



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国家居装饰品市场供需分析及投资方向研究咨询报告

# 一、调研说明

《2011-2015年中国家居装饰品市场供需分析及投资方向研究咨询报告》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/185416.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

装饰的诞生，基于消费者的经济实力和理念。随着人们生活水平的不断提高，个性化家居装饰市场不断扩大。2011年，家居装饰品的市场容量在2000-3000亿元左右，且每年还在以近30%的速度递增。家居装饰品是个起步早发展晚的行业，因为社会环境 and 经济因素，以前人们家居装饰的观念不是很重，中小城市的饰品消费由于受收入水平等方面的限制，家居装饰品还只是较普通的配饰，产品的档次相对来讲偏低，人们对家居装饰品的关注度不高，较少有规模的家居装饰品专卖店。2000年之后，家居装饰品行业逐步形成自己的市场。在物质生活高度发展，精神生活愈加讲究的年代，生活体验式营销、整体家居模式的推崇让饰品从一个跑龙套的角色变成了举足轻重的配角，甚至可以谈得上是二号主角。家居装饰品大受欢迎，不仅与市民生活质量的提高有着密切关系，也受到装修设计界近年来所提倡的"轻装修、重装饰"的影响。很多市民在家庭装修时扭转了以前传统的观念，不再追求过于复杂的装修，而是更注重后期的软性装饰，包括摆设、布艺、灯饰、室内色彩搭配等，既能彰显个性，又能够轻易地通过改动来增加家居"品位"。家居装饰品打破了传统的装修行业界限，将工艺品、纺织品、收藏品、灯具、花艺、植物等进行重新组合，形成一个新的理念。家居装饰品的种类也从以前的单一型转变为现在多样化，家居装饰品做到了功能性与装饰性的统一，是为了给生活带来更大的便利，观赏性与实用性的统一，为了让我们的生活更舒适。

家居装饰品行业现在正处于发展中的初级阶段，市场流通还受传统营销方式束缚，产品价格相对还是高的，行业市场中的各大体系还不是很完善。近几年来，随着家居业的竞争日益激烈、市场格局日渐成熟，"轻装修、重装饰"已被越来越多的人认识并接受。同时，越来越多的家具、装饰装修企业和流通企业开始重视家居装饰品，国内诸多大型家居卖场纷纷开辟或扩大其家居装饰品卖场面积，各大展会也开始扩大家居装饰品馆的面积。与业界及社会对我国家居装饰品行业的热切期望极不对称的是我国家居装饰品行业目前的状况：企业规模小，区域分散，行业协作交流少，竞争秩序混乱，没有品牌。没有创意是潮流产品的致命伤，现在中国的家居装饰品市场，产品是琳琅满目，但在这些商品中，类似的或雷同的产品是我们经常见到的，有创意的、能够让人眼前一亮的却是少之又少。现在，很多人已经开始习惯购买各类时尚品牌。很多其他类的时尚品牌也开始推出时尚家居装饰品，但是国内却没有一个专业家居装饰品品牌，所以国内的家居装饰品卖场在做大、做强后要注重培育品牌，只有这样才能与国际家居装饰品品牌相抗衡，从而赢得更多的市场。

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、中国百货商业协会、中国家具协会、亚洲家居业协会、国内外多种相关报刊杂

志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据。本报告通过对我国家居装饰品产业发展现状、行业运行情况、赢利水和当前国内家居装饰业竞争格局等情况的重点、深入剖析，运用先进的经济学原理对世界与我国家居装饰业的发展方向 and 趋势做出了科学预测。报告还介绍了国内各家居装饰业重点区域的发展现状，所选资料丰富、可靠，引用的数据准确、翔实，是国内家居装饰品厂家、家居装饰品原材料提供商、家居装饰品研究机构等单位准确了解目前家居装饰业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## &rarr;报告目录

