

2018-2024年中国电梯行业市场发展现状调研及投资趋势前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国电梯行业市场发展现状调研及投资趋势前景分析报告》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：<https://www.huaon.com/detail/352313.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

报告目录：

第一章电梯行业发展概述

第一节电梯行业基本知识

一、电梯的定义及分类

二、自动扶梯分类概述

第二节电梯交通配置发展概况

一、电梯交通配置概念

二、电梯交通配置发展

第三节电梯行业发展成熟度分析

一、中国电梯发展历程

二、行业发展周期分析

三、行业中外市场成熟度对比

四、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章电梯行业技术发展分析

第一节行业技术发展现状

一、2014年中国首创电梯能量回馈装置

二、我国电梯行业标准

三、超高速电梯技术发展的难题

四、2014年节能环保成电梯技术的焦点

五、2014-2017年电梯技术发展情况分析

第二节电梯技术的发展趋势分析

一、智能大厦电梯发展趋势

二、智能建筑电梯监控技术方向

三、电梯技术的整体发展趋势

四、电梯驱动技术的发展趋势

五、2017年电梯技术发展趋势

第三章国外电梯行业发展分析

第一节全球电梯产业发展格局分析

一、2017年市场发展现状分析

二、2017年市场竞争格局分析

三、2017年全球市场发展特点

第二节美国电梯产业发展分析

一、2015年美国电梯产业发展现状

二、美国电梯产业优势和劣势分析

三、美国电梯产业发展趋势分析

第三节日本电梯产业发展分析

一、2017年日本电梯产业发展现状

二、日本电梯产业优势和劣势分析

三、日本电梯产业发展趋势分析

第四章中国电梯行业发展分析

第一节2017年中国电梯行业发展状况

一、2014-2017年电梯行业发展状况分析

二、2017年中国电梯行业发展动态

三、2014-2017年电梯行业经营业绩分析

四、2014-2017年我国电梯行业发展热点

第二节2014-2017年电梯行业发展机遇和挑战分析

一、2014-2017年电梯行业发展机遇分析

(1) 产销量逐渐步入平稳增长阶段

二、2017年国际经济环境对电梯行业影响

三、2017年国家投资对电梯行业影响

第三节2017年中国电梯市场供需状况

一、2017年中国电梯市场供给能力

二、2017年中国电梯市场需求分析

三、2017中国电梯产品价格分析

第五章电梯产业经济运行分析

第一节2015年我国电梯行业经济运行分析

一、2015年我国电梯行业经济运行总述

二、2015年我国电梯产品销售情况

三、2015年我国电梯应收账款净额情况

四、2015年我国电梯产品出口交货值情况

五、2015年我国电梯各地区生产销售情况

第二节2017年我国电梯行业经济运行分析

一、2017年我国电梯行业经济运行总述

二、2017年我国电梯产品销售情况

三、2017年我国电梯应收账款净额情况

四、2017年我国电梯产品出口交货值情况

五、2017年我国电梯各地区生产销售情况

第三节2017年中国电梯产销分析

- 一、2017年中国电梯产量分析
- 二、2017年中国电梯产量区域格局与集中度分析
- 三、2017年中国电梯销量分析
- 第六章我国电梯产业进出口分析
 - 第一节我国电梯进口分析
 - 一、2015年进口总量分析
 - 二、2015年进口结构分析
 - 三、2015年进口区域分析
 - 第二节我国电梯出口分析
 - 一、2015年出口总量分析
 - 二、2015年出口结构分析
 - 三、2015年出口区域分析
 - 第三节我国电梯进出口预测
 - 一、2017年进口分析
 - 二、2017年出口分析
 - 三、2018-2024年进口预测
 - 四、2018-2024年出口预测
- 第七章中国电梯行业市场需求分析
 - 第一节影响电梯需求的主要因素分析
 - 一、2014-2017年城镇人口以及人口密度
 - 二、2017年国家房地产景气指数分析
 - 三、2017年房地产市场运行情况分析
 - 第二节消费者对电梯的消费偏好分析
 - 一、消费者电梯品牌偏好
 - 二、电梯用户满意度调查
 - 三、电梯用户满意度测评
 - 四、电梯用户需求变化
 - 第三节电梯企业的营销策略分析
 - 一、电梯销售人员的素质分析
 - 二、电梯企业的销售管理分析
 - 三、电梯企业的渠道创新策略分析
 - 第四节电梯差异化营销策略分析
 - 一、创造客户就是创造差异
 - 二、产品差异化、市场差异化和形象差异化
 - 三、以市场调查、细分和定位为基础的差异化策略

