

# 2009-2012年仿古砖行业竞争格局与投资战略研究 咨询报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年仿古砖行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/6175061750.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

2008年瓷砖在建材市场的动静比较大，最突出的特点是具有大自然气息的仿古砖走俏，这是因为越来越多的消费者开始追求家居装修的独特个性和文化品位。瓷砖是家庭装修中常用的一种装饰材料，有多种材质，分为釉面砖、通体砖、抛光砖、玻化砖、马赛克几大类。而如今市面上较为流行的仿古砖则特指釉面砖，主要以亚光仿古砖为主。在家庭装饰崇尚自然的风格中，古朴典雅的仿古砖日益受到人们的喜爱。仿古砖多为橘红、陶红、土色、灰色等自然色，表面不像其他瓷砖光滑平整，视觉效果有凹凸不平感，有很好的防滑性。部分建材市场，仿古砖的款式颜色非常丰富，而被设计师精心搭配的样板展示空间也多被商家安排在店铺的显眼位置。过去仿古砖花色品种比较单一，风格类似。现在的仿古砖花色图案既丰富又时尚，加上设计师的精心搭配，可以适应各种风格。不仅不同色系的仿古砖能搭配出不同的家居装饰效果，同一款砖的不同铺设搭配也能给人不一样的感觉。目前选购仿古砖的多为年轻人，仿古砖在进入家庭装饰前，多用在咖啡厅、酒吧中，古朴的风格与幽雅的环境相结合，独特的装饰效果深受年轻人喜爱。如今随着人们家装观念的不断改变，仿古砖适用的空间也越来越广，已经不再拘泥于传统的地面铺设材料，而是开始被搬上墙面，用于厨房、卫浴甚至用来装饰背景墙面和玄关。

在传统的观念里，仿古砖适宜古香古色的家居空间，其实仿古砖不一定“仿古”。近年来很多生产仿古砖的企业推出的产品，款式图案非常丰富，时尚且具有浓厚的文化韵味，可以适应不同的空间风格，中式、欧式、美式、现代、田园都可以。家装设计师认为，仿古砖可古典可时尚，它的文化内涵与艺术魅力是其他瓷砖和涂料无法比拟的，可以尽显居室主人的文化格调。一般来说，那些具有“仿古”特色的仿古砖在风格上偏中性柔和，更适合在需要贴近自然、营造宁静氛围的休闲空间使用，比如居室中的阳台、露台等。随着仿古砖深加工的开展，在现代家庭的厨房、卫浴等空间也随处可见仿古砖的身影。很多女士非常喜欢用仿古砖布置的卫生间，她们认为，仿古砖能给卫生间增加很多的艺术氛围，视觉上更加柔和温馨。而且如今的仿古砖，工艺精良，不用担心清洁问题。另外，仿古砖也适合用在书房和卧室，仿古砖的颜色质朴，和许多家装风格形成匹配，能反衬出家具的高雅格调；在儿童活动空间使用仿古砖，除了能营造一个充满历史文化感的空间外，还能由此激发孩子了解历史的兴趣，增加他们的生活体验。

金融危机以来，中档陶瓷产品销售情况不乐观，相对而言，高档、低档产品受到的影响并不大。2009年1、2月以来，仿古砖销售额未见增长，但也未见下滑，零售很稳定。究其原因，首先，仿古砖定位高端市场。高端市场的消费者，即便资产受金融危机影响而缩水，但毕竟是有钱人，消费能力不受影响。其次，这跟目前仿古砖的销售走隐形渠道有关。仿古砖的市场销售，靠设计师引导消费者完成。目前仿古砖市场上，70%的市场份额依靠高端家装公司的设计师引导消费者进行消费。虽然2009年的市场有变化，但是高端家装公司的市场占有率高，绝对值变化不大，因而市场相对稳定，销售基本不受影响。2008年下半年以来

