭示了沙发市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球沙发市场发展分析

第一节 2008年全球沙发市场分析

一、2008年全球沙发市场回顾

二、2008年全球沙发市场环境

三、2008年全球沙发销售分析

四、2008年全球沙发市场规模

第二节 2009年全球沙发市场分析

一、2009年全球沙发需求分析

二、2009年全球沙发市场规模

三、2009年全球沙发品牌分析

四、2009年中外沙发市场对比

第三节 主要国家地区沙发市场分析

一、2008-2009年美国沙发市场分析

二、2008-2009年欧洲沙发市场分析

三、2008-2009年日本沙发市场分析

四、2008-2009年韩国沙发市场分析

五、2008-2009年其他国家沙发市场

第二章 我国沙发行业发展现状

第一节 我国沙发行业发展现状

一、沙发行业品牌发展现状

二、沙发行业消费市场现状

三、沙发市场消费层次分析

四、我国沙发市场走向分析

第二节 2008-2009年我国沙发行业发展状况

一、2008年中国沙发行业发展回顾

二、2008年沙发行业发展情况分析

三、2008年我国沙发市场特点分析

四、2009年我国沙发市场发展分析

第三节 2008-2009年中国沙发行业供需分析

- 一、2008年中国沙发市场供给总量分析
- 二、2008年中国沙发市场供给结构分析
- 三、2009年中国沙发市场需求总量分析
- 四、2009年中国沙发市场需求结构分析
- 五、2009年中国沙发市场供需平衡分析
- 第三章 中国沙发行业经济运行分析
 - 第一节 2009年沙发行业运行情况分析
 - 一、2009年沙发行业经济指标分析
 - 二、2009年沙发行业收入前十家企业
 - 第二节 2009年沙发行业产量分析
 - 一、2009年我国沙发产品产量分析
 - 二、2009年我国沙发产品产量预测
 - 第三节 2009年沙发行业进出口分析
 - 一、2009年沙发行业进口总量及价格
 - 二、2009年沙发行业出口总量及价格
 - 三、2009年沙发行业进出口数据统计
 - 四、2009-2012年沙发进出口态势展望
- 第四章 中国沙发消费市场分析
 - 第一节 沙发行业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
 - 第二节 沙发市场消费需求分析
 - 一、沙发市场的消费需求变化
 - 二、沙发行业的需求情况分析
 - 三、2009年沙发品牌市场消费需求分析
 - 第三节 沙发消费市场状况分析
 - 一、沙发行业消费特点
 - 二、沙发消费者分析
 - 三、沙发消费结构分析
 - 四、沙发消费的市场变化
 - 五、沙发市场的消费方向

第四节 沙发行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、沙发行业品牌忠诚度调查
- 六、沙发行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第五章 中国沙发行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区沙发行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区沙发行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区沙发行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第四节 2009年华南地区沙发行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五节 2009年华中地区沙发行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六节 2009年西南地区沙发行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七节 2009年西北地区沙发行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六章 沙发行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年沙发行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资结构

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

第二节 沙发行业投资机会分析

一、沙发投资项目分析

二、可以投资的沙发模式

三、2009年沙发投资机会

四、2009年沙发细分行业投资机会

五、2009年沙发投资新方向

第三节 沙发行业发展前景分析

- 一、沙发市场发展前景分析
- 二、我国沙发市场蕴藏的商机
- 三、金融危机下沙发市场的发展前景
- 四、2009年沙发市场面临的发展商机
- 五、2009-2012年沙发市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 沙发行业竞争格局分析

第一节 沙发行业集中度分析

- 一、沙发市场集中度分析
- 二、沙发企业集中度分析
- 三、沙发区域集中度分析

第二节 沙发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、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 沙发行业竞争格局分析

- 一、2008年沙发行业竞争分析
- 二、2008年中外沙发产品竞争分析
- 三、2008-2009年国内外沙发竞争分析
- 四、2008-2009年我国沙发市场竞争分析
- 五、2008-2009年我国沙发市场集中度分析
- 六、2009-2012年国内主要沙发企业动向

