



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年沙发行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年沙发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/130394.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。是软件家具的一种。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月开始通过定单减少、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，对我国沙发行业的发展状况、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。本报告是国内外沙发企业、物业管理和装修公司等单位准确了解目前沙发行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品，对沙发的上游供应厂商、沙发企业以及欲在沙发领域从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前沙发业发展动态，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 沙发行业发展概述

##### 第一节 沙发的概念

###### 一、沙发的定义

###### 二、沙发的特点

###### 三、沙发的分类

##### 第二节 沙发行业发展成熟度

###### 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 沙发市场特征分析

###### 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 全球沙发行业发展分析

#### 第一节 世界沙发行业发展分析

##### 一、2007年世界沙发行业发展分析

##### 二、2008年世界沙发行业发展分析

##### 三、2009年世界沙发行业发展分析

#### 第二节 全球沙发市场分析

##### 一、2009年全球沙发需求分析

##### 二、2009年欧美沙发需求分析

##### 三、2009年中外沙发市场对比

#### 第三节 2008-2009年主要国家或地区沙发行业发展分析

- 一、2008-2009年美国沙发行业分析
- 二、2008-2009年日本沙发行业分析
- 三、2008-2009年欧洲沙发行业分析

### 第三章 我国沙发行业发展分析

#### 第一节 中国沙发行业发展状况

- 一、2008年沙发行业发展状况分析
- 二、2008年中国沙发行业发展动态
- 三、2008年沙发行业经营业绩分析
- 四、2008年我国沙发行业发展热点

#### 第二节 中国沙发市场供需状况

- 一、2009年中国沙发行业供给能力
- 二、2009年中国沙发市场供给分析
- 三、2009年中国沙发市场需求分析
- 四、2009年中国沙发产品价格分析

#### 第三节 我国沙发市场分析

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

### 第四章 沙发产业经济运行分析

#### 第一节 2008-2009年中国沙发产业工业总产值分析

- 一、2008-2009年中国沙发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年中国沙发产业市场销售收入分析

- 一、2008-2009年中国沙发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年中国沙发产业产品成本费用分析

- 一、2008-2009年中国沙发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年中国沙发产业利润总额分析

一、2008-2009年中国沙发产业利润总额分析

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 我国沙发产业进出口分析

#### 第一节 我国沙发产品进口分析

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 我国沙发产品出口分析

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 我国沙发产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年沙发进口预测

四、2009年沙发出口预测

### 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 中国沙发需求与消费者偏好调查

### 第一节 2008-2009年中国沙发产量统计分析

### 第二节 2008-2009年中国沙发历年消费量统计分析

### 第三节 沙发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 沙发产品的品牌市场调查

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

### 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 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

## 第九章 沙发企业竞争策略分析

### 第一节 沙发市场竞争策略分析

#### 一、2009年沙发市场增长潜力分析

#### 二、2009年沙发主要潜力品种分析

#### 三、现有沙发产品竞争策略分析

#### 四、潜力沙发品种竞争策略选择

## 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 沙发企业竞争策略分析

- 一、金融危机对沙发行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后沙发行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国沙发市场竞争趋势
- 四、2009-2012年沙发行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年沙发行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年沙发企业竞争策略分析

## 第十章 主要沙发企业竞争分析

### 第一节 顾家（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

### 第二节 左右（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 吉斯（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 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

### 第五节 红苹果（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 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

### 第七节 澳美（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

### 第八节 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

### 第九节 联邦（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 浪度（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 沙发行业发展趋势分析

#### 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年沙发行业发展趋势分析

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年中国沙发市场趋势分析

一、2008-2009年沙发市场趋势总结

二、2009-2012年沙发发展趋势分析

三、2009-2012年沙发市场发展空间

四、2009-2012年沙发产业政策趋向

五、2009-2012年沙发技术革新趋势

六、2009-2012年沙发价格走势分析

第十二章 未来沙发行业发展预测

第一节 未来沙发需求与消费预测

一、2009-2012年沙发产品消费预测

二、2009-2012年沙发市场规模预测

三、2009-2012年沙发行业总产值预测

四、2009-2012年沙发行业销售收入预测

五、2009-2012年沙发行业总资产预测

第二节 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年中国沙发产量预测

三、2009-2012年中国沙发需求预测

四、2009-2012年中国沙发供需平衡预测

五、2009-2012年中国沙发产品价格预测

六、2009-2012年主要沙发产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 沙发行业投资现状分析

## 第一节 2008年沙发行业投资情况分析

- 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年上半年沙发行业投资情况分析

- 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 沙发行业投资环境分析

### 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年沙发行业政策环境
- 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 沙发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 沙发行业投资效益分析