，抛光砖市场因“私抛厂”的低价倾销策略，利润空间变小，产品成本接近透明，必须依靠销量来维持陶瓷企业的利润，而在走量上，正规陶企并无价格优势，所以很多陶瓷企业将目光转向仿古砖。目前的市场，受房地产市场萎缩的影响，市场需求量也随之萎缩。仿古砖的铺设设计，不同产品的切割搭配、铺设方案均依赖设计师，所以消费者对设计师的依赖程度高。一般情况下，如果没有设计师现场指导，即便有了设计师的铺设方案，普通泥水匠也不会铺设。所以，自仿古砖产品上市以来，就特别依赖设计师渠道。对于消费者而言，无论是抛光砖还是仿古砖，其使用功能并无多大区别，就像前几年的电视机一样。无论是普通电视机，还是液晶、背投、等离子产品，对于消费者而言，能看电视节目就行。但经过商家的炒作，液晶、背投、等离子电视，就成为电视机市场上的高端产品了。设计师掌握终端消费者，在与厂家的博弈中，谈判筹码在向设计师倾斜。过于依赖设计师渠道，无法有效拓展仿古砖市场，而只能陷入对设计师渠道的恶性竞争中。所以，对于经营仿古砖品牌的陶瓷企业而言，开展多渠道经营的课题已经摆在面前。

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、国家发改委、国务院发展研究中心、中国建材工业协会、中国建筑装饰协会、中国室内装饰协会、中国陶瓷工业协会、中国建筑卫生陶瓷协会、中国经济景气监测中心、国内外多种相关报刊杂志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，对国内外仿古砖市场总体发展情况进行了深入的研究分析。报告详细论述了仿古砖行业的发展趋势、以及行业竞争格局、领先企业运行情况等，同时还分析了建材、建筑陶瓷、木地板等相关行业的发展现状及趋势，并对今后我国仿古砖行业的发展做出了精确的预测。本报告数据及时全面，图表丰富，既有深入的探讨，又有直观的比较分析，为仿古砖企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，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了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 行业发展现状

##### 第一章 仿古砖行业发展概述

###### 第一节 仿古砖的概念

###### 一、仿古砖的定义

###### 二、仿古砖的特点

###### 三、仿古砖的分类

###### 第二节 仿古砖行业发展成熟度

###### 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 仿古砖市场特征分析

- 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 全球仿古砖行业发展分析

### 第一节 世界仿古砖行业发展分析

- 一、2007年世界仿古砖行业发展分析
- 二、2008年世界仿古砖行业发展分析
- 三、2009年世界仿古砖行业发展分析

### 第二节 全球仿古砖市场分析

- 一、2009年全球仿古砖需求分析
- 二、2009年欧美仿古砖需求分析
- 三、2009年中外仿古砖市场对比

### 第三节 2008-2009年主要国家或地区仿古砖行业发展分析

- 一、2008-2009年美国仿古砖行业分析
- 二、2008-2009年日本仿古砖行业分析
- 三、2008-2009年欧洲仿古砖行业分析

## 第三章 我国仿古砖行业发展分析

### 第一节 中国仿古砖行业发展状况

- 一、2008年仿古砖行业发展状况分析
- 二、2008年中国仿古砖行业发展动态
- 三、2008年仿古砖行业经营业绩分析
- 四、2008年我国仿古砖行业发展热点

### 第二节 中国仿古砖市场供需状况

- 一、2009年中国仿古砖行业供给能力
- 二、2009年中国仿古砖市场供给分析
- 三、2009年中国仿古砖市场需求分析
- 四、2009年中国仿古砖产品价格分析

### 第三节 我国仿古砖市场分析

- 一、2008年上半年仿古砖市场分析
- 二、2008年下半年仿古砖市场分析
- 三、2009年上半年仿古砖市场分析

#### 四、2009年仿古砖市场的走向分析

##### 第四章 仿古砖产业经济运行分析

###### 第一节 2008-2009年中国仿古砖产业工业总产值分析

###### 一、2008-2009年中国仿古砖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年中国仿古砖产业市场销售收入分析

###### 一、2008-2009年中国仿古砖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年中国仿古砖产业产品成本费用分析

###### 一、2008-2009年中国仿古砖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年中国仿古砖产业利润总额分析

###### 一、2008-2009年中国仿古砖产业利润总额分析

###### 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 我国仿古砖产业进出口分析

###### 第一节 我国仿古砖产品进口分析

###### 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 我国仿古砖产品出口分析

###### 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 我国仿古砖产品进出口预测

###### 一、2009年上半年进口分析

###### 二、2009年上半年出口分析

###### 三、2009年仿古砖进口预测

###### 四、2009年仿古砖出口预测

##### 第六章 仿古砖关联产业发展分析

###### 第一节 建材行业

###### 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、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

## 第二节 陶瓷行业

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、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

## 第三节 建陶行业

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、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

## 第七章 仿古砖区域市场发展分析

### 第一节 华北地区

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、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

### 第二节 东北地区

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、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

### 第三节 华东地区

- 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、2008-2009年技术发展分析
- 六、2009-2012年行业发展形势

