

# 2009-2012年建筑装饰行业 竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2009-2012年建筑装饰行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/200908/23958.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

建筑装饰是建筑装饰装修工程的简称。是为保护建筑物的主体结构、完善建筑物的物理性能、使用功能和美化建筑物，采用装饰装修材料或饰物对建筑物的内外表面及空间进行的各种处理过程。建筑装饰行业已经成为建筑业中的三大支柱性产业之一，是一个劳动密集行业。建筑装饰行业是随着房地产热潮的逐步兴起，快速成长起来的朝阳产业。近些年来，伴随中国经济的快速增长以及相关行业的蓬勃发展，建筑装饰行业愈加显示出了其巨大的发展潜力，市场增长空间以平均每年20%左右的速度递增。中国建筑装饰材料行业也随着房地产、建筑装饰业的发展得到了快速发展。目前，中国已经成为世界上装饰材料生产大国、消费大国和出口大国。材料主导产品不仅在总量上连续多年位居世界第一，而且人均消费指数已接近和高于世界先进水平。随着中国人民生活水平的提高和综合国力的加强，建筑装饰行业不仅在建筑业中的比重不断上升、作用日益突出，同时在经济发展和社会进步中，发挥的作用也日益重要。加快建筑装饰行业的发展，提高行业整体运行质量，是全面建设小康社会的一项重要内容，充分利用计算机技术和网络技术，提高企业管理和设计、施工的信息化水平，将是实现建筑装饰行业跨越式发展的重要途径。

全世界百年不遇的金融危机已全面传导到实体经济领域中，各国都在出手救市，我国更是以迅雷的速度重拳出击，推出四万亿救市计划，从而带动地方总值达到25万亿的各种救市计划出台。由于建材品种的繁多，各种产品走势也会不尽相同。2008年已过去，但其所产生的震荡却愈来愈大。无论是百年奥运、无论是汶川大地震、还是席卷全球的金融大海啸，对于建材流通行业都有着深远的影响。与此同时，家居市场在经历了多年的繁华后开始退烧，消费者观望情绪渐浓，销售不再高歌猛进。谁创新、提升得及时，就有机会成为行业竞争的领跑者。而具体到网络营销渠道的创新和突破方面正在成为各大建材家居卖场争相看好，成为传统销售渠道之外的又一强势渠道。在整体经济环境不佳的大背景下，2008年我国的建材产品市场需求受到一定程度的影响。但是，虽然建材行业受到经济危机的影响，呈现了下行趋势，但总体来看，相较其他行业，建材行业短期内受到的影响较为有限。我国是世界建材出口大国，天然石材、玻璃纤维纱、平板玻璃等产品的出口占世界贸易量的40%~60%，水泥及熟料、加工玻璃、高岭土等产品的出口量占世界贸易量的20%~30%。我国在世界建材市场上已建立了一定基础，产品已覆盖100多个国家和地区，整体建材平均出口价格只有发达国家市场价格的三分之一至二分之一。鉴于这些优势，预计2009年我国仍会保持出口大国的地位。除个别产品出口量和出口额会出现下滑外，绝大多数品种还会继续上升，但增幅会有所下降。保守估算2009年我国建材产品的出口额将增长15%以上，出口额将突破200亿元大关。与2008年相比，预计水泥及熟料出口量下降15.6%，平板玻璃出口量下降10.2%，卫生陶瓷下

降0.8%，陶瓷砖增长18%。由于家装市场竞争已经比较激烈，所以如果要从家装公司的人工费和设计费上继续挤水分可能已经比较困难。不过，2009年的建材市场，尤其是地板、木料、油漆等主材可能都会出现降价。木地板行业是资源型的行业，受到金融危机的影响，国际原木价格已经出现了一定的下滑，物流的成本也会降一些。大成本的降低也会导致国内产品有一些回落，所以几年来一直只涨不跌的实木地板价格在2009年可能出现下跌的走势。过去上涨的时候，很多业主为了避免损失，往往还没装修就先预订地板，怕的就是涨价，2009年完全不必要这样做，甚至是越晚买越好。由于原木价格下跌，木工板的价格同样有可能出现下跌，而下跌幅度比较大的可能会是油漆，考虑到国际原油价格的大幅缩水，很多人都预计油漆价格很难坚挺，而水性木器漆则有可能充当涂料市场的新星。