### 目 录

### CONTENTS

## 第一部分 发展现状与前景分析

### 第一章 全球家居装饰品市场发展分析 1

#### 第一节 2010年全球家居装饰品市场分析 1

##### 一、2010年全球家居装饰品市场回顾 1

##### 二、2010年全球家居装饰品市场环境 2

##### 三、2010年全球家居装饰品销售分析 3

##### 四、2010年全球家居装饰品市场规模 3

#### 第二节 主要国家地区家居装饰品市场分析 4

##### 一、2010-2011年美国家居装饰品市场分析 4

##### 二、2010-2011年欧洲家居装饰品市场分析 18

##### 三、2010-2011年日本家居装饰品市场分析 24

##### 四、2010-2011年泰国家居装饰品市场分析 25

## 第二章 我国家居装饰品行业发展现状 27

### 第一节 我国家居装饰品行业发展现状 27

#### 一、家居装饰品行业品牌发展现状 27

#### 二、家居装饰品行业消费市场现状 30

#### 三、家居装饰品市场消费层次分析 31

#### 四、我国家居装饰品市场走向分析 35

## 第二节 2010-2011年我国家居装饰品行业发展状况 38

### 一、2010年中国家居装饰品行业发展回顾 38

### 二、2010年家居装饰品行业发展情况分析 38

### 三、2010年我国家居装饰品市场特点分析 39

### 四、2011年我国家居装饰品市场发展分析 41

## 第三节 2010-2011年中国家居装饰品行业供需分析 43

### 一、2010-2011年中国家居装饰品市场供给总量分析 43

### 二、2010-2011年中国家居装饰品市场供给结构分析 43

### 三、2010-2011年中国家居装饰品市场需求总量分析 45

### 四、2010-2011年中国家居装饰品市场需求结构分析 46

## 第四节 2010-2011年中国家居装饰品细分行业分析 47

### 一、2010-2011年画框行业分析 47

### 二、2010-2011年相框行业分析 49

### 三、2010-2011年工艺品行业分析 50

### 四、2010-2011年礼品行业分析 55

## 第三章 中国家居装饰品行业经济运行分析 59

### 第一节 2011年家居装饰品行业运行情况分析 59

#### 一、2011年家居装饰品行业经济指标分析 59

#### 二、2011年家居装饰品行业收入前十家企业 60

### 第二节 2011年家居装饰品行业产量分析 60

#### 一、2011年我国家居装饰品产品产量分析 60

#### 二、2011年我国家居装饰品产品产量预测 61

## 第四章 中国家居装饰品消费市场分析 63

### 第一节 家居装饰品行业产品目标客户群体调查 63

#### 一、不同收入水平消费者偏好调查 63

#### 二、不同年龄的消费者偏好调查 67

#### 三、不同地区的消费者偏好调查 68

### 第二节 家居装饰品市场消费需求分析 71

#### 一、家居装饰品市场的消费需求变化 71

#### 二、家居装饰品行业的需求情况分析 72

### 三、2011年家居装饰品品牌市场消费需求分析 73

#### 第三节 家居装饰品消费市场状况分析 75

##### 一、家居装饰品行业消费特点 75

##### 二、家居装饰品消费者分析 76

##### 三、家居装饰品消费结构分析 76

##### 四、家居装饰品消费的市场变化 78

##### 五、家居装饰品市场的消费方向 81

##### 六、家居饰品产业用户认知度分析 83

### 第五章 中国家居装饰品行业区域市场分析 85

#### 第一节 2011年华北地区家居装饰品行业分析 85

##### 一、2010-2011年行业发展现状分析 85

##### 二、2010-2011年市场规模情况分析 85

##### 三、2011-2015年市场需求情况分析 85

##### 四、2011-2015年行业发展前景预测 87

#### 第二节 2011年东北地区家居装饰品行业分析 88

##### 一、2010-2011年行业发展现状分析 88

##### 二、2010-2011年市场规模情况分析 88

##### 三、2011-2015年市场需求情况分析 88

##### 四、2011-2015年行业发展前景预测 89

#### 第三节 2011年华东地区家居装饰品行业分析 90

##### 一、2010-2011年行业发展现状分析 