

2009-2012年中国家居行业 投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年中国家居行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200908/24331.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

→内容简介

2009年上半年，尽管全球经济还是一片阴霾，但纵观国内家居消费市场，却出乎意料的出现全面“井喷”现象。这不仅让各大家居厂商松了一口气，也在很大程度上缓解了前期由于市场低迷而带来的产销压力。市场的全面爆发似乎让行业逐渐凸显“回暖”迹象。的确，五一的旺销为2009年的旺季市场开了一个好头，但是，乐观的背后仍存在一定的隐忧。总结五一销售情况，不止一家卖场用了“火爆”、“出乎意料”、“超出预期”这样的字眼。延绵不段的队伍、拥挤的停车场、一次次推迟的营业时间……家居行业在连续沉寂后突然爆发了。一组组漂亮的数字蕴含了让行业振奋不已的信息，但细细推敲却不难发现，这次五一销售之所以出现井喷现象，从大环境上来说是因为中国经济回暖，消费信心逐步回升。而因为假日经济的惯例，这次各商家的促销力度也都是空前增大。在内需低迷、消费者集体等待假日折扣等情况下，家居企业“被迫”选择在五一时实行各种促销措施，用以刺激消费，尽快消化库存、盘活资金链。事实上情况也正如商家所想，2009年五一消费可谓一片火热，但与此同时，背后付出的却是“价格谷底”的代价。当前，家居产品的价格全面触底致使行业整体盈利能力下降的同时，将间接打乱国内家居行业自身产业结构调整的步伐。如何才能有效的占领市场，在危机来临的时候，企业更需要与经销商保持良好的沟通，而在产品质量方面，不管在任何时候都不能忽略，毕竟消费者需要的是品质产品而非伪劣商品。在服务方面，企业也需要很大的提高，比如产品的维护以及保修期，如果企业的服务承诺能够真正做到，那么在消费者心中就能拥有更高的诚信度。只有企业在各方面自我提升，才有可能在激烈的角逐中脱颖而出。

跨行业多元化经营，寻找新的利润增长点，成为2009年家居行业最大的变局。家装公司开始卖家具了，家具公司涉足建材行业了，等等一系列的“多元化”现象层出不穷。走多元化经营的家居企业有广泛的市场空间，只要做出特色，推广得当，总能在庞大的消费群体中找到属于自己的客户。在家居业的发展过程当中，媒体的推动力不可忽视，特别是随着互联网的不断发展，家居业产生的一系列的变革都有其参与的身影，而且这种作用和角色越来越重要。在前几年，也许有电视、广播和报纸就够了，但是现在网络同样不可或缺，而且地位越来越重要。特别是2009年金融危机，网络在催进市场回暖方面很活跃。对于家居流通企业来说，做的是零售的终端，因此管理是一个很重要、很复杂的工作。以前，一个大市场，每个摊位自己经营，管理上不去，服务保证不了。现在消费者生活水平提高了，对家居一站式购物有着强烈的需求。现在居然之家的每个卖场都可以和好的百货商场相比，统一收

银，完善的交易和服务体系，这些都是借助网络化的管理。综合来看，通过网络可以提升管理效益，减少沟通成本。在品牌营销上，家居企业也要好好研究网络，这个新媒体还有很多潜力可以挖掘。家居企业的企业历史都不长，在品牌打造、品牌营销上都要慢慢来研究和学习。

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、中国建材工业协会、家居行业相关协会、国内外相关报刊杂志的基础信息、家居行业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国家居行业的发展状况、市场竞争、流通渠道等进行了分析，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。本报告是国内外家居企业、房地产开发企业、物业管理和装修公司等单位准确了解目前家居行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品，对家居的上游供应商、家居企业以及欲在家居领域从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前家居业发展动态，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 家居行业发展概述 1

