

2006年中国卫浴市场研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2006年中国卫浴市场研究报告》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/fangzhi/2875328753.html>

报告价格：电子版: 5000元 纸介版：6000元 电子和纸介版: 6500

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

| | | | | | |
|-----------------------------|----|--------------------------|----|----------------|--------------|
| 目 录第一章 国际卫浴市场分析 | 7 | 第一节 国外特种陶瓷的发展及新动向 | 7 | 第二节 | |
| 2004-2005年世界部分国家卫浴市场分析 | | 9一、黎巴嫩卫生洁具和瓷砖业概况 | | | |
| 9二、2005年美国洁具五大趋势 | 10 | 三、部分国家卫陶产品节水便器的标准 | 10 | 第二章 | |
| 2004-2005年我国卫浴市场分析 | | | | 14 | 第一节 |
| 2004-2005年我国卫生陶瓷发展现状及增长机会分析 | | | | | |
| 14一、2004-2005年我国卫生陶瓷发展现状分析 | 14 | 二、2005中国卫浴业发展现状分析 | | | |
| 16三、2005陶瓷卫浴业运行特征分析 | 18 | 四、2005年以后卫生陶瓷的发展机会分析 | | | |
| 19五、卫生陶瓷产品在农村市场热销 | 21 | 第二节 | | | |
| 2005年前三季度建筑卫生陶瓷行业经济运行情况分析 | 21 | 第三节 我国卫浴市场渠道分析 | | | |
| 23一、卫浴行业更为严峻 | 23 | 二、在我国经销美国洁具的渠道分析 | | | |
| 24三、快速电热水器的新兴渠道 | 25 | 第四节 我国卫生洁具的六大态势分析 | 25 | 第五节 | |
| 2005年上半年厨房卫浴产品媒体投放分析 | 26 | 第六节 我国卫浴市场投资机会分析 | | | |
| 32一、新兴的家居卫浴用品行业 | 32 | 二、老年人卫浴用品市场开发前景 | 34 | 第三章 | |
| 2004-2005年我国卫浴市场进出口分析 | | | | 35 | 第一节 |
| 2004-2005年我国卫浴市场进出口形势分析 | | | | 35 | 一、陶瓷出口前景分析 |
| 36二、陶瓷卫浴业“出口创汇”的误区 | 38 | 三、进口淋浴柱占据高档市场 | 39 | 第二节 | |
| 2004-2005年浙江省阀门产品出口特点及问题分析 | | | | 40 | 一、产品出口特点 |
| 40二、产品出口制约因素 | 41 | 三、浙江省阀门行业良性发展策略 | 42 | 第三节 | |
| 2004-2005年我国其他区域卫浴产品进出口分析 | | | | 44 | 一、唐山卫生陶瓷出口分析 |
| 44二、广东卫生陶瓷出口分析 | 45 | 三、2005年上半年陶瓷出口情况分析 | 46 | 第四章 | |
| 2004-2005年我国卫浴行业区域市场分析 | 48 | 第一节 2004-2005年广东卫浴市场分析 | | | |
| 48一、广东重点发展建筑卫生陶瓷 | 48 | 二、佛山陶业发展之路的分析和展望 | | | |
| 50三、2005年广东开平卫浴产品市场分析 | 54 | 四、深圳建材市场趋势 | | | |
| 55五、广东潮安陶瓷洁具产业现状 | 57 | 第二节 2004-2005年长三角卫浴市场分析 | | | |
| 57一、长三角住宅开始穿上节能“外衣” | 57 | 二、“厨卫基地”江口厨卫产业强势发展 | | | |
| 60三、上海建材市场的两难突破选择 | 62 | 第三节 2004-2005年环渤海湾卫浴市场分析 | | | |
| 65一、当前建陶卫浴业发展之怪现状 | 65 | 二、整体浴室渐成卫浴主流 | | | |
| 68三、2005-2006年沈阳节水洁具产业前景分析 | 69 | 第四节 其他地区卫生陶瓷产量统计 | | | |
| 70第五节 唐山卫生陶瓷产业现状及发展前景分析 | 75 | 一、企业现状概述 | | | |
| 75二、出口保持快速增长的态势 | 76 | 三、目前存在的主要问题 | | | |
| 76四、唐山卫生陶瓷产业发展的思考 | 78 | 第五章 我国卫浴市场需求分析 | 80 | 第一节 | |
| 2005年玻璃卫浴用品的发展机遇 | 80 | 一、建筑装饰工程市场 | 80 | 二、家居装饰装修市场 | |
| 80三、玻璃生活用品市场 | 80 | 四、卫浴洁具设计的新趋势 | 81 | 第二节 卫生陶瓷市场潜力分析 | |