90

##### 二、2010-2011年市场规模情况分析 90

##### 三、2011-2015年市场需求情况分析 90

##### 四、2011-2015年行业发展前景预测 90

#### 第四节 2011年华南地区家居装饰品行业分析 91

##### 一、2010-2011年行业发展现状分析 91

##### 二、2010-2011年市场规模情况分析 91

##### 三、2011-2015年市场需求情况分析 91

##### 四、2011-2015年行业发展前景预测 91

#### 第五节 2011年华中地区家居装饰品行业分析 92

##### 一、2010-2011年行业发展现状分析 92

二、2010-2011年市场规模情况分析 92

三、2011-2015年市场需求情况分析 92

四、2011-2015年行业发展前景预测 92

第六节 2011年西南地区家居装饰品行业分析 93

一、2010-2011年行业发展现状分析 93

二、2010-2011年市场规模情况分析 93

三、2011-2015年市场需求情况分析 93

四、2011-2015年行业发展前景预测 93

第七节 2011年西北地区家居装饰品行业分析 94

一、2010-2011年行业发展现状分析 94

二、2010-2011年市场规模情况分析 94

三、2011-2015年市场需求情况分析 94

四、2011-2015年行业发展前景预测 94

第六章 家居装饰品行业投资与发展前景分析 95

第一节 2011年上半年家居装饰品行业投资情况分析 95

一、2011年上半年投资规模情况 95

二、2011年上半年投资增速情况 95

三、2011年上半年分行业投资分析 95

四、2011年上半年分地区投资分析 99

第二节 家居装饰品行业投资机会分析 99

一、家居装饰品投资项目分析 99

二、可以投资的家居装饰品模式 101

三、2011年家居装饰品投资机会 105

四、2011年家居装饰品细分行业投资机会 107

五、2011年家居装饰品投资新方向 110

第三节 家居装饰品行业发展前景分析 111

一、家居装饰品市场发展前景分析 111

二、我国家居装饰品市场蕴藏的商机 113

三、2011年家居装饰品市场面临的发展商机 116

四、2011-2015年家居装饰品市场面临的发展商机 118

## 第二部分 市场竞争格局与形势

### 第七章 家居装饰品行业竞争格局分析 121

#### 第一节 家居装饰品行业集中度分析 121

##### 一、家居装饰品市场集中度分析 121

##### 二、家居装饰品区域集中度分析 121

#### 第二节 家居装饰品行业竞争格局分析 121

##### 一、2010-2011年家居装饰品行业竞争分析 121

##### 二、2010-2011年国内外家居装饰品竞争分析 125

##### 三、2010-2011年中国家居饰品市场竞争策略分析 125

##### 四、2011-2015年家居饰品行业竞争策略分析 127

##### 五、2011-2015年中国家居饰品市场竞争趋势 132

### 第八章 2011-2015年中国家居装饰品行业发展形势分析 135

#### 第一节 家居装饰品行业发展概况 135

##### 一、家居装饰品行业发展特点分析 135

##### 二、家居装饰品行业总产值分析 136

##### 三、家居装饰品行业技术发展分析 137

##### 四、家居饰品产业当前存在的问题分析 139

#### 第二节 2010-2011年家居装饰品行业市场情况分析 140

##### 一、家居装饰品行业市场发展分析 140

##### 二、家居装饰品市场存在的问题 141

##### 三、家居装饰品市场规模分析 142

#### 第三节 2010-2011年家居装饰品产销状况分析 142

##### 一、家居装饰品产量分析 142

##### 二、家居装饰品产能分析 143

##### 三、家居装饰品市场需求状况分析 144

## 第三部分 赢利水平与企业分析

### 第九章 中国家居装饰品行业整体运行指标分析 145

#### 第一节 2011年中国家居装饰品行业总体规模分析 145

##### 一、企业数量结构分析 145

##### 二、行业生产规模分析 145



## 第二节 2011年中国家居装饰品行业产销分析 146

### 一、行业产成品情况总体分析 146

### 二、行业产品销售收入总体分析 146

## 第三节 