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、国家发改委、国务院发展研究中心、国家海关总署、国家经济信息中心、住房和城乡建设部、中国建筑业协会、中国建材工业协会、中国建筑装饰协会、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、提供的大量内容翔实、统计精确的资料和数据。报告立足于我国建筑装饰行业现状，从建筑装饰行业的发展环境、竞争格局、行业内主要企业发展情况以及行业未来发展趋势等多方面深度剖析，全面展示建筑装饰行业现状，揭示建筑装饰的市场潜在需求与潜在机会。同时对我国主要的建筑装饰公司的发展情况、财务状况进行了分析，并重点分析了我国建筑装饰市场各细分产业的发展状况以及行业发展策略。本报告是建筑装饰材料生产行业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前建筑装饰行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状

##### 第一章 建筑装饰行业发展概述

###### 第一节 建筑装饰的概念

###### 一、建筑装饰的定义

###### 二、建筑装饰的特点

###### 三、建筑装饰的分类

###### 第二节 建筑装饰行业发展成熟度

###### 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 建筑装饰行业在国民经济中的地位及作用

- 一、建筑装饰行业对国民经济影响分析
- 二、建筑装饰行业对拉动内需和扩大就业作用分析
- 三、建筑装饰业对相关产业的带动作用分析
- 四、建筑装饰业对人们生活水平影响分析
- 五、建筑装饰业对人们文化品位影响分析
- 六、建筑装饰业对文体事业的影响分析

## 第二章 全球建筑装饰行业发展分析

### 第一节 2008-2009年世界建筑装饰产业发展综述

- 一、世界建筑装饰产业特点分析
- 二、世界建筑装饰主要企业分析
- 三、世界建筑装饰产业市场分析

### 第二节 2007-2009年世界建筑装饰行业发展分析

- 一、2007年世界建筑装饰行业发展分析
- 二、2008年世界建筑装饰行业发展分析
- 三、2009年世界建筑装饰行业发展分析

### 第三节 全球建筑装饰市场分析

- 一、2009年全球建筑装饰需求分析
- 二、2009年欧美建筑装饰需求分析
- 三、2009年中外建筑装饰市场对比

### 第四节 2008-2009年主要国家或地区建筑装饰行业发展分析

- 一、2008-2009年美国建筑装饰行业分析
- 二、2008-2009年日本建筑装饰行业分析
- 三、2008-2009年欧洲建筑装饰行业分析

## 第三章 我国建筑装饰行业发展分析

### 第一节 中国建筑装饰行业发展状况

- 一、2008年建筑装饰行业发展状况分析
- 二、2008年中国建筑装饰行业发展动态
- 三、2008年建筑装饰行业经营业绩分析
- 四、2008年我国建筑装饰行业发展热点

### 第二节 中国建筑装饰市场供需状况

- 一、2009年中国建筑装饰行业供给能力

二、2009年中国建筑装饰市场供给分析

三、2009年中国建筑装饰市场需求分析

四、2009年中国建筑装饰产品价格分析

### 第三节 我国建筑装饰市场分析

一、2008年上半年建筑装饰市场分析

二、2008年下半年建筑装饰市场分析

三、2009年上半年建筑装饰市场分析

四、2009年建筑装饰市场的走向分析

## 第四章 我国建筑装饰产业进出口分析

### 第一节 我国建筑装饰产品进口分析

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 我国建筑装饰产品出口分析

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 我国建筑装饰产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年建筑装饰产品进口预测