#### 第四节 华南地区

- 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、2008-2009年技术发展分析
- 六、2009-2012年行业发展形势

#### 第五节 中南地区

- 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、2008-2009年技术发展分析
- 六、2009-2012年行业发展形势

#### 第六节 西南地区

- 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、2008-2009年技术发展分析
- 六、2009-2012年行业发展形势

#### 第七节 西北地区

- 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、2008-2009年技术发展分析
- 六、2009-2012年行业发展形势

#### 第二部分 行业竞争格局

## 第八章 仿古砖行业竞争格局分析

### 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 仿古砖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年仿古砖行业竞争格局分析

- 一、2008年仿古砖行业竞争分析
- 二、2008年中外仿古砖产品竞争分析
- 三、2008-2009年国内外仿古砖竞争分析
- 四、2008-2009年我国仿古砖市场竞争分析
- 五、2008-2009年我国仿古砖市场集中度分析
- 六、2009-2012年国内主要仿古砖企业动向

## 第九章 仿古砖企业竞争策略分析

### 第一节 仿古砖市场竞争策略分析

- 一、2009年仿古砖市场增长潜力分析
- 二、2009年仿古砖主要潜力品种分析

### 三、现有仿古砖产品竞争策略分析

### 四、潜力仿古砖品种竞争策略选择

### 五、典型企业产品竞争策略分析

## 第二节 仿古砖企业竞争策略分析

### 一、金融危机对仿古砖行业竞争格局的影响

### 二、金融危机后仿古砖行业竞争格局的变化

### 三、2009-2012年我国仿古砖市场竞争趋势

### 四、2009-2012年仿古砖行业竞争格局展望

### 五、2009-2012年仿古砖行业竞争策略分析

### 六、2009-2012年仿古砖企业竞争策略分析

## 第十章 主要仿古砖企业竞争分析

### 第一节 金意陶（中国驰名商标，佛山）

#### 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 马可波罗（中国驰名商标，广东唯美陶瓷有限公司）

#### 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 圣马力亚（中国驰名商标，佛山）

#### 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 新中源（中国驰名商标，佛山）

#### 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 能强（一线品牌，广东）

#### 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 仿古砖行业发展趋势分析

###### 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年仿古砖行业发展趋势分析

###### 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年中国仿古砖市场趋势分析

###### 一、2008-2009年仿古砖市场趋势总结

###### 二、2009-2012年仿古砖发展趋势分析

###### 三、2009-2012年仿古砖市场发展空间

###### 四、2009-2012年仿古砖产业政策趋向

###### 五、2009-2012年仿古砖技术革新趋势

###### 六、2009-2012年仿古砖价格走势分析

##### 第十二章 未来仿古砖行业发展预测

###### 第一节 未来仿古砖需求与消费预测

###### 一、2009-2012年仿古砖产品消费预测

###### 二、2009-2012年仿古砖市场规模预测

###### 三、2009-2012年仿古砖行业总产值预测

###### 四、2009-2012年仿古砖行业销售收入预测

###### 五、2009-2012年仿古砖行业总资产预测

###### 第二节 2009-2012年中国仿古砖行业供需预测

###### 一、2008-2012年中国仿古砖供给预测

###### 二、2009-2012年中国仿古砖产量预测

###### 三、2009-2012年中国仿古砖需求预测

###### 四、2009-2012年中国仿古砖供需平衡预测

###### 五、2009-2012年中国仿古砖产品价格预测

###### 六、2009-2012年主要仿古砖产品进出口预测

##### 第四部分 投资战略研究

##### 第十三章 仿古砖行业投资现状分析

###### 第一节 2008年仿古砖行业投资情况分析

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年上半年仿古砖行业投资情况分析

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 仿古砖行业投资环境分析

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年仿古砖行业政策环境

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 仿古砖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 仿古砖行业投资效益分析

一、2008-2009年仿古砖行业投资状况分析

二、2009-2012年仿古砖行业投资效益分析

三、2009-2012年仿古砖行业投资趋势预测

四、2009-2012年仿古砖行业的投资方向

五、2009-2012年仿古砖行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响仿古砖行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响仿古砖行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响仿古砖行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响仿古砖行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国仿古砖行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国仿古砖行业发展面临的机遇分析

第五节 仿古砖行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年仿古砖行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年仿古砖行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年仿古砖行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年仿古砖行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年仿古砖同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年仿古砖行业其他风险及控制策略