2011年年中国家居装饰品行业财务指标总体分析 146

### 一、行业盈利能力分析 146

### 二、行业偿债能力分析 147

### 三、行业营运能力分析 148

### 四、行业发展能力分析 149

## 第十章 家居装饰品行业赢利水平分析 151

### 第一节 成本分析 151

#### 一、2010-2011年家居装饰品原材料价格走势 151

#### 二、2010-2011年家居装饰品行业人工成本分析 159

### 第二节 产销运存分析 162

#### 一、2010-2011年家居装饰品行业产销情况 162

#### 二、2010-2011年家居装饰品行业库存情况 162

#### 三、2010-2011年家居装饰品行业资金周转情况 167

### 第三节 盈利水平分析 168

#### 一、2010-2011年家居装饰品行业价格走势 168

#### 二、2010-2011年家居装饰品行业营业收入情况 169

#### 三、2010-2011年家居装饰品行业毛利率情况 169

#### 四、2011-2015年家居装饰品行业赢利预测 169

## 第十一章 家居装饰品行业盈利能力分析 171

### 第一节 2011年中国家居装饰品行业利润总额分析 171

#### 一、利润总额分析 171

#### 二、不同规模企业利润总额比较分析 171

#### 三、不同所有制企业利润总额比较分析 171

### 第二节 2011年中国家居装饰品行业销售利润率 172

#### 一、销售利润率分析 172

#### 二、不同规模企业销售利润率比较分析 172

#### 三、不同所有制企业销售利润率比较分析 172

### 第三节 2011年中国家居装饰品行业总资产利润率分析 173

#### 一、总资产利润率分析 173

#### 二、不同规模企业总资产利润率比较分析 173

#### 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 173

## 第十二章 家居装饰品重点企业发展分析 175

### 第一节 宜家（中国驰名商标） 175

#### 一、企业概况 175

#### 二、2011年经营状况 181

#### 三、企业发展策略 182

#### 四、2011-2015年盈利能力分析 193

### 第二节 好百年（中国驰名商标） 199

#### 一、企业概况 199

#### 二、企业市场定位 200

#### 三、企业的竞争优势 201

#### 四、企业品牌战略的实施 202

### 第三节 月星家居装饰品(中国驰名商标) 204

#### 一、企业概况 204

#### 二、企业业务范围 205

#### 三、企业品牌战略 206

### 第四节 金海马（中国驰名商标） 211

#### 一、企业概况 211

#### 二、企业发展策略 212

### 第五节 麦德龙（一线品牌） 215

#### 一、企业概况 215

#### 二、2011年经营状况 218

#### 三、企业经营管理 218

### 第六节 爱家（中国驰名商标） 226

#### 一、企业概况 226

#### 二、企业发展优势 227

### 第七节 九百家居装饰品（中国驰名商标） 228

#### 一、企业概况 228

## 二、企业经营状况 229

### 第八节 金盛家居装饰品（中国驰名商标） 229

#### 一、企业概况 229

#### 二、企业发展分析 230

### 第九节 简爱家居装饰品（中国驰名商标） 230

#### 一、企业概况 230

#### 二、企业竞争优势 232

#### 三、企业发展方向 233

### 第十节 集美家居装饰品（中国驰名商标） 235

#### 一、企业概况 235

#### 二、企业品牌建设 238

#### 三、企业发展方向 239

## 第四部分 投资策略与风险预警

### 第十三章 家居装饰品行业投资策略分析 243

#### 第一节 行业发展特征 243

##### 一、行业的周期性 243

##### 二、行业的上下游 243

##### 三、行业经营模式 263

#### 第二节 家居装饰品行业投资效益分析 266

##### 一、2011年家居装饰品行业投资效益分析 266

##### 二、2011-2015年家居装饰品行业投资方向 266

##### 三、2011-2015年家居装饰品行业投资建议 268

#### 第三节 家居装饰品行业投资策略研究 269