四、2009年建筑装饰产品出口预测

## 第五章 2008-2009年中国建筑装饰行业细分行业发展分析

### 第一节 2008-2009年我国木地板市场现状及未来发展趋势

一、原材料供应分析

二、我国木地板市场发展现状分析

三、我国木地板未来发展趋势分析

### 第二节 2008-2009年我国涂料市场运营分析

一、2008-2009年我国涂料行业发展现状分析

二、我国涂料市场运行状况分析

三、2008-2009年我国涂料行业发展特点分析

四、影响涂料市场发展因素分析

## 五、我国涂料行业未来发展分析

### 第三节 2008-2009年我国建筑卫生陶瓷市场分析

#### 一、我国建筑卫生陶瓷历史回顾

#### 二、我国建筑卫生陶瓷行业现状分析

#### 三、我国建筑卫生陶瓷存在问题分析

#### 四、我国建筑卫生陶瓷未来发展趋势分析

### 第四节 2008-2009年中国建筑门窗市场分析

#### 一、我国建筑门窗市场现状分析

#### 二、我国建筑门窗市场存在的问题分析

#### 三、我国建筑门窗未来发展趋势分析

### 第五节 2008-2009年我国照明市场分析

#### 一、我国照明市场发展现状分析

#### 二、我国照明市场发展前景分析

## 第二部分 行业竞争格局

## 第六章 建筑装饰行业竞争格局分析

### 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 建筑装饰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年建筑装饰行业竞争格局分析
- 一、2008年建筑装饰行业竞争分析
  - 二、2008年中外建筑装饰产品竞争分析
  - 三、2008-2009年国内外建筑装饰竞争分析
  - 四、2008-2009年我国建筑装饰市场竞争分析
  - 五、2008-2009年我国建筑装饰市场集中度分析
  - 六、2009-2012年国内主要建筑装饰企业动向
- 第七章 建筑装饰企业竞争策略分析
- 第一节 建筑装饰市场竞争策略分析
- 一、2009年建筑装饰市场增长潜力分析
  - 二、2009年建筑装饰主要潜力品种分析
  - 三、现有建筑装饰产品竞争策略分析
  - 四、潜力建筑装饰品种竞争策略选择
  - 五、典型企业产品竞争策略分析
- 第二节 建筑装饰企业竞争策略分析
- 一、金融危机对建筑装饰行业竞争格局的影响
  - 二、金融危机后建筑装饰行业竞争格局的变化
  - 三、2009-2012年我国建筑装饰市场竞争趋势
  - 四、2009-2012年建筑装饰行业竞争格局展望
  - 五、2009-2012年建筑装饰行业竞争策略分析
  - 六、2009-2012年建筑装饰企业竞争策略分析
- 第八章 国内主要建筑装饰企业竞争分析
- 第一节 金螳螂建筑装饰股份有限公司
- 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

### 第二节 中国建筑装饰工程公司

#### 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 浙江亚厦装饰集团有限公司

#### 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

### 第四节 北京龙发建筑装饰工程有限公司

#### 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

### 第五节 深圳市科源建设集团有限公司

#### 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

### 第六节 上海百姓家庭装潢有限公司

#### 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

### 第七节 广州满堂红装饰工程有限公司

#### 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

### 第八节 圣象制造集团

- 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 TOTO企业

- 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 美标（中国）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

### 第三部分 行业前景预测

#### 第九章 建筑装饰行业发展趋势分析

##### 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年建筑装饰行业发展趋势分析

- 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年中国建筑装饰市场趋势分析

- 一、2008-2009年建筑装饰市场趋势总结
- 二、2009-2012年建筑装饰发展趋势分析
- 三、2009-2012年建筑装饰市场发展空间
- 四、2009-2012年建筑装饰产业政策趋向
- 五、2009-2012年建筑装饰技术革新趋势
- 六、2009-2012年建筑装饰价格走势分析

#### 第十章 未来建筑装饰行业发展预测

## 第一节 未来建筑装饰需求与消费预测

- 一、2009-2012年建筑装饰产品消费预测
- 二、2009-2012年建筑装饰市场规模预测
- 三、2009-2012年建筑装饰行业总产值预测
- 四、2009-2012年建筑装饰行业销售收入预测
- 五、2009-2012年建筑装饰行业总资产预测

## 第二节 2009-2012年中国建筑装饰行业供需预测

- 一、2008-2012年中国建筑装饰供给预测
- 二、2009-2012年中国建筑装饰产品产量预测
- 三、2009-2012年中国建筑装饰需求预测
- 四、2009-2012年中国建筑装饰供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国建筑装饰产品价格预测
- 六、2009-2012年主要建筑装饰产品进出口预测

## 第四部分 投资战略研究

### 第十一章 建筑装饰行业投资现状分析

#### 第一节 2008年建筑装饰行业投资情况分析

- 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年上半年建筑装饰行业投资情况分析

- 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

### 第十二章 建筑装饰行业投资环境分析

#### 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年建筑装饰行业政策环境

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

## 第十三章 建筑装饰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 建筑装饰行业投资效益分析

一、2008-2009年建筑装饰行业投资状况分析

二、2009-2012年建筑装饰行业投资效益分析

三、2009-2012年建筑装饰行业投资趋势预测

四、2009-2012年建筑装饰行业的投资方向

五、2009-2012年建筑装饰行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第四节 影响建筑装饰行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响建筑装饰行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响建筑装饰行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响建筑装饰行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国建筑装饰行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国建筑装饰行业发展面临的机遇分析

### 第五节 建筑装饰行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年建筑装饰行业市场风险及控制策略

- 二、2009-2012年建筑装饰行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年建筑装饰行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年建筑装饰行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年建筑装饰同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年建筑装饰行业其他风险及控制策略

## 第十四章 建筑装饰行业投资战略研究

### 第一节 建筑装饰行业发展战略研究

- 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 对我国建筑装饰品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、建筑装饰实施品牌战略的意义
- 三、建筑装饰企业品牌的现状分析
- 四、我国建筑装饰企业的品牌战略
- 五、建筑装饰品牌战略管理的策略