第十六章 仿古砖行业投资战略研究

第一节 仿古砖行业发展战略研究

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 对我国仿古砖品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、仿古砖实施品牌战略的意义

三、仿古砖企业品牌的现状分析

四、我国仿古砖企业的品牌战略

五、仿古砖品牌战略管理的策略

第三节 仿古砖行业投资战略研究

一、2008年仿古砖行业投资战略研究

二、2009年仿古砖行业投资战略研究

三、2009-2012年仿古砖行业投资形势

四、2009-2012年仿古砖行业投资战略

图表目录

图表：仿古砖产业链分析

图表：国际仿古砖市场规模

图表：国际仿古砖生命周期

图表：2008-2009年中国仿古砖行业市场规模

图表：2008-2009年全球仿古砖产业市场规模

图表：2008-2009年仿古砖重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国仿古砖行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国仿古砖行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国仿古砖行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国仿古砖竞争力分析

图表：2009-2012年中国仿古砖产能预测

图表：2009-2012年中国仿古砖消费量预测

图表：2009-2012年中国仿古砖市场前景预测

图表：2009-2012年中国仿古砖市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国仿古砖发展前景预测

图表：2008年1-12月仿古砖产量全国合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量北京市合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量天津市合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量河北省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量山西省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量吉林省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量上海市合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量江苏省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量浙江省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量安徽省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量福建省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量江西省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量山东省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量河南省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量湖北省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量湖南省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量广东省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量广西区合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量海南省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量重庆市合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量四川省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量贵州省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量云南省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量陕西省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量新疆区合计

图表：2008年1-12月仿古砖产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量全国合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量北京市合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量天津市合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量河北省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量山西省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量吉林省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量上海市合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量江苏省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量浙江省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量安徽省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量福建省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量江西省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量山东省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量河南省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量湖北省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量湖南省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量广东省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量广西区合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量海南省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量重庆市合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量四川省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量贵州省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量云南省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量陕西省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量新疆区合计

图表：2009年1-5月仿古砖产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月瓷砖行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月瓷砖行业收入前十家企业

图表：2008年5月瓷砖行业收入前十家企业

图表：2008年8月瓷砖行业收入前十家企业

图表：2008年11月瓷砖行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月瓷砖行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月瓷砖进口数据

图表：2008年1季度瓷砖进口数据

图表：2008年1月瓷砖进口数据

图表：2008年2月瓷砖进口数据

图表：2008年3月瓷砖进口数据

图表：2008年2季度瓷砖进口数据

图表：2008年4月瓷砖进口数据

图表：2008年5月瓷砖进口数据

图表：2008年6月瓷砖进口数据

图表：2008年3季度瓷砖进口数据

图表：2008年7月瓷砖进口数据

图表：2008年8月瓷砖进口数据

图表：2008年9月瓷砖进口数据

图表：2008年4季度瓷砖进口数据

图表：2008年10月瓷砖进口数据

图表：2008年11月瓷砖进口数据

图表：2008年12月瓷砖进口数据

图表：2008年1-12月瓷砖出口数据

图表：2008年1季度瓷砖出口数据

图表：2008年1月瓷砖出口数据

图表：2008年2月瓷砖出口数据

图表：2008年3月瓷砖出口数据

图表：2008年2季度瓷砖出口数据

图表：2008年4月瓷砖出口数据

图表：2008年5月瓷砖出口数据

图表：2008年6月瓷砖出口数据

图表：2008年3季度瓷砖出口数据

图表：2008年7月瓷砖出口数据

图表：2008年8月瓷砖出口数据

图表：2008年9月瓷砖出口数据

图表：2008年4季度瓷砖出口数据

图表：2008年10月瓷砖出口数据

图表：2008年11月瓷砖出口数据

图表：2008年12月瓷砖出口数据

图表：2009年1-5月瓷砖进口数据

图表：2009年1季度瓷砖进口数据

图表：2009年1月瓷砖进口数据

图表：2009年2月瓷砖进口数据

图表：2009年3月瓷砖进口数据

图表：2009年2季度瓷砖进口数据

图表：2009年4月瓷砖进口数据

图表：2009年5月瓷砖进口数据

图表：2009年1-5月瓷砖出口数据

图表：2009年1季度瓷砖出口数据

图表：2009年1月瓷砖出口数据

图表：2009年2月瓷砖出口数据

图表：2009年3月瓷砖出口数据

图表：2009年2季度瓷砖出口数据

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiaujiancai/6175061750.html>