##### 一、2010-2011年家居装饰品行业投资策略 269

##### 二、2011-2015年家居装饰品行业投资策略 273

### 第十四章 家居装饰品行业投资风险预警 277

#### 第一节 影响家居装饰品行业发展的主要因素 277

##### 一、2011年影响家居装饰品行业运行的有利因素 277

##### 二、2011年影响家居装饰品行业运行的稳定因素 278

##### 三、2011年影响家居装饰品行业运行的不利因素 280

#### 四、2011年我国家居装饰品行业发展面临的挑战 281

#### 第二节 家居装饰品行业投资风险预警 283

##### 一、2011-2015年家居装饰品行业市场风险预测 283

##### 二、2011-2015年家居装饰品行业政策风险预测 283

##### 三、2011-2015年家居装饰品行业经营风险预测 283

##### 四、2011-2015年家居装饰品行业技术风险预测 284

##### 五、2011-2015年家居装饰品行业其他风险预测 284

### 第五部分 发展趋势与规划建议

#### 第十五章 家居装饰品行业发展趋势分析 285

##### 第一节 2011-2015年中国家居装饰品市场趋势分析 285

##### 一、2010-2011年我国家居装饰品市场趋势总结 285

##### 二、2011-2015年我国家居装饰品发展趋势分析 288

##### 第二节 2011-2015年家居装饰品产品发展趋势分析 290

##### 一、2011-2015年家居装饰品产品技术趋势分析 290

##### 二、2011-2015年家居装饰品产品价格趋势分析 294

##### 第三节 2011-2015年中国家居装饰品行业供需预测 296

##### 一、2011-2015年中国家居装饰品供给预测 296

##### 二、2011-2015年中国家居装饰品需求预测 297

##### 三、2011-2015年中国家居装饰品价格预测 297

##### 第四节 2011-2015年家居装饰品行业规划建议 300

##### 一、家居装饰品行业"十二五"整体规划 300

##### 二、家居装饰品行业"十二五"发展预测 303

##### 三、2011-2015年家居装饰品行业规划建议 305

#### 第十六章 家居装饰品企业管理策略建议 307

##### 第一节 市场策略分析 307

##### 一、家居装饰品价格策略分析 307

##### 二、家居装饰品渠道策略分析 318

##### 第二节 销售策略分析 323

##### 一、媒介选择策略分析 323

##### 二、产品定位策略分析 327

### 三、企业宣传策略分析 330

#### 第三节 提高家居饰品企业竞争力的策略 332

##### 一、提高中国家居饰品企业核心竞争力的对策 332

##### 二、家居饰品企业提升竞争力的主要方向 336

##### 三、影响家居饰品企业核心竞争力的因素及提升途径 338

#### 第四节 对我国家居饰品品牌的战略思考 341

##### 一、家居饰品实施品牌战略的意义 341

##### 二、我国家居饰品企业的品牌战略 344

##### 三、家居饰品品牌战略管理的策略 345

### 图表目录

图表：2010年全球家居装饰品销售情况 3

图表：2010年全球家居装饰品市场规模 3

图表：2010-2011年中国家居装饰品市场供给总量 43

图表：2010-2011年中国家居装饰品市场需求总量 45

图表：2010年家居装饰品行业企业数量 59

图表：2010年家居装饰品行业工业总产值 59

图表：2010年家居装饰品行业主营业务收入 59

图表：2010年家居装饰品行业总额利润 59

图表：家居装饰品行业收入前十家企业 60

图表：2010年家居装饰品行业产品产量 60

图表：2011年1-6月家居装饰品行业产品产量 60

图表：2011年家居装饰品行业产品产量预测 61

图表：2010-2011年华北家居装饰品市场规模 85

图表：2010-2011年东北家居装饰品市场规模 88

图表：2010-2011年华东家居装饰品市场规模 90

图表：2010-2011年华南家居装饰品市场规模 91

图表：2010-2011年华中家居装饰品市场规模 92

图表：2010-2011年西南家居装饰品市场规模 93

图表：2010-2011年西北家居装饰品市场规模 94

图表：2011年家居装饰品行业投资规模 95