- 83一、卫浴中档市场潜力分析
- 83二、建筑陶瓷市场潜力分析
- 83三、2005-2006年低位水箱成卫浴市场主力
- 84四、未来几年中档卫陶将成市场主力军
- 85第三节 2005年卫浴消费趋势
- 86一、深圳城市综述
- 86二、深圳卫浴消费情趣
- 87三、深圳卫浴消费模式
- 89四、卫浴品牌与服务
- 90五、深圳卫浴消费市场前瞻与分析
- 91第六章 2004-2005年我国热水器市场分析
- 92第一节 我国热水器市场发展现状分析
- 92一、快速热水器直逼行业洗牌
- 92二、热水器业已迈进“节约能源”新时代
- 92三、热水器市场呈现“北有海尔、南有万和”新格局
- 93四、我国热水器市场呼唤强势品牌
- 94五、2005年9月全国及地区热水器品牌市场占有率
- 961、2005年9月全国热水器品牌市场占有率
- 962、2005年9月东北地区热水器品牌市场占有率
- 973、2005年9月华北地区热水器品牌市场占有率
- 994、2005年9月华东地区热水器品牌市场占有率
- 1005、2005年9月华中地区热水器品牌市场占有率
- 1026、2005年9月华南地区热水器品牌市场占有率
- 1037、2005年9月西北地区热水器品牌市场占有率
- 1058、2005年9月西南地区热水器品牌市场占有率
- 106第二节
- 2004-2005年燃气热水器市场分析
- 108一、2004年度国内燃气热水器市场分析
- 108二、2005年燃气热水器节能第一
- 110三、燃气热水器业加速产业更新步伐
- 111四、2005年8月全国及地区燃气热水器品牌市场占有率
- 1131、2005年8月全国燃气热水器品牌市场占有率
- 1132、2005年8月东北地区燃气热水器品牌市场占有率
- 1143、2005年8月华北地区燃气热水器品牌市场占有率
- 1164、2005年8月华东地区燃气热水器品牌市场占有率
- 1175、2005年8月华中地区燃气热水器品牌市场占有率
- 1196、2005年8月华南地区燃气热水器品牌市场占有率
- 1207、2005年8月西北地区燃气热水器品牌市场占有率
- 1228、2005年8月西南地区燃气热水器品牌市场占有率
- 123第三节
- 2004-2005年太阳能热水器市场分析
- 125一、2004年度国内太阳能热水器市场分析
- 125二、2005年太阳能热水器遭冷遇的原因
- 127三、太阳能热水器渠道分析
- 128四、太阳能热水器行业发展分析
- 131五、太阳能热水器行业面临的问题
- 132（一）渠道建设任重道远
- 133（二）市场培育危机重重
- 134（三）人才匮乏令人担忧
- 135六、太阳能热水器拥有巨大的市场潜力
- 135七、目前我国太阳能热水器市场前景分析
- 137八、太阳能热水器经销商应改变经营思路
- 141第四节 2004-2005年电热水器市场分析
- 144一、2004年度国内电热水器市场分析
- 144二、2005年电热水器市场的竞争焦点
- 146三、不同电热水器厂商市场份额及实力分析
- 148四、电热水器市场酝酿洗牌