第一节 家居的概念 1

一、家居的定义 1

二、家居建材的定义 1

三、家居业的特点 1

第二节 家居细分概念 2

一、智能家居 2

二、整体家居 3

三、集成家居 3

四、家居系统 4

第二章 全球家居行业发展分析 5

第一节 世界家居行业发展分析 5

一、2009年世界家具发展分析 5

二、2009年世界家具需求分析 5

三、2009年国际家具行业发展动向分析 5

四、2009年世界家具前景展望	9
五、2009年全球家纺品发展趋势	9
六、2010年世界厨卫流行趋势	10
第二节 法国家居行业基本情况	12
一、法国家居行业概述	12
二、法国家居行业特点	12
三、全球金融危机对家居业发展影响	14
四、法国家居业发展新趋势	15
五、中国企业开拓法国家居市场策略	16
第三节 美国家具行业发展状况	17
一、美国家具及床品销售现状	17
二、经济危机对美国家具业影响	20
三、2009年美国家具准入壁垒分析	21
四、2012年美国室外家具市场发展预测	22
第四节 俄罗斯家具行业发展状况	23
一、俄罗斯家具贸易中心现状	23
二、俄罗斯家具消费市场分析	24
三、俄罗斯家具行业发展走势分析	25
第三章 我国家居行业发展分析	27
第一节 中国家居行业发展状况	27
一、2006-2008年家居产业发展状况	27
二、2009年家居行业发展特征分析	30
三、2009年家居行业发展问题及对策	31
第二节 2009年上半年中国家居行业发展分析	33
一、2009年上半年我国家居行业发展局势分析	33
二、2009年上半年家居行业发展挑战与机遇	42
三、2009年上半年家居市场消费状况	46
第三节 2009年中国家居产品发展分析	47
一、2009年上半年智能家居行业发展分析	47
二、2009年环保家居行业发展分析	50
三、2009年节水节能家居产品市场分析	52
第四章 家居细分市场发展分析	55

第一节 2009年上半年中国家具产业发展分析	56
一、2009年上半年中国家具产业发展现状	57
二、2009年中国家具产业发展趋势预测	57
三、2009年中国家具产业发展策略	58
第二节 2009年上半年中国家纺产业发展分析	58
一、2009年上半年中国家纺产业现状分析	59
二、2009年中国家纺产业趋势预测	59
三、2009年中国家纺产业发展策略	60
第三节 2009年上半年中国餐厨产业发展分析	60
一、2009年上半年中国餐厨产业现状分析	61
二、2009年中国餐厨产业发展趋势预测	62
三、2009年中国餐厨产业发展策略分析	62
第四节 2009年上半年中国家居饰品产业发展分析	62
一、2009年上半年中国家居饰品产业现状分析	63
二、2009年中国家居饰品产业趋势预测	63
三、2009年中国家居饰品产业发展策略	64
第五节 2009年中国其他家居产业发展分析	64
一、2009年上半年地板行业发展分析	64
二、2009年上半年涂料产业发展分析	67
三、藤艺家具市场发展潜力分析	68
四、2009年橱柜业发展分析	70
第五章 我国家居产业外贸内销分析	71
第一节 我国家居产品外贸分析	71
一、美国衰退对中国家居业出口影响	71
二、2009年家居企业出口分析	71
三、2009年外贸受挫对家居行业影响分析	78
四、2009年家居系列产品出口退税调整情况	80
第二节 我国家居细分行业出口分析	80
一、2009年1-7月家具出口状况	80
二、2009年上半年我国家纺产品出口分析	81
三、2009年上半年我国日用陶瓷出口分析	82
第三节 我国家居行业内销分析	82

- 一、外贸家居走回销战略分析 82
- 二、家居业出口转内销发展新模式 83
- 三、2009年家居行业下乡政策 84
- 四、2009年家纺企业下乡策略分析 85
- 第六章 家居区域市场发展分析 87
- 第一节 北京家居市场分析 87
- 一、2008-2009年北京家居景气品牌分析 87
- 二、北京家居卖场“销售生活方式”分析 88
- 三、2009年北京市家居市场竞争分析 90
- 第二节 上海家居市场分析 91
- 一、2009年上海家居行业发展问题及对策 91
- 二、2009年上海中高档家居用品消费情况 102
- 三、2009年下半年上海家居市场发展预测 103
- 第三节 广州家居市场分析 105
- 一、广州家居业发展现状 105
- 二、2009年广州家居业“造节”促销分析 107
- 三、2009年广州家居市场竞争分析 109
- 第四节 杭州建材家居市场分析 110
- 一、杭州建材家居市场格局 111
- 二、杭州建材家居市场趋势 114
- 三、杭州橄榄球式消费结构分析 116
- 第七章 中国家居需求与消费者偏好调查 119
- 第一节 家居消费者分析 119
- 一、2009年富豪房产家居消费价格分析 119
- 二、“80后”家居消费行为分析 120
- 三、2009年家居行业消费需求分析 122
- 四、2009年整体家居装饰服务消费者成熟度分析 123
- 第二节 2009年部分城市家居消费者分析 125
- 一、长沙高端家居市场消费人群分析 125
- 二、重庆市民网购家居用品消费分析 126
- 三、深圳家居消费市场调查 127
- 第三节 2009年家居消费趋势分析 129