第八章 2009-2012年中国沙发行业发展形势分析

第一节 沙发行业发展概况

- 一、沙发行业发展特点分析
- 二、沙发行业投资现状分析
- 三、沙发行业总产值分析
- 四、沙发行业技术发展分析

第二节 2008-2009年沙发行业市场情况分析

一、沙发行业市场发展分析

二、沙发市场存在的问题

三、沙发市场规模分析

第三节 2008-2009年沙发产销状况分析

一、沙发产量分析

二、沙发产能分析

三、沙发市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国沙发行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国沙发行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国沙发行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国沙发行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 沙发行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2008-2009年沙发原材料价格走势

二、2008-2009年沙发行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2008-2009年沙发行业产销情况

二、2008-2009年沙发行业库存情况

三、2008-2009年沙发行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

- 一、2008-2009年沙发行业价格走势
- 二、2008-2009年沙发行业营业收入情况
- 三、2008-2009年沙发行业毛利率情况
- 四、2008-2009年沙发行业赢利能力
- 五、2008-2009年沙发行业赢利水平
- 六、2009-2012年沙发行业赢利预测

第十一章 沙发行业盈利能力分析

第一节 2009年中国沙发行业利润总额分析

- 一、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

第二节 2009年中国沙发行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国沙发行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009年中国沙发行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 沙发重点企业发展分析

第一节 顾家（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第二节 左右（中国驰名商标）

- 一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第三节 吉斯(中国驰名商标)

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四节 全友(中国驰名商标)

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第五节 红苹果(一线品牌)

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第六节 宜家(中国驰名商标)

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第七节 澳美(中国驰名商标)

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第八节 曲美(中国驰名商标)

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第九节 联邦（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第十节 浪度（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 沙发行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 沙发行业投资效益分析

一、2009年沙发行业投资状况分析

二、2009年沙发行业投资效益分析

三、2009-2012年沙发行业投资方向

四、2009-2012年沙发行业投资建议

第四节 沙发行业投资策略研究

一、2008年沙发行业投资策略

二、2009年沙发行业投资策略

三、2009-2012年沙发行业投资策略

四、2009-2012年沙发细分行业投资策略

第十四章 沙发行业投资风险预警

第一节 影响沙发行业发展的主要因素

- 一、2009年影响沙发行业运行的有利因素
- 二、2009年影响沙发行业运行的稳定因素
- 三、2009年影响沙发行业运行的不利因素
- 四、2009年我国沙发行业发展面临的挑战
- 五、2009年我国沙发行业发展面临的机遇

第二节 沙发行业投资风险预警

- 一、2009-2012年沙发行业市场风险预测
- 二、2009-2012年沙发行业政策风险预测
- 三、2009-2012年沙发行业经营风险预测
- 四、2009-2012年沙发行业技术风险预测
- 五、2009-2012年沙发行业竞争风险预测
- 六、2009-2012年沙发行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 沙发行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国沙发市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国沙发市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国沙发发展趋势分析

第二节 2009-2012年沙发产品发展趋势分析

- 一、2009-2012年沙发产品技术趋势分析
- 二、2009-2012年沙发产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国沙发行业供需预测

- 一、2008-2012年中国沙发供给预测
- 二、2009-2012年中国沙发需求预测
- 三、2009-2012年中国沙发价格预测

第四节 2009-2012年沙发行业规划建议

- 一、沙发行业"十一五"整体规划
- 二、沙发行业"十一五"发展预测
- 三、2009-2012年沙发行业规划建议

第十六章 沙发企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、沙发价格策略分析

二、沙发渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高沙发企业竞争力的策略

一、提高中国沙发企业核心竞争力的对策

二、沙发企业提升竞争力的主要方向

三、影响沙发企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高沙发企业竞争力的策略

第四节 对我国沙发品牌的战略思考

一、沙发实施品牌战略的意义

二、沙发企业品牌的现状分析

三、我国沙发企业的品牌战略

四、沙发品牌战略管理的策略

图表目录

图表：沙发产业链分析

图表：沙发行业生命周期

图表：2008-2009年中国沙发行业市场规模

图表：2008-2009年全球沙发产业市场规模

图表：2008-2009年沙发重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国沙发行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国沙发行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国沙发行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国沙发竞争力分析