- 152五、快速电热水器成行业市场新宠
- 153六、中国大陆市场电热水器市场现状分析
- 157七、国内电热水器已进入寡头竞争时代
- 160八、差异个性化是电热水器中小企业立身之本
- 161九、2005年8月全国及地区电热水器品牌市场占有率
- 1621、2005年8月全国电热水器品牌市场占有率
- 1622、2005年8月东北地区电热水器品牌市场占有率
- 1643、2005年8月华北地区电热水器品牌市场占有率
- 1654、2005年8月华东地区电热水器品牌市场占有率
- 1675、2005年8月华中地区电热水器品牌市场占有率
- 1686、2005年8月华南地区电热水器品牌市场占有率
- 1707、2005年8月西北地区电热水器品牌市场占有率
- 1718、2005年8月西南地区电热水器品牌市场占有率
- 173第七章 我国浴霸市场分析
- 175第一节 国内浴霸市场现状分析
- 175一、品牌：多如牛毛
- 175二、市场：鱼龙混杂
- 175三、品质：参差不齐
- 176四、竞争：手法原始
- 176五、研发：少有创新
- 177六、服务：有待提升
- 177七、前景：发展趋好
- 178第二节
- 2005年8月全国及地区浴霸品牌市场占有率
- 179一、2005年8月全国浴霸品牌市场占有率
- 179二、2005年8月东北地区浴霸品牌市场占有率
- 180三、2005年8月华北地区浴霸品牌市场占有率
- 182四、2005年8月华东地区浴霸品牌市场占有率
- 183五、2005年8月华中地区浴霸品牌市场占有率
- 185六、2005年8月华南地区浴霸品牌市场占有率
- 186七、2005年8月西北地区浴霸品牌市场占有率
- 188八、2005年8月西南地区浴霸品牌市场占有率
- 189第八章
- 2004-2005年我国卫浴相关行业分析
- 191第一节 2004-2005年我国房地产市场运行状况分析
- 191一、2004年房地产市场运行情况
- 191二、2005年房地产市场运行情况
- 193三、2005年房地产业热点解读
- 195四、2006年房地产的政策取向与市场走势
- 201五、2006年中国房地产市场宏观预测
- 203第二节 2004-2005年我国建材市场分析
- 207一、2004年我国不锈钢产业发展分析
- 207二、2005年钢铁行业运行情况及2006年发展预测
- 211三、2005年建材行业运行分析
- 217第九章 2004-2005年我国卫浴行业竞争格局分析
- 220第一节 国内外卫浴品牌优劣势分析
- 220一、国产品牌的优势
- 220二、进口品牌的优势
- 220三、国产品牌的劣势
- 221四、进口品牌的劣势
- 221第二节 高档卫浴品牌的增值战
- 222一、文化增值以风情取胜
- 222二、服务增值以实在取信
- 222三、技术增值以科技占先
- 223四、2005年太阳能热水器竞争分析
- 223第三节 2005-2006年我国卫浴行业竞争趋势
- 227一、2005年全球铜价上扬引发洁具价格之战
- 227二、2005卫浴时代的流行趋势分析

| | | |
|-----------------------------------|------------------------|------------------------|
| 228三、2005年卫浴新势力 | 229四、2006年中国陶瓷企业竞争日趋激烈 | 230第十章 |
| 我国卫浴行业领先企业分析 | 232第一节 | 2004-2005年我国卫浴行业领先企业概况 |
| 232一、2005年陶瓷卫浴企业发展新特点 | 232二、资产重组在陶瓷行业发展中的作用 | |
| 235三、中小陶瓷企业的生存状况分析 | 236四、陶瓷洁具企业已进入服务时代 | |
| 236五、陶瓷企业发展的利器 | 237第二节 | 重庆四维瓷业(集团)股份有限公司 |
| 238一、公司简介 | 238二、经营范围 | 238三、财务分析 |
| 238第三节 | | |
| 深圳成霖洁具股份有限公司 | 240一、公司简介 | 240二、主营业务 |
| 241三、财务分析 | | |
| 242第四节 | 东鹏陶瓷集团公司 | 244一、公司简介 |
| 244二、发展战略 | 244三、公司最新动态 | |
| 246第五节 | 广东佛陶集团股份有限公司 | 248一、集团简介 |
| 248二、下属企业 | | |
| 249三、公司产品介绍 | 249四、佛陶发展战略 | 250第六节 |
| 唐山惠达陶瓷(集团)股份有限公司 | | |
| 251一、公司简介 | 251二、惠达集团的品牌发展 | |
| 252三、2005年“三冠王”—唐山惠达陶瓷有限公司 | 259第七节 | 美国美标公司 |
| 260一、公司简介 | 260二、发展战略 | 261三、美标卫浴在中国的发展 |
| 262第十一章 | | |
| 我国卫浴市场发展趋势与发展策略分析 | 264第一节 | 2005-2006卫生陶瓷发展形势展望 |
| 264一、中国陶瓷业呈现四大发展趋势 | 264二、宏观调控对终端影响滞后反映 | |
| 266三、品牌大战越演越烈 | 266四、卫生陶瓷发展的基础动力 | |
| 267五、中国建陶市场热点逐渐北移 | 267六、卫浴洁具设计出现新趋势 | 268第二节 |
| 2005年我国卫浴设备行业品牌推广策略分析 | 269一、行业的比较与认知 | 269二、推广策略 |
| 270三、卫浴洁具产品和技术发展前瞻 | 271四、卫浴推广的“三大纪律” | |
| 273五、卫浴间的四大流行趋势 | 274六、市场策略的模仿与创新 | 276第三节 |
| 卫浴品牌的优化策略分析 | 277一、当前卫浴品牌塑造存在的问题 | |
| 277二、当前卫浴品牌塑造优化建议 | 277三、企业导入视觉识别(VI)系统的问题 | |
| 279四、品牌传播必须在市场中严谨执行 | 279五、当前卫浴品牌塑造优化策略 | |
| 280六、名牌卫浴的四个特点 | 280附录： | |
| 282附录一：2005年全国及各省市燃气热水器产量及增长情况 | | |
| 282附录二：2005年全国及各省市电淋浴器产量及增长情况 | 285图表目录 | 图表1 |
| 2004年我国卫生陶瓷产量及增长情况图表2 | 2004年我国卫生陶瓷产量分析图 | 图表3 |
| 2005年我国卫生陶瓷产量及增长情况图表4 | | |
| 2005年上半年燃气灶/抽油烟机/消毒柜软文投放对比图 | 图表5 | |
| 2005年上半年燃气灶/抽油烟机/消毒柜硬广告投放对比图 | 图表6 | |
| 2005年上半年燃气灶/抽油烟机/消毒柜硬广告对比分析表 | 图表7 | |
| 2005年上半年燃气灶/抽油烟机/消毒柜软文投放区域对比图 | 图表8 | |
| 2005年上半年燃气灶/抽油烟机/消毒柜广告费用投放区域对比分析图 | 图表9 | |
| 2005年上半年燃气灶/抽油烟机/消毒柜硬广告费用区域对比分析表 | 图表10 | |
| 2005年上半年各品牌软文市场投放量对比图 | 图表11 | |