- 一、2009年家居消费趋势起变化 129
- 二、2009年家居消费价格趋向分析 131
- 三、2009年家居消费环保时尚趋势 133
- 第二部分 行业竞争格局分析
- 第八章 家居行业竞争格局分析 135
- 第一节 2008-2009年家居行业竞争格局分析 135
- 一、2008-2009年家居行业竞争状况分析 135
- 二、2009年家居卖场竞争格局分析 139
- 三、2009年家居市场格局变革分析 142
- 第二节 2009年家居行业竞争分析 144
- 一、新环境下家居业价值竞争分析 144
- 二、2009年家居市场竞争引发两极分化 146
- 三、高端家居市场同质产品竞争分析 148
- 四、2009年家居业深度竞争分析 149
- 第三节 2009年家居产业在内销市场竞争分析 151
- 一、家具企业扩军产品线 152
- 二、主流卖场渠道竞争分析 152
- 三、香港家具在北京市场竞争分析 153
- 第九章 家居企业竞争策略分析 155
- 第一节 家居市场竞争策略分析 155
- 一、家居品牌建设策略 155
- 二、家居产品质量策略 155
- 三、家居售后服务策略 155
- 第二节 家居市场发展策略分析 156
- 一、2009年家居行业扩张策略 156
- 二、家居行业细节策略 158
- 三、家居行业多元化营销策略 159
- 四、家居行业流通渠道品牌竞争策略 160
- 五、家居行业文化竞争策略 162
- 第三节 家居市场网络销售策略分析 163
- 一、2009年家居业网络销售策略分析 163
- 二、家居行业网络营销与传统营销模式互补策略 166

三、家居行业B2C策略深度思考	167
第十章 主要家居企业竞争分析	169
第一节 宜家（中国驰名商标）	169
一、企业概况	169
二、公司品牌营销战略分析	170
三、公司在中国发展问题及对策	178
第二节 好百年（中国驰名商标）	186
一、企业概况	186
二、2009年公司建设家居网购品牌分析	187
三、公司发展战略分析	188
第三节 月星家居(中国驰名商标)	191
一、企业概况	191
二、公司经营业务分析	192
三、公司发展战略分析	193
第四节 金海马（中国驰名商标）	194
一、企业概况	194
二、公司办公家具新型连锁商场分析	195
三、公司开拓东北市场分析	197
第五节 麦德龙（一线品牌）	200
一、企业概况	200
二、公司在中国发展战略	201
三、2009年公司在华动向分析	209
第六节 爱家（中国驰名商标）	211
一、企业概况	211
二、公司营销网络	212
三、2009年公司服务策略分析	212
第七节 九百家居（中国驰名商标）	214
一、企业概况	214
二、公司营销网络分析	214
三、公司发展战略分析	215
第八节 金盛家居（中国驰名商标）	215
一、企业概况	215

二、2009年公司开拓滨城市场分析	217
三、金盛国际家居营销模式分析	219
第九节 简爱家居(中国驰名商标)	220
一、企业概况	220
二、2009年简爱家居优惠政策	221
三、公司办公家具馆销售新模式	222
第十节 集美家居(中国驰名商标)	223
一、企业概况	223
二、2009年公司发展战略分析	224
三、2009年公司发展动向	226
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、未来十年家居装修流行趋势分析	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 未来家居细分行业发展预测	244
第一节 2009年家具行业发展趋势分析	244
一、我国家具行业未来整体发展趋势	244
二、我国儿童家具市场前景分析	245
三、2009年家具行业发展前景分析	246
四、2009年下半年家具市场走势	252
五、2009年家具新趋势分析	253
第二节 2009年家居厨卫浴行业发展趋势分析	257
一、厨卫五金行业发展趋势	257
二、2009年厨卫产品流行趋势	259
三、2009年洁具市场潜力分析	262

四、2009年中国卫浴行业发展趋势预测	264
五、2009年卫浴业市场复苏预测	264
第三节 2009-2010年家纺行业发展趋势分析	265
一、2009年下半年我国家纺企业发展趋势	265
二、生态家纺产品主流趋势分析	268
三、2010年中国家纺行业流行趋势	269
第四节 2009年家居装饰趋势	273
一、重装饰轻装修	273
二、追捧异国风情	273
三、个性化成主导	273
四、热衷简约清淡	274
五、新材料显活力	274
第四部分 行业投资策略	
第十三章 家居行业投资现状分析	275
第一节 家居行业投资现状	275
一、西部家居行业投资状况	275
二、家居行业投资状况	276
三、风险投资与家居企业分析	278
第二节 2009年家居行业投资分析	281
一、2009年家纺行业投资分析	281
二、2009年家具市场投资分析	282
三、2009年家居饰品业投资分析	284
第十四章 家居行业投资环境分析	286
第一节 经济发展环境分析	286
一、2008年我国宏观经济运行分析	286
二、2009年我国宏观经济运行情况	327
三、2009-2012年我国宏观经济形势分析	333
四、2009-2012年投资趋势及其影响预测	348
第二节 社会发展环境分析	354
一、2009年全国居民收入情况分析	354
二、2009年全国社会消费品零售总额	355
三、2009年全国百家重点大型零售企业销售情况	356

