



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年真空玻璃行业竞争 格局与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年真空玻璃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/132293.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

真空玻璃是新型玻璃深加工产品，是我国玻璃工业中为数不多的具有自主知识产权的前沿产品，它的研发推广符合我国鼓励自主创新的政策，也符合国家大力提倡的节能政策，具有良好的发展潜力和前景。居民消费结构升级、鼓励企业自主创新、新农村建设和城镇化进程等都将保证国内市场对玻璃产品的中长期需求增长趋势不变。随着建筑、汽车、装饰装修、家具、信息产业技术等行业的发展和人们对生活空间环境要求的提高，安全玻璃、节能中空玻璃等功能性加工产品得到广泛应用。平板玻璃的供求格局和消费结构正在发生变化。玻璃行业的发展与国民经济的许多行业都存在着联系，玻璃行业对推动整个国民经济的发展都起着积极作用。因此"十一五"规划中也对玻璃产业的发展提出了具体要求。也颁布了各项法律法规来规范玻璃行业的健康发展。在新的形势下，玻璃工业必须按照科学发展观的要求，转变增长方式，有效调整产业结构，才能促进行业健康发展。在中国建筑物玻璃市场上，最明显的"李鬼"恐怕就是中空玻璃和真空玻璃了，人们在愈来愈青睐节能、保温隔热、隔噪的绿色环保玻璃的同时，往往较难辨别中空玻璃和真空玻璃概念，实际上，后者的节能性和环境舒适度比前者要高出50%，更是以往广泛使用的单片玻璃的6倍。建筑物的玻璃门窗由于保温隔热性能不良，一直是隐形耗能大户。据美国克罗拉多太阳能研究所的计算，这一能量损失约占全美总能耗的3%，相当于全美每天要通过窗户漏掉上百万桶原油；而瑞典的研究结果更是高达7%。中国的建筑能耗比日本高9倍，中国比欧美高2~3倍。中国现在有近500亿平方米的高能耗既有建筑，在建建筑中95%以上仍属高能耗建筑。如果延续目前的建筑能耗状况，建筑能耗将从当前占全国总能耗的28%左右增加到2020年的35%左右。再加上建材生产能耗占全国总能耗的17%左右，到时将近全国总能耗的一半将用于建筑、建材。这是相当惊人的数字。"十一五"要求建筑行业在2006年~2010年期间节约1亿吨标准煤，其中新建建筑节能要求达7000万吨标煤任务量。但形势不容乐观。反之在日本，尽管一直处于经济不景气和建筑业也不振的状态，节能环保的真空玻璃年产量还是从10年前的5万平方米上升到现在的50万平方米。

近年来，由于我国经济高速发展，建筑业拉动和环保与节能的需求，促进了我国玻璃工业快速发展。进入新世纪以来（2001~2008年）8年间，新增产能3.7亿重量箱，成为历史上增长最快的时期。到2008年年底，全国共有191条浮法玻璃生产线，平板玻璃总产量达5.74亿重量箱，已连续19年居世界第一，目前占全球产量近一半左右，其中浮法玻璃产量为4.79亿重箱，占平板玻璃总量83%以上，优质浮法玻璃占全部浮法玻璃的29%。我国加工玻璃行业起步较晚。但由于经济的发展，人们对玻璃的安全性、节能性、舒适性、美观性及环保要求越来越高，再加上政策法规的推动，深加工玻璃发展迅速，特别是安全玻璃和节能玻璃，每年的增长率都在30%以上。目前已形成了品种繁多、种类齐全的深加工玻璃体系。初步统计，玻璃加

工企业有4000多家，加工玻璃产量分别达到中空玻璃超过2亿平方米，钢化玻璃1.8亿平方米左右，各种镀膜玻璃超过8000万平方米，夹层玻璃超过4000万平方米。新的功能玻璃也不断涌现，如调光调温玻璃、太阳能玻璃、新型节能中空玻璃等，满足了人们日益提高的文化生活需要。