- 2005年上半年各品牌硬广告市场投放量对比分析图图表12
- 2005年上半年软文投放量前10品牌排名表图表13
- 2005年上半年硬广告投放费用前10品牌排名表图表14
- 2004年瓷制固定卫生设备进出口数据统计表图表15
- 2004年瓷制固定卫生设备进口数据统计分析图图表16
- 2004年瓷制固定卫生设备出口数据分析图图表17
- 2005年瓷制固定卫生设备进出口数据统计表图表18
- 2005年瓷制固定卫生设备进口数据分析图图表19
- 2005年瓷制固定卫生设备出口数据分析图图表20
- 2004年瓷制固定卫生设备进出口金额统计表图表21
- 2004年瓷制固定卫生设备进口金额分析图图表22
- 2004年瓷制固定卫生设备出口金额分析图图表23
- 2005年瓷制固定卫生设备进出口金额统计表图表24
- 2005年瓷制固定卫生设备进口金额分析图图表25
- 2005年瓷制固定卫生设备出口金额分析图图表26
- 2004-2005年陶制固定卫生设备进出口情况统计表图表27
- 2004年广东省卫生陶瓷产量及增长情况图表28 2004年广东省卫生陶瓷产量分析图图表29
- 2005年广东省卫生陶瓷产量及增长情况图表30
- 2004年江苏省卫生陶瓷产量及增长情况图表31 2004年江苏省卫生陶瓷产量分析图图表32
- 2005年江苏省卫生陶瓷产量及增长情况图表33
- 2004年浙江省卫生陶瓷产量及增长情况图表34 2004年浙江省卫生陶瓷产量分析图图表35
- 2005年浙江省卫生陶瓷产量及增长情况图表36
- 2004年上海市卫生陶瓷产量及增长情况图表37 2004年上海市卫生陶瓷产量分析图图表38
- 2005年上海市卫生陶瓷产量及增长情况图表39
- 2005年北京市卫生陶瓷产量及增长情况图表40
- 2005年天津市卫生陶瓷产量及增长情况图表41
- 2005年河北省卫生陶瓷产量及增长情况图表42
- 2005年福建省卫生陶瓷产量及增长情况图表43
- 2005年江西省卫生陶瓷产量及增长情况图表44
- 2005年山东省卫生陶瓷产量及增长情况图表45
- 2005年河南省卫生陶瓷产量及增长情况图表46
- 2005年湖北省卫生陶瓷产量及增长情况图表47
- 2005年湖南省卫生陶瓷产量及增长情况图表48 2005年广西卫生陶瓷产量及增长情况图表49
- 2005年重庆市卫生陶瓷产量及增长情况图表50
- 2005年四川省卫生陶瓷产量及增长情况图表51