四、2009年全国居民消费价格分析	357
第三节 2009年上半年家居行业新标准	362
一、2009版《北京市家具买卖合同》	362
二、《木家具通用技术条件》	362
三、《住宅厨房及相关设备基本参数》和《住宅卫生间功能及尺寸系列》	362
第十五章 家居行业投资机会与风险	363
第一节 家居行业投资机遇分析	363
一、2009年政策房小户型发展带来家居行业投资机遇	363
二、国内家饰品市场投资前景分析	364
三、2009年客厅家具业投资机遇分析	366
四、2009年中国家纺行业投资机遇分析	367
第二节 家居行业投资风险分析	368
一、山寨名牌充斥家居市场	369
二、小品牌急功近利促使抄袭	369
三、市场变革或提高品牌门槛	370
第十六章 家居行业投资战略研究	371
第一节 2009年家居行业多元化战略分析	371
一、2009年家居行业跨行业多元经营战略分析	371
二、2009年家居行业多元化战略问题分析	372
三、家居行业多元化发展方向	373
第二节 家居行业发展战略分析	375
一、行业发展战略要点	375
二、行业发展战略焦点分析	376
三、行业发展战略关键分析	378
四、行业发展战略切入点分析	378
第三节 家居行业调整战略分析	379
一、金融危机影响下家居行业战略转型分析	379
二、2009年家居品牌竞争战略分析	382
三、高端家居战略调整分析	386
第四节 家居行业投资策略分析	387
一、家居店投资策略	387
二、家居饰品店经营策略	389

三、家居投资开店筹划策略 392

图表目录

- 图表：2007年法国家居业前五位进口来源国 13
- 图表：2007年法国家居业前五位出口目的地国 14
- 图表：2008年美国家具分类消费额变化情况表 18
- 图表：2008年美国部分城市家具及床品销售额统计情况 19
- 图表：2008-2013年美国部分城市家具销售额增长情况 20
- 图表：2009年家居行业四大支柱 55
- 图表：2009年上半年与2008年上半年家居业走势环比图 55
- 图表：2009年家具行业产品排行榜 56
- 图表：2009年上半年家具行业趋势图 57
- 图表：2009年家纺行业产品排行榜 58
- 图表：2009年上半年家纺行业趋势图 59
- 图表：2009年餐厨行业产品排行榜 61
- 图表：2009年上半年餐厨行业趋势图 61
- 图表：2009年家饰行业产品排行榜 63
- 图表：2009年上半年家饰行业趋势图 63
- 图表：2009年7月上海家居建材市场卫浴品牌占有率报表 95
- 图表：2009年7月上海家居建材市场龙头品牌占有率报表 95
- 图表：2009年7月上海家居建材市场水槽品牌占有率报表 96
- 图表：2009年7月上海家居建材市场瓷砖品牌占有率报表 96
- 图表：2009年7月上海家居建材市场厨卫电器品牌占有率报表 96
- 图表：2009年7月上海家居建材市场橱柜品牌占有率报表 97
- 图表：2009年7月上海家居建材市场淋浴房品牌占有率报表 97
- 图表：2009年7月上海家居建材市场吊顶品牌占有率报表 97
- 图表：2009年7月上海家居建材市场楼梯品牌占有率报表 98
- 图表：2009年7月上海家居建材市场木门品牌占有率报表 98
- 图表：2009年7月上海家居建材市场实木复合地板品牌占有率报表 98
- 图表：2009年7月上海家居建材市场强化地板品牌占有率报表 99
- 图表：2009年7月上海家居建材市场电工开关品牌占有率报表 99
- 图表：2009年7月上海家居建材市场防盗门品牌占有率报表 99
- 图表：2009年7月上海家居建材市场无框阳台窗品牌占有率报表 100