自2008年第四季度以来，国家针对面临的问题和困难采取了一系列强有力的经济刺激政策和宏观调控措施，玻璃行业内部也陆续放水停产了40余条浮法玻璃生产线，减少产能近1亿重量箱，但进入2009年以后供需状况仍未见明显好转。市场需求不旺，加工企业节后开工偏晚，长期订单不多，实际生产量下降30%左右。从2009年第一季度运行情况看，平板玻璃产量完成1.36亿重量箱，比上年同期下降5.2%，浮法玻璃产量1.13亿重量箱，比上年同期下降6.1%；平板玻璃产销率95.56%；玻璃出口大幅下降，建筑技术玻璃出口金额下降21.3%，其中平板玻璃出口额下降34.7%；09年第一季度平板玻璃售价大幅下跌，3月份平均价格为57.48元/重量箱，比上年同期下降15.52元/重量箱；平板玻璃全行业出现亏损，09年前两个月累计亏损额达5.16亿元。进入3月份以后市场出现一些向好的兆头，产销率提高，玻璃库存下降，价格有所回升。这与国家"扩内需，保增长"措施及玻璃产能下降有很大的相关性。玻璃的市场需求与房地产发展态势有紧密联系，玻璃与出口市场及建筑业的关联度较高，平板玻璃70%以上用于建筑。2008年全国商品房销售面积6.2亿平方米，同比下降19.7%，商品房空置面积1.64亿平方米，同比增长21.8%。目前房地产形势和市场需求没有明显趋好的迹象，房地产交易量仍然偏低。而且对玻璃来说，是在工程后期进行安装，2008年下半年住房建设还有一定收尾量，房地产萎缩影响还没有完全体现出来，所以预计2009年仍将是玻璃行业较为困难的一年。

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、国家海关总署、国务院发展研究中心、国家商务部、国家工信部、国家经济信息中心、中国玻璃协会、中国日用玻璃协会、中国玻璃纤维工业协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对我国真空玻璃行业发展现状、细分市场发展现状、竞争格局，真空玻璃市场的供给与需求状况、发展趋势、投资前景等进行了分析，并深入研究了真空玻璃行业优势企业的发展、经营状况，是真空玻璃生产、经营企业及相关企业和单位、计划投资于真空玻璃行业的机构等准确了解目前中国真空玻璃行业市场发展动态，把握真空玻璃行业发展趋势，制定市场策略的必备精品。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业发展现状

## 第一章 真空玻璃行业发展概述

### 第一节 真空玻璃的概念

#### 一、真空玻璃的定义

#### 二、真空玻璃的特点

#### 三、真空玻璃的应用

### 第二节 真空玻璃行业发展成熟度

#### 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 真空玻璃市场特征分析

#### 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 全球真空玻璃行业发展分析

### 第一节 世界真空玻璃行业发展分析

#### 一、2007年世界真空玻璃行业发展分析

#### 二、2008年世界真空玻璃行业发展分析

#### 三、2009年世界真空玻璃行业发展分析

### 第二节 全球真空玻璃市场分析

#### 一、2009年全球真空玻璃需求分析

#### 二、2009年欧美真空玻璃需求分析

#### 三、2009年中外真空玻璃市场对比

### 第三节 2008-2009年主要国家或地区真空玻璃行业发展分析

#### 一、2008-2009年美国真空玻璃行业分析

#### 二、2008-2009年日本真空玻璃行业分析

#### 三、2008-2009年欧洲真空玻璃行业分析

## 第三章 我国真空玻璃行业发展分析

## 第一节 中国真空玻璃行业发展状况

- 一、2008年真空玻璃行业发展状况分析
- 二、2008年中国真空玻璃行业发展动态
- 三、2008年真空玻璃行业经营业绩分析
- 四、2008年我国真空玻璃行业发展热点

## 第二节 中国真空玻璃市场供需状况

- 一、2009年中国真空玻璃行业供给能力
- 二、2009年中国真空玻璃市场供给分析
- 三、2009年中国真空玻璃市场需求分析
- 四、2009年中国真空玻璃产品价格分析

## 第三节 我国真空玻璃市场分析

- 一、2008年上半年真空玻璃市场分析
- 二、2008年下半年真空玻璃市场分析
- 三、2009年上半年真空玻璃市场分析
- 四、2009年真空玻璃市场的走向分析

## 第四章 真空玻璃产业经济运行分析

### 第一节 2008-2009年中国真空玻璃产业工业总产值分析

- 一、2008-2009年中国真空玻璃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年中国真空玻璃产业市场销售收入分析

- 一、2008-2009年中国真空玻璃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年中国真空玻璃产业产品成本费用分析

- 一、2008-2009年中国真空玻璃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年中国真空玻璃产业利润总额分析

- 一、2008-2009年中国真空玻璃产业利润总额分析
- 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 我国真空玻璃产业进出口分析