2005年9月全国热水器品牌市场占有率图表52
2005年9月全国热水器前10名市场占有率图表53
2005年9月全国热水器前10名零售额市场占有率图表54
2005年9月东北地区热水器品牌市场占有率图表55
2005年9月东北地区热水器前10名市场占有率图表56
2005年9月东北地区热水器前10名零售额市场占有率图表57
2005年9月华北地区热水器品牌市场占有率图表58
2005年9月华北地区热水器前10名市场占有率图表59
2005年9月华北地区热水器前10名零售额市场占有率图表60
2005年9月华东地区热水器品牌市场占有率图表61
2005年9月华东地区热水器前10名市场占有率图表62
2005年9月华东地区热水器前10名零售额市场占有率图表63
2005年9月华中地区热水器品牌市场占有率图表64
2005年9月华中地区热水器前10名市场占有率图表65
2005年9月华中地区热水器前10名零售额市场占有率图表66
2005年9月华南地区热水器品牌市场占有率图表67
2005年9月华南地区热水器前10名市场占有率图表68
2005年9月华南地区热水器前10名零售额市场占有率图表69
2005年9月西北地区热水器品牌市场占有率图表70
2005年9月西北地区热水器前10名市场占有率图表71
2005年9月西北地区热水器前10名零售额市场占有率图表72
2005年9月西南地区热水器品牌市场占有率图表73
2005年9月西南地区热水器前10名市场占有率图表74
2005年9月西南地区热水器前10名零售额市场占有率图表75
2005年8月全国燃气热水器品牌市场占有率图表76
2005年8月全国燃气热水器前10名市场占有率图表77
2005年8月全国燃气热水器前10名零售额市场占有率图表78
2005年8月东北地区燃气热水器品牌市场占有率图表79
2005年8月东北地区燃气热水器前10名市场占有率图表80
2005年8月东北地区燃气热水器前10名零售额市场占有率图表81
2005年8月华北地区燃气热水器品牌市场占有率图表82
2005年8月华北地区燃气热水器前10名市场占有率图表83
2005年8月华北地区燃气热水器前10名零售额市场占有率图表84
2005年8月华东地区燃气热水器品牌市场占有率图表85
2005年8月华东地区燃气热水器前10名市场占有率图表86

2005年8月华东地区燃气热水器前10名零售额市场占有率图表87
2005年8月华中地区燃气热水器品牌市场占有率图表88
2005年8月华中地区燃气热水器前10名市场占有率图表89
2005年8月华中地区燃气热水器前10名零售额市场占有率图表90
2005年8月华南地区燃气热水器品牌市场占有率图表91
2005年8月华南地区燃气热水器前10名市场占有率图表92
2005年8月华南地区燃气热水器前10名零售额市场占有率图表93
2005年8月西北地区燃气热水器品牌市场占有率图表94
2005年8月西北地区燃气热水器前10名市场占有率图表95
2005年8月西北地区燃气热水器前10名零售额市场占有率图表96
2005年8月西南地区燃气热水器品牌市场占有率图表97
2005年8月西南地区燃气热水器前10名市场占有率图表98
2005年8月西南地区燃气热水器前10名零售额市场占有率图表99
2005年太阳能热水器销售渠道分析图图表100
2005年太阳能热水器华北购买渠道分析图表101
2005年太阳能热水器华东购买渠道分析图表102
2005年8月全国电热水器品牌市场占有率图表103
2005年8月全国电热水器前10名市场占有率图表104
2005年8月全国电热水器前10名零售额市场占有率图表105
2005年8月东北地区电热水器品牌市场占有率图表106
2005年8月东北地区电热水器前10名市场占有率图表107
2005年8月东北地区电热水器前10名零售额市场占有率图表108
2005年8月华北地区电热水器品牌市场占有率图表109
2005年8月华北地区电热水器前10名市场占有率图表110
2005年8月华北地区电热水器前10名零售额市场占有率图表111
2005年8月华东地区电热水器品牌市场占有率图表112
2005年8月华东地区电热水器前10名市场占有率图表113
2005年8月华东地区电热水器前10名零售额市场占有率图表114
2005年8月华中地区电热水器品牌市场占有率图表115
2005年8月华中地区电热水器前10名市场占有率图表116
2005年8月华中地区电热水器前10名零售额市场占有率图表117
2005年8月华南地区电热水器品牌市场占有率图表118
2005年8月华南地区电热水器前10名市场占有率图表119
2005年8月华南地区电热水器前10名零售额市场占有率图表120
2005年8月西北地区电热水器品牌市场占有率图表121