图表：2011年家居装饰品行业投资规模增速情况 95

图表：2011年家居装饰品行业分地区投资 99

图表：预计支出增加的家庭比例 112

图表：不同收入家庭关于装饰品增加支出的比例 112

图表：不同收入居民家庭的住房情况 112

图表：2010年家居装饰品行业总产值 136

图表：2010年家居装饰品市场规模 142

图表：2010年家居装饰品企业数量 145

图表：2010年家居装饰品行业生产规模 145

图表：2010年家居装饰品行业产成品 146

图表：2010年家居装饰品行业产品销售收入 146

图表：2010年1月工艺品出厂价格指数 151

图表：2010年2月工艺品出厂价格指数 152

图表：2010年3月工艺品出厂价格指数 152

图表：2010年4月工艺品出厂价格指数 152

图表：2010年5月工艺品出厂价格指数 152

图表：2010年6月工艺品出厂价格指数 152

图表：2010年7月工艺品出厂价格指数 153

图表：2010年8月工艺品出厂价格指数 153

图表：2010年9月工艺品出厂价格指数 153

图表：2010年10月工艺品出厂价格指数 153

图表：2010年11月工艺品出厂价格指数 153

图表：2010年12月工艺品出厂价格指数 154

图表：2011年1月工艺品出厂价格指数 154

图表：2011年2月工艺品出厂价格指数 154

图表：2011年3月工艺品出厂价格指数 154

图表：2011年4月工艺品出厂价格指数 154

图表：2011年5月工艺品出厂价格指数 155

图表：2010年1月纺织品零售价格指数 155

图表：2010年2月纺织品零售价格指数 155

图表：2010年3月纺织品零售价格指数 155

图表：2010年4月纺织品零售价格指数 156

图表：2010年5月纺织品零售价格指数 156

图表：2010年6月纺织品零售价格指数 156

图表：2010年7月纺织品零售价格指数 156

图表：2010年8月纺织品零售价格指数 157

图表：2010年9月纺织品零售价格指数 157

图表：2010年10月纺织品零售价格指数 157

图表：2010年11月纺织品零售价格指数 157

图表：2010年12月纺织品零售价格指数 158

图表：2011年1月纺织品零售价格指数 158

图表：2011年2月纺织品零售价格指数 158

图表：2011年3月纺织品零售价格指数 158

图表：2011年4月纺织品零售价格指数 159

图表：2011年5月纺织品零售价格指数 159

图表：2010-2011年家居装饰品行业营业收入 169

图表：2010-2011年家居装饰品行业毛利率 169

图表：2010-2011年中国家居装饰品行业利润总额 171

图表：2010-2011年中国家居装饰品行业销售利润率 172

图表：2010-2011年中国家居装饰品行业总资产利润率 173

图表：2010年1-2月帘子布产量全国合计 244

图表：2010年1-3月帘子布产量全国合计 244

图表：2010年1-4月帘子布产量全国合计 245

图表：2010年1-5月帘子布产量全国合计 245

图表：2010年1-6月帘子布产量全国合计 245

图表：2010年1-7月帘子布产量全国合计 245

图表：2010年1-8月帘子布产量全国合计 245

图表：2010年1-9月帘子布产量全国合计 245

图表：2010年1-10月帘子布产量全国合计 245

图表：2010年1-11月帘子布产量全国合计 246

图表：2010年1-12月帘子布产量全国合计 246

图表：2011年1-2月帘子布产量全国合计 246

图表：2011年1-3月帘子布产量全国合计 246

图表：2011年1-4月帘子布产量全国合计 246

图表：2011年1-5月帘子布产量全国合计 246

图表：2010年1-2月灯具及照明装置产量全国合计 247

图表：2010年1-3月灯具及照明装置产量全国合计 247

图表：2010年1-4月灯具及照明装置产量全国合计 247

图表：2010年1-5月灯具及照明装置产量全国合计 247

图表：2010年1-6月灯具及照明装置产量全国合计 248

图表：2010年1-7月灯具及照明装置产量全国合计 248

图表：2010年1-8月灯具及照明装置产量全国合计 248

图表：2010年1-9月灯具及照明装置产量全国合计 248

图表：2010年1-10月灯具及照明装置产量全国合计 248

图表：2010年1-11月灯具及照明装置产量全国合计 249