图表：2009-2012年中国沙发市场前景预测

图表：2009-2012年中国沙发市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国沙发发展前景预测

图表：2002-2008年中国沙发市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国沙发市场规模预测

图表：2009-2012年中国沙发市场规模趋预测势图

图表：2008-2009年11月沙发行业销售成本分析

图表：2008-2009年11月沙发行业销售费用分析

图表：2008-2009年11月沙发行业管理费用分析

图表：2008-2009年11月沙发行业财务费用分析

图表：2008-2009年11月沙发行业销售及利润分析

图表：2008-2009年11月沙发行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年11月沙发行业销售利润率分析

图表：2008-2009年11月沙发行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年11月沙发行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年11月沙发行业资产分析

图表：2008-2009年11月沙发行业负债分析

图表：2008-2009年11月沙发行业偿债能力分析

图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2009年11月国家外汇储备

图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2009年11月电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2009年11月各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-11月工业生产主要指标

图表：2008-2009年11月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年11月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-11月我国沙发产品进口数据

图表：2009年1-11月我国沙发产品出口数据

图表：2009年1月我国沙发产品进口数据

图表：2009年1月我国沙发产品出口数据

图表：2009年2月我国沙发产品进口数据

图表：2009年2月我国沙发产品出口数据

图表：2009年3月我国沙发产品进口数据

图表：2009年3月我国沙发产品出口数据

图表：2009年上半年我国沙发产品进口数据

图表：2009年上半年我国沙发产品出口数据

图表：2009年4月我国沙发产品进口数据

图表：2009年4月我国沙发产品出口数据

图表：2009年5月我国沙发产品进口数据

图表：2009年5月我国沙发产品出口数据

图表：2009年6月我国沙发产品进口数据

图表：2009年6月我国沙发产品出口数据

图表：2009年2季度我国沙发产品进口数据

图表：2009年2季度我国沙发产品出口数据

图表：2009年7月我国沙发产品进口数据

图表：2009年7月我国沙发产品出口数据

图表：2009年8月我国沙发产品进口数据

图表：2009年8月我国沙发产品出口数据

图表：2009年9月我国沙发产品进口数据

图表：2009年9月我国沙发产品出口数据

图表：2009年3季度我国沙发产品进口数据

图表：2009年3季度我国沙发产品出口数据

图表：2009年10月我国沙发产品进口数据

图表：2009年10月我国沙发产品出口数据

图表：2009年11月我国沙发产品进口数据

图表：2009年11月我国沙发产品出口数据

图表：2009年1-11月中国沙发行业国有企业工业数据

图表：2009年1-11月中国沙发行业集体企业工业数据

图表：2009年1-11月中国沙发行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-11月中国沙发行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-11月中国沙发行业私营企业工业数据

图表：2009年1-11月中国沙发行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-11月中国沙发行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-11月中国不同所有制沙发企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制沙发企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制沙发企业累计资产总计对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制沙发企业累计利润总额对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制沙发企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制沙发企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制沙发企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制沙发企业产销率对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制沙发企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制沙发企业人均销售率对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制沙发企业亏损面对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制沙发企业销售利润率对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制沙发企业资金利税率对比
图表：2009年1-11月沙发产品产量北京市统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量天津市统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量河北省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量内蒙古统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量辽宁省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量吉林省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量黑龙江统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量上海市统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量江苏省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量浙江省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量安徽省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量福建省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量江西省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量山东省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量河南省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量湖北省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量湖南省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量广东省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量广西区统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量海南省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量四川省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量云南省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量陕西省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量甘肃省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量青海省统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量宁夏区统计
图表：2009年1-11月沙发产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/143206.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。