### 第一节 我国真空玻璃产品进口分析

#### 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 我国真空玻璃产品出口分析

#### 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 我国真空玻璃产品进出口预测

#### 一、2009年上半年进口分析

#### 二、2009年上半年出口分析

#### 三、2009年真空玻璃进口预测

#### 四、2009年真空玻璃出口预测

## 第二部分 行业竞争格局

## 第六章 真空玻璃行业竞争格局分析

### 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 真空玻璃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年真空玻璃行业竞争格局分析

一、2008年真空玻璃行业竞争分析

二、2008年中外真空玻璃产品竞争分析

三、2008-2009年国内外真空玻璃竞争分析

四、2008-2009年我国真空玻璃市场竞争分析

五、2008-2009年我国真空玻璃市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要真空玻璃企业动向

第七章 真空玻璃企业竞争策略分析

第一节 真空玻璃市场竞争策略分析

一、2009年真空玻璃市场增长潜力分析

二、2009年真空玻璃主要潜力品种分析

三、现有真空玻璃产品竞争策略分析

四、潜力真空玻璃品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 真空玻璃企业竞争策略分析

一、金融危机对真空玻璃行业竞争格局的影响

二、金融危机后真空玻璃行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国真空玻璃市场竞争趋势

四、2009-2012年真空玻璃行业竞争格局展望

五、2009-2012年真空玻璃行业竞争策略分析

六、2009-2012年真空玻璃企业竞争策略分析



## 第八章 主要真空玻璃企业竞争分析

### 第一节 企业一

#### 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 企业二

#### 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 企业三

#### 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 企业四

#### 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 企业五

#### 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 真空玻璃行业发展趋势分析

### 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年真空玻璃行业发展趋势分析

##### 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年中国真空玻璃市场趋势分析

##### 一、2008-2009年真空玻璃市场趋势总结

##### 二、2009-2012年真空玻璃发展趋势分析

##### 三、2009-2012年真空玻璃市场发展空间

##### 四、2009-2012年真空玻璃产业政策趋向

##### 五、2009-2012年真空玻璃技术革新趋势

##### 六、2009-2012年真空玻璃价格走势分析

### 第十章 未来真空玻璃行业发展预测

#### 第一节 未来真空玻璃需求与消费预测

##### 一、2009-2012年真空玻璃产品消费预测

##### 二、2009-2012年真空玻璃市场规模预测

##### 三、2009-2012年真空玻璃行业总产值预测

##### 四、2009-2012年真空玻璃行业销售收入预测

##### 五、2009-2012年真空玻璃行业总资产预测

#### 第二节 2009-2012年中国真空玻璃行业供需预测

##### 一、2008-2012年中国真空玻璃供给预测

##### 二、2009-2012年中国真空玻璃产量预测

##### 三、2009-2012年中国真空玻璃需求预测

##### 四、2009-2012年中国真空玻璃供需平衡预测

##### 五、2009-2012年中国真空玻璃产品价格预测

##### 六、2009-2012年主要真空玻璃产品进出口预测

### 第四部分 投资战略研究

#### 第十一章 真空玻璃行业投资现状分析

##### 第一节 2008年真空玻璃行业投资情况分析

##### 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年上半年真空玻璃行业投资情况分析

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 真空玻璃行业投资环境分析

### 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年真空玻璃行业政策环境

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 真空玻璃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 真空玻璃行业投资效益分析

一、2008-2009年真空玻璃行业投资状况分析

二、2009-2012年真空玻璃行业投资效益分析

三、2009-2012年真空玻璃行业投资趋势预测

四、2009-2012年真空玻璃行业的投资方向

五、2009-2012年真空玻璃行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第四节 影响真空玻璃行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响真空玻璃行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响真空玻璃行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响真空玻璃行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国真空玻璃行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国真空玻璃行业发展面临的机遇分析

### 第五节 真空玻璃行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年真空玻璃行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年真空玻璃行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年真空玻璃行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年真空玻璃行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年真空玻璃同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年真空玻璃行业其他风险及控制策略