图表：2010年1-12月灯具及照明装置产量全国合计 249

图表：2011年1-2月灯具及照明装置产量全国合计 249

图表：2011年1-3月灯具及照明装置产量全国合计 249

图表：2011年1-4月灯具及照明装置产量全国合计 249

图表：2011年1-5月灯具及照明装置产量全国合计 250

图表：2010年1-2月木质家具产量全国合计 250

图表：2010年1-3月木质家具产量全国合计 250

图表：2010年1-4月木质家具产量全国合计 250

图表：2010年1-5月木质家具产量全国合计 251

图表：2010年1-6月木质家具产量全国合计 251

图表：2010年1-7月木质家具产量全国合计 251

图表：2010年1-8月木质家具产量全国合计 251

图表：2010年1-9月木质家具产量全国合计 251

图表：2010年1-10月木质家具产量全国合计 252

图表：2010年1-11月木质家具产量全国合计 252

图表：2010年1-12月木质家具产量全国合计 252

图表：2011年1-2月木质家具产量全国合计 252

图表：2011年1-3月木质家具产量全国合计 252

图表：2011年1-4月木质家具产量全国合计 253

图表：2011年1-5月木质家具产量全国合计 253

图表：2010年1-2月金属家具产量全国合计 253

图表：2010年1-3月金属家具产量全国合计 253



图表：2010年1-4月金属家具产量全国合计 254

图表：2010年1-5月金属家具产量全国合计 254

图表：2010年1-6月金属家具产量全国合计 254

图表：2010年1-7月金属家具产量全国合计 254

图表：2010年1-8月金属家具产量全国合计 254

图表：2010年1-9月金属家具产量全国合计 255

图表：2010年1-10月金属家具产量全国合计 255

图表：2010年1-11月金属家具产量全国合计 255

图表：2010年1-12月金属家具产量全国合计 255

图表：2011年1-2月金属家具产量全国合计 255

图表：2011年1-3月金属家具产量全国合计 256

图表：2011年1-4月金属家具产量全国合计 256

图表：2011年1-5月金属家具产量全国合计 256

图表：2010年1-2月软体家具产量全国合计 256

图表：2010年1-3月软体家具产量全国合计 257

图表：2010年1-4月软体家具产量全国合计 257

图表：2010年1-5月软体家具产量全国合计 257

图表：2010年1-6月软体家具产量全国合计 257

图表：2010年1-7月软体家具产量全国合计 257

图表：2010年1-8月软体家具产量全国合计 258

图表：2010年1-9月软体家具产量全国合计 258

图表：2010年1-10月软体家具产量全国合计 258

图表：2010年1-11月软体家具产量全国合计 258

图表：2010年1-12月软体家具产量全国合计 258

图表：2011年1-2月软体家具产量全国合计 259

图表：2011年1-3月软体家具产量全国合计 259

图表：2011年1-4月软体家具产量全国合计 259

图表：2011年1-5月软体家具产量全国合计 259

图表：2010年2月房屋产销全国合计 260

图表：2010年3月房屋产销全国合计 260

图表：2010年4月房屋产销全国合计 260

图表：2010年5月房屋产销全国合计 260

图表：2010年6月房屋产销全国合计 261  
图表：2010年7月房屋产销全国合计 261  
图表：2010年8月房屋产销全国合计 261  
图表：2010年9月房屋产销全国合计 261  
图表：2010年10月房屋产销全国合计 262  
图表：2010年11月房屋产销全国合计 262  
图表：2010年12月房屋产销全国合计 262  
图表：2011年2月房屋产销全国合计 262  
图表：2011年3月房屋产销全国合计 263  
图表：2011年4月房屋产销全国合计 263  
图表：2011年5月房屋产销全国合计 263  
图表：2011-2015年中国家居装饰品供给预测 296  
图表：2011-2015年中国家居装饰品需求预测 297

通过《2011-2015年中国家居装饰品市场供需分析及投资方向研究咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/185416.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。