图表：2009年7月上海家居建材市场油漆/涂料品牌占有率报表 100

图表：2009年7月上海家居建材市场五金品牌占有率报表 100

图表：2009年7月上海家居建材市场卫浴配件品牌占有率报表 101

图表：2009年7月上海家居建材市场照明品牌占有率报表 101

图表：2009年7月上海家居建材市场板材品牌占有率报表 101

图表：2009年7月上海家居建材市场墙纸品牌占有率报表 102

图表：2009年7月上海家居建材市场进口卫浴品牌占有率报表 102

图表：2009年7月上海家居建材市场进口瓷砖品牌占有率报表 102

图表：2008年1-4季度国内生产总值 287

图表：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图 287

图表：2000-2008年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速 288

图表：2006-2008年5月我国出口累计同比增速对比 288

图表：2008年2-11月我国CPI情况 290

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 290

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 291

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 291

图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况 292

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 292

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 292

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 293

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 293

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 293

图表：2008年2月工业增加值增长速度 294

图表：2008年3月工业增加值增长速度 294

图表：2008年4月工业增加值增长速度 295

图表：2008年5月工业增加值增长速度 295

图表：2008年6月工业增加值增长速度 296

图表：2008年7月工业增加值增长速度 296

图表：2008年8月工业增加值增长速度 297

图表：2008年9月工业增加值增长速度 297

图表：2008年10月工业增加值增长速度 298

图表：2008年11月工业增加值增长速度 298

图表：2008年12月工业增加值增长速度 299

图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 301

图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 301

图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 302

图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 302

图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 303

图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 303

图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 304

图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 304

图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 305

图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 306

图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 306

图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 309

图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 311

图表：2008年7月我国进出口商品构成表 313

图表：2008年7月我国进出口总值简要情况表 313

图表：2008年7月我国前十名合作贸易伙伴 313

图表：2008年7月我国前十位出口市场 314

图表：2008年7月我国前十位进口来源地 314

图表：2008年8月我国进出口商品构成表 315

图表：2008年8月我国进出口总值简要情况表 315

图表：2008年8月我国前十名合作贸易伙伴 315

图表：2008年8月我国前十位出口市场 316

图表：2008年8月我国前十位进口来源地 316

图表：2008年9月我国进出口商品构成表 316

图表：2008年9月我国进出口总值简要情况表 317

图表：2008年9月我国前十名合作贸易伙伴 317

图表：2008年9月我国前十位出口市场 317

图表：2008年9月我国前十位进口来源地 318

图表：2008年10月我国进出口总值简要情况表 318

图表：2008年10月我国进出口商品构成表 318

图表：2008年10月我国前十名合作贸易伙伴 319

图表：2008年10月我国前十位出口市场 319

图表：2008年10月我国前十位进口来源地 320

图表：2008年11月我国前十位出口市场 320

图表：2008年11月我国前十位进口来源地 321

图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 321

图表：2008年12月我国前十位出口市场 322

图表：2008年12月我国前十位进口来源地 322

图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 323

图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 324

图表：2008年我国月度进出口总值情况 324

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 325

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 325

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 325

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 325

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 325

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 326

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 326

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 326

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 326

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 326

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 327

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 327

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 327

图表：2008年2月我国固定资产投资完成额 350

图表：2008年3月我国固定资产投资完成额 350

图表：2008年4月我国固定资产投资完成额 350

图表：2008年5月我国固定资产投资完成额 350

图表：2008年6月我国固定资产投资完成额 351

图表：2008年7月我国固定资产投资完成额 351

图表：2008年8月我国固定资产投资完成额 351

图表：2008年9月我国固定资产投资完成额 351

图表：2008年10月我国固定资产投资完成额 351

图表：2008年11月我国固定资产投资完成额 351
图表：2008年12月我国固定资产投资完成额 351
图表：2009年2月我国固定资产投资完成额 352
图表：2009年3月我国固定资产投资完成额 352
图表：2009年4月我国固定资产投资完成额 352
图表：2008年2月我国固定资产投资资金来源 352
图表：2008年3月我国固定资产投资资金来源 352
图表：2008年4月我国固定资产投资资金来源 352
图表：2008年5月我国固定资产投资资金来源 352
图表：2008年6月我国固定资产投资资金来源 353
图表：2008年7月我国固定资产投资资金来源 353
图表：2008年8月我国固定资产投资资金来源 353
图表：2008年9月我国固定资产投资资金来源 353
图表：2008年10月我国固定资产投资资金来源 353
图表：2008年11月我国固定资产投资资金来源 353
图表：2008年12月我国固定资产投资资金来源 353
图表：2009年2月我国固定资产投资资金来源 354
图表：2009年3月我国固定资产投资资金来源 354
图表：2009年4月我国固定资产投资资金来源 354
图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数 360
图表：2009年7月家具产品排行榜 366
图表：2009年6、7月家具趋势对比图 367

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200908/24331.html>