- 2005年8月西北地区电热水器前10名市场占有率图表122
- 2005年8月西北地区电热水器前10名零售额市场占有率图表123
- 2005年8月西南地区电热水器品牌市场占有率图表124
- 2005年8月西南地区电热水器前10名市场占有率图表125
- 2005年8月西南地区电热水器前10名零售额市场占有率图表126
- 2005年8月全国浴霸品牌市场占有率图表127
- 2005年8月全国浴霸前10名市场占有率图表128
- 2005年8月全国浴霸前10名零售额市场占有率图表129
- 2005年8月东北地区浴霸品牌市场占有率图表130
- 2005年8月东北地区浴霸前10名市场占有率图表131
- 2005年8月东北地区浴霸前10名零售额市场占有率图表132
- 2005年8月华北地区浴霸品牌市场占有率图表133
- 2005年8月华北地区浴霸前10名市场占有率图表134
- 2005年8月华北地区浴霸前10名零售额市场占有率图表135
- 2005年8月华东地区浴霸品牌市场占有率图表136
- 2005年8月华东地区浴霸前10名市场占有率图表137
- 2005年8月华东地区浴霸前10名零售额市场占有率图表138
- 2005年8月华中地区浴霸品牌市场占有率图表139
- 2005年8月华中地区浴霸前10名市场占有率图表140
- 2005年8月华中地区浴霸前10名零售额市场占有率图表141
- 2005年8月华南地区浴霸品牌市场占有率图表142
- 2005年8月华南地区浴霸前10名市场占有率图表143
- 2005年8月华南地区浴霸前10名零售额市场占有率图表144
- 2005年8月西北地区浴霸品牌市场占有率图表145
- 2005年8月西北地区浴霸前10名市场占有率图表146
- 2005年8月西北地区浴霸前10名零售额市场占有率图表147
- 2005年8月西南地区浴霸品牌市场占有率图表148
- 2005年8月西南地区浴霸前10名市场占有率图表149
- 2005年8月西南地区浴霸前10名零售额市场占有率图表150
- 2004年中国房地产开发景气指数趋势图图表151
- 2004年我国土地交易价格指数图图表153
- 2004年我国土地供应各交易价格指数对比图图表154
- 2004年全国不锈钢及钢材产量表图表155
- 2004年全国卫生洁具企业销售额前30名图表157
- 2004年全国卫生洁具企业利税额前30名图表158
- 2004年房地产价格走势图表152
- 太阳能热水器市场份额百分比图图表156

2004全国卫生洁具企业出口额前30名图表159

2004-2005年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司利润构成分析表图表160

2004-2005年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司获利能力分析表图表161

2004-2005年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司经营能力分析表图表162

2004-2005年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司资本结构分析表图表163

2004-2005年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司发展能力分析表图表164

2002-2005年深圳成霖洁具股份有限公司利润构成分析表图表165

2002-2005年深圳成霖洁具股份有限公司获利能力分析表图表166

2002-2005年深圳成霖洁具股份有限公司经营能力分析表图表167

2002-2005年深圳成霖洁具股份有限公司资本结构分析表图表168

2002-2005年深圳成霖洁具股份有限公司发展能力分析表图表169

2005年全国燃气热水器产量及增长情况图表170

2005年天津市燃气热水器产量及增长情况图表171

2005年山西省燃气热水器产量及增长情况图表172

2005年上海市燃气热水器产量及增长情况图表173

2005年江苏省燃气热水器产量及增长情况图表174

2005年浙江省燃气热水器产量及增长情况图表175

2005年湖南省燃气热水器产量及增长情况图表176

2005年山西省燃气热水器产量及增长情况图表177

2005年重庆市燃气热水器产量及增长情况图表178

2005年四川省燃气热水器产量及增长情况图表179

2005年全国电淋浴器产量及增长情况图表180

2005年辽宁省电淋浴器产量及增长情况图表181

2005年上海市电淋浴器产量及增长情况图表182

2005年江苏省电淋浴器产量及增长情况图表183

2005年浙江省电淋浴器产量及增长情况图表184

2005年安徽省电淋浴器产量及增长情况图表185

2005年福建省电淋浴器产量及增长情况图表186

2005年山东省电淋浴器产量及增长情况图表187

2005年湖北省电淋浴器产量及增长情况图表188

2005年广东省电淋浴器产量及增长情况图表189 2005年四川省电淋浴器产量及增长情况

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2875328753.html>