### 第三节 建筑装饰行业投资战略研究

- 一、2009年建筑行业投资战略研究
- 二、2009年建筑装饰行业投资战略研究
- 三、2009-2012年建筑装饰行业投资形势
- 四、2009-2012年建筑装饰行业投资战略

## 图表目录

图表：建筑装饰产业链分析

图表：国际建筑装饰市场规模

图表：国际建筑装饰生命周期

图表：2008-2009年中国建筑装饰行业市场规模

图表：2008-2009年全球建筑装饰产业市场规模

图表：2008-2009年建筑装饰重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国建筑装饰行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国建筑装饰行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国建筑装饰行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国建筑装饰竞争力分析

图表：2009-2012年中国建筑装饰产能预测

图表：2009-2012年中国建筑装饰消费量预测

图表：2009-2012年中国建筑装饰市场前景预测

图表：2009-2012年中国建筑装饰市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国建筑装饰发展前景预测

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量全国合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量北京市合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量天津市合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量河北省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量山西省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量吉林省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量上海市合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量江苏省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量浙江省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量安徽省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量福建省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量江西省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量山东省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量河南省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量湖北省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量湖南省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量广东省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量广西区合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量海南省合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量重庆市合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量四川省合计  
图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量贵州省合计  
图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量云南省合计  
图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量陕西省合计  
图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量甘肃省合计  
图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量新疆区合计  
图表：2008年1-12月建筑装饰产品产量内蒙古合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量全国合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量北京市合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量天津市合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量河北省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量山西省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量辽宁省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量吉林省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量黑龙江合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量上海市合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量江苏省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量浙江省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量安徽省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量福建省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量江西省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量山东省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量河南省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量湖北省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量湖南省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量广东省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量广西区合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量海南省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量重庆市合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量四川省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量贵州省合计  
图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量云南省合计

图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量陕西省合计

图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量甘肃省合计

图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量新疆区合计

图表：2009年1-6月建筑装饰产品产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月建筑装饰产品进口数据

图表：2008年1季度建筑装饰产品进口数据

图表：2008年1月建筑装饰产品进口数据

图表：2008年2月建筑装饰产品进口数据

图表：2008年3月建筑装饰产品进口数据

图表：2008年2季度建筑装饰产品进口数据

图表：2008年4月建筑装饰产品进口数据

图表：2008年5月建筑装饰产品进口数据

图表：2008年6月建筑装饰产品进口数据

图表：2008年3季度建筑装饰产品进口数据

图表：2008年7月建筑装饰产品进口数据

图表：2008年8月建筑装饰产品进口数据

图表：2008年9月建筑装饰产品进口数据

图表：2008年4季度建筑装饰产品进口数据

图表：2008年10月建筑装饰产品进口数据

图表：2008年11月建筑装饰产品进口数据

图表：2008年12月建筑装饰产品进口数据

图表：2008年1-12月建筑装饰产品出口数据

图表：2008年1季度建筑装饰产品出口数据

图表：2008年1月建筑装饰产品出口数据

图表：2008年2月建筑装饰产品出口数据

图表：2008年3月建筑装饰产品出口数据

图表：2008年2季度建筑装饰产品出口数据

图表：2008年4月建筑装饰产品出口数据

图表：2008年5月建筑装饰产品出口数据

图表：2008年6月建筑装饰产品出口数据

图表：2008年3季度建筑装饰产品出口数据

图表：2008年7月建筑装饰产品出口数据



图表：2008年8月建筑装饰产品出口数据

图表：2008年9月建筑装饰产品出口数据

图表：2008年4季度建筑装饰产品出口数据

图表：2008年10月建筑装饰产品出口数据

图表：2008年11月建筑装饰产品出口数据

图表：2008年12月建筑装饰产品出口数据

图表：2009年1-6月建筑装饰产品进口数据

图表：2009年1季度建筑装饰产品进口数据

图表：2009年1月建筑装饰产品进口数据

图表：2009年2月建筑装饰产品进口数据

图表：2009年3月建筑装饰产品进口数据

图表：2009年2季度建筑装饰产品进口数据

图表：2009年4月建筑装饰产品进口数据

图表：2009年5月建筑装饰产品进口数据

图表：2009年1-6月建筑装饰产品出口数据

图表：2009年1季度建筑装饰产品出口数据

图表：2009年1月建筑装饰产品出口数据

图表：2009年2月建筑装饰产品出口数据

图表：2009年3月建筑装饰产品出口数据

图表：2009年2季度建筑装饰产品出口数据

图表：2009年4月建筑装饰产品出口数据

图表：2009年5月建筑装饰产品出口数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200908/23958.html>