#### 一、2008-2009年沙发行业投资状况分析

#### 二、2009-2012年沙发行业投资效益分析

#### 三、2009-2012年沙发行业投资趋势预测

#### 四、2009-2012年沙发行业的投资方向

#### 五、2009-2012年沙发行业投资的建议

#### 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第四节 影响沙发行业发展的主要因素

#### 一、2009-2012年影响沙发行业运行的有利因素分析

#### 二、2009-2012年影响沙发行业运行的稳定因素分析

#### 三、2009-2012年影响沙发行业运行的不利因素分析

#### 四、2009-2012年我国沙发行业发展面临的挑战分析

#### 五、2009-2012年我国沙发行业发展面临的机遇分析

### 第五节 沙发行业投资风险及控制策略分析

#### 一、2009-2012年沙发行业市场风险及控制策略

#### 二、2009-2012年沙发行业政策风险及控制策略

#### 三、2009-2012年沙发行业经营风险及控制策略

#### 四、2009-2012年沙发行业技术风险及控制策略

#### 五、2009-2012年沙发同业竞争风险及控制策略

#### 六、2009-2012年沙发行业其他风险及控制策略

## 第十六章 沙发行业投资战略研究

### 第一节 沙发行业发展战略研究

#### 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 对我国沙发品牌的战略思考

#### 一、企业品牌的重要性

#### 二、沙发实施品牌战略的意义

#### 三、沙发企业品牌的现状分析

#### 四、我国沙发企业的品牌战略

#### 五、沙发品牌战略管理的策略

### 第三节 沙发行业投资战略研究

#### 一、2009年家具行业投资战略研究

#### 二、2009年沙发行业投资战略研究

#### 三、2009-2012年沙发行业投资形势

#### 四、2009-2012年沙发行业投资战略

## 图表目录

图表：沙发产业链分析

图表：国际沙发市场规模

图表：国际沙发生命周期

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年中国沙发产能预测

图表：2009-2012年中国沙发消费量预测

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：2008年1-12月沙发产量全国合计

图表：2008年1-12月沙发产量北京市合计

图表：2008年1-12月沙发产量天津市合计

图表：2008年1-12月沙发产量河北省合计

图表：2008年1-12月沙发产量山西省合计

图表：2008年1-12月沙发产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月沙发产量吉林省合计

图表：2008年1-12月沙发产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月沙发产量上海市合计

图表：2008年1-12月沙发产量江苏省合计

图表：2008年1-12月沙发产量浙江省合计

图表：2008年1-12月沙发产量安徽省合计

图表：2008年1-12月沙发产量福建省合计

图表：2008年1-12月沙发产量江西省合计

图表：2008年1-12月沙发产量山东省合计

图表：2008年1-12月沙发产量河南省合计

图表：2008年1-12月沙发产量湖北省合计

图表：2008年1-12月沙发产量湖南省合计

图表：2008年1-12月沙发产量广东省合计

图表：2008年1-12月沙发产量广西区合计

图表：2008年1-12月沙发产量海南省合计

图表：2008年1-12月沙发产量重庆市合计

图表：2008年1-12月沙发产量四川省合计

图表：2008年1-12月沙发产量贵州省合计

图表：2008年1-12月沙发产量云南省合计

图表：2008年1-12月沙发产量陕西省合计

图表：2008年1-12月沙发产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月沙发产量新疆区合计

图表：2008年1-12月沙发产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月沙发产量全国合计

图表：2009年1-5月沙发产量北京市合计

图表：2009年1-5月沙发产量天津市合计

图表：2009年1-5月沙发产量河北省合计



图表：2009年1-5月沙发产量山西省合计

图表：2009年1-5月沙发产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月沙发产量吉林省合计

图表：2009年1-5月沙发产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月沙发产量上海市合计

图表：2009年1-5月沙发产量江苏省合计

图表：2009年1-5月沙发产量浙江省合计

图表：2009年1-5月沙发产量安徽省合计

图表：2009年1-5月沙发产量福建省合计

图表：2009年1-5月沙发产量江西省合计

图表：2009年1-5月沙发产量山东省合计

图表：2009年1-5月沙发产量河南省合计

图表：2009年1-5月沙发产量湖北省合计

图表：2009年1-5月沙发产量湖南省合计

图表：2009年1-5月沙发产量广东省合计

图表：2009年1-5月沙发产量广西区合计

图表：2009年1-5月沙发产量海南省合计

图表：2009年1-5月沙发产量重庆市合计

图表：2009年1-5月沙发产量四川省合计

图表：2009年1-5月沙发产量贵州省合计

图表：2009年1-5月沙发产量云南省合计

图表：2009年1-5月沙发产量陕西省合计

图表：2009年1-5月沙发产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月沙发产量新疆区合计

图表：2009年1-5月沙发产量内蒙古合计

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月沙发进口数据

图表：2008年1季度沙发进口数据

图表：2008年1月沙发进口数据

图表：2008年2月沙发进口数据

图表：2008年3月沙发进口数据

图表：2008年2季度沙发进口数据

图表：2008年4月沙发进口数据

图表：2008年5月沙发进口数据

图表：2008年6月沙发进口数据

图表：2008年3季度沙发进口数据

图表：2008年7月沙发进口数据

图表：2008年8月沙发进口数据

图表：2008年9月沙发进口数据

图表：2008年4季度沙发进口数据

图表：2008年10月沙发进口数据

图表：2008年11月沙发进口数据

图表：2008年12月沙发进口数据

图表：2008年1-12月沙发出口数据

图表：2008年1季度沙发出口数据

图表：2008年1月沙发出口数据

图表：2008年2月沙发出口数据

图表：2008年3月沙发出口数据

图表：2008年2季度沙发出口数据

图表：2008年4月沙发出口数据

图表：2008年5月沙发出口数据

图表：2008年6月沙发出口数据

图表：2008年3季度沙发出口数据

图表：2008年7月沙发出口数据

图表：2008年8月沙发出口数据

图表：2008年9月沙发出口数据

图表：2008年4季度沙发出口数据

图表：2008年10月沙发出口数据

图表：2008年11月沙发出口数据

图表：2008年12月沙发出口数据

图表：2009年1-5月沙发进口数据

图表：2009年1季度沙发进口数据

图表：2009年1月沙发进口数据

图表：2009年2月沙发进口数据

图表：2009年3月沙发进口数据

图表：2009年2季度沙发进口数据

图表：2009年4月沙发进口数据

图表：2009年5月沙发进口数据

图表：2009年1-5月沙发出口数据

图表：2009年1季度沙发出口数据

图表：2009年1月沙发出口数据

图表：2009年2月沙发出口数据

图表：2009年3月沙发出口数据

图表：2009年2季度沙发出口数据

图表：2009年4月沙发出口数据

图表：2009年5月沙发出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/130394.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。