## 第十四章 真空玻璃行业投资战略研究

### 第一节 真空玻璃行业发展战略研究

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 对我国真空玻璃品牌的战略思考

### 一、企业品牌的重要性

### 二、真空玻璃实施品牌战略的意义

### 三、真空玻璃企业品牌的现状分析

### 四、我国真空玻璃企业的品牌战略

### 五、真空玻璃品牌战略管理的策略

## 第三节 真空玻璃行业投资战略研究

### 一、2009年玻璃行业投资战略研究

### 二、2009年真空玻璃行业投资战略研究

### 三、2009-2012年真空玻璃行业投资形势

### 四、2009-2012年真空玻璃行业投资战略

## 图表目录

图表：真空玻璃产业链分析

图表：国际真空玻璃市场规模

图表：国际真空玻璃生命周期

图表：2008-2009年中国真空玻璃行业市场规模

图表：2008-2009年全球真空玻璃产业市场规模

图表：2008-2009年真空玻璃重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国真空玻璃行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国真空玻璃行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国真空玻璃行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国真空玻璃竞争力分析

图表：2009-2012年中国真空玻璃产能预测

图表：2009-2012年中国真空玻璃消费量预测

图表：2009-2012年中国真空玻璃市场前景预测

图表：2009-2012年中国真空玻璃市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国真空玻璃发展前景预测

图表：2008年1-12月真空玻璃产量全国合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量北京市合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量天津市合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量河北省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量山西省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量吉林省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量上海市合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量江苏省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量浙江省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量安徽省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量福建省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量江西省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量山东省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量河南省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量湖北省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量湖南省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量广东省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量广西区合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量海南省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量重庆市合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量四川省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量贵州省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量云南省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量陕西省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量新疆区合计

图表：2008年1-12月真空玻璃产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量全国合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量北京市合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量天津市合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量河北省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量山西省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量吉林省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量上海市合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量江苏省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量浙江省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量安徽省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量福建省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量江西省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量山东省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量河南省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量湖北省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量湖南省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量广东省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量广西区合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量海南省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量重庆市合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量四川省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量贵州省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量云南省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量陕西省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量新疆区合计

图表：2009年1-5月真空玻璃产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月玻璃行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月玻璃行业收入前十家企业

图表：2008年5月玻璃行业收入前十家企业

图表：2008年8月玻璃行业收入前十家企业

图表：2008年11月玻璃行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标辽宁省合计



图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月玻璃行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月真空玻璃进口数据

图表：2008年1季度真空玻璃进口数据

图表：2008年1月真空玻璃进口数据

图表：2008年2月真空玻璃进口数据

图表：2008年3月真空玻璃进口数据

图表：2008年2季度真空玻璃进口数据

图表：2008年4月真空玻璃进口数据

图表：2008年5月真空玻璃进口数据

图表：2008年6月真空玻璃进口数据

图表：2008年3季度真空玻璃进口数据

图表：2008年7月真空玻璃进口数据

图表：2008年8月真空玻璃进口数据

图表：2008年9月真空玻璃进口数据

图表：2008年4季度真空玻璃进口数据

图表：2008年10月真空玻璃进口数据

图表：2008年11月真空玻璃进口数据

图表：2008年12月真空玻璃进口数据

图表：2008年1-12月真空玻璃出口数据

图表：2008年1季度真空玻璃出口数据

图表：2008年1月真空玻璃出口数据

图表：2008年2月真空玻璃出口数据

图表：2008年3月真空玻璃出口数据

图表：2008年2季度真空玻璃出口数据

图表：2008年4月真空玻璃出口数据

图表：2008年5月真空玻璃出口数据

图表：2008年6月真空玻璃出口数据

图表：2008年3季度真空玻璃出口数据

图表：2008年7月真空玻璃出口数据

图表：2008年8月真空玻璃出口数据

图表：2008年9月真空玻璃出口数据

图表：2008年4季度真空玻璃出口数据

图表：2008年10月真空玻璃出口数据

图表：2008年11月真空玻璃出口数据

图表：2008年12月真空玻璃出口数据

图表：2009年1-5月真空玻璃进口数据

图表：2009年1季度真空玻璃进口数据

图表：2009年1月真空玻璃进口数据

图表：2009年2月真空玻璃进口数据

图表：2009年3月真空玻璃进口数据

图表：2009年2季度真空玻璃进口数据

图表：2009年4月真空玻璃进口数据

图表：2009年5月真空玻璃进口数据

图表：2009年1-5月真空玻璃出口数据

图表：2009年1季度真空玻璃出口数据

图表：2009年1月真空玻璃出口数据

图表：2009年2月真空玻璃出口数据

图表：2009年3月真空玻璃出口数据

图表：2009年2季度真空玻璃出口数据

图表：2009年4月真空玻璃出口数据

图表：2009年5月真空玻璃出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/132293.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。