第五节电梯企业的跨媒体宣传策略

一、市场研究

二、目标用户购买行为研究

三、媒介研究

四、广告研究

第二部分行业竞争格局

第八章电梯行业竞争格局分析

第一节中国电梯行业的发展周期

一、电梯行业的增长性与波动性

二、2017年电梯行业的经济周期

三、2017年电梯行业的成熟度

第二节电梯行业竞争分析

一、国际市场发展现状

二、2014-2017年国际市场竞争分析

三、2014-2017年国内市场竞争分析

四、国际市场变化对国内市场影响分析

第三节各类型电梯市场竞争分析

一、快速电梯销量迅猛

二、小机房电梯将全面替代普通电梯

三、无机房电梯的发展

四、观光电梯的选择

五、住宅电梯的价格和配置

第四节2014-2017年我国电梯竞争分析

一、2014-2017年我国电梯品牌竞争分析

二、2014-2017年国内外电梯厂商竞争力对比

三、2015年我国电梯市场集中度分析

四、2015年国内主要电梯企业动向

五、2015年国内电梯拟在建项目分析

第九章电梯企业竞争策略分析

第一节电梯市场竞争策略分析

一、2017年电梯市场增长潜力分析

二、2017年电梯主要潜力品种分析

三、现有电梯产品竞争策略分析

四、潜力电梯品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节电梯企业竞争策略分析

- 一、国际经济形势对电梯行业竞争格局的影响
- 二、全球经济下电梯行业竞争格局的变化
- 三、2018-2024年我国电梯市场竞争趋势
- 四、2018-2024年电梯行业竞争格局展望
- 五、2018-2024年电梯行业竞争策略分析
- 六、2018-2024年电梯企业竞争策略分析

第十章国内电梯重点企业竞争分析

第一节上海三菱电梯有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、2018-2024年发展战略

第二节日立电梯（中国）有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、2018-2024年发展战略

第三节奥的斯电梯公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、2018-2024年发展战略

第四节通力电梯有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、2018-2024年发展战略

第五节东芝电梯（中国）有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、2018-2024年发展战略

第六节蒂森克虏伯集团

- 一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、2018-2024年发展战略

第七节迅达集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、2018-2024年发展战略

第八节华升富士达电梯有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、2018-2024年发展战略

第三部分行业前景预测

第十一章电梯发展趋势分析

第一节2017年电梯产业发展趋势分析

一、2017年电梯技术趋势

二、2017年电梯价格趋势

第二节2018-2024年中国电梯行业发展趋势分析

一、2018-2024年中国电梯行业发展分析

二、2018-2024年中国电梯行业技术开发方向

第三节2018-2024年中国电梯行业前景展望分析

一、电梯行业市场格局及竞争趋势展望

二、2018-2024年电梯行业经济效益分析

三、决定电梯企业市场竞争力的关键因素

第四节未来电梯行业的发展重点

一、无齿轮电梯成主流

二、电梯节能潜力巨大

三、绿色电梯发展趋势

四、电梯性能提高趋势

五、电梯品牌整合趋势

六、用手机操控的电梯

第十二章未来电梯行业发展预测

第一节2018-2024年国际电梯市场预测

一、2018-2024年全球电梯行业产能预测

二、2018-2024年全球电梯市场需求前景

三、2018-2024年全球电梯市场价格预测

第二节2018-2024年国内电梯市场预测

一、2018-2024年国内电梯行业产能预测

二、2018-2024年国内电梯行业产量预测

三、2018-2024年国内电梯市场需求前景

四、2018-2024年国内电梯市场价格预测

五、2018-2024年国内电梯行业集中度预测

第三节2018-2024年电梯行业运行状况预测

一、2018-2024年行业工业总产值预测

二、2018-2024年行业销售收入预测

三、2018-2024年企业数量及变化趋势预测

四、2018-2024年行业利润指标及变化趋势预测

五、2018-2024年行业总资产预测

第四部分投资战略研究

第十三章电梯行业投资现状分析

第一节2015年电梯行业投资情况分析

一、2015年总体投资及结构

二、2015年投资规模情况

三、2015年投资增速情况

四、2015年分行业投资分析

五、2015年分地区投资分析

六、2015年外商投资情况

第二节2017年电梯行业投资情况分析

一、2017年总体投资及结构

二、2017年投资规模情况

三、2017年投资增速情况

四、2017年分行业投资分析

五、2017年分地区投资分析

六、2017年外商投资情况

第十四章电梯行业投资环境分析

第一节经济发展环境分析

一、2014-2017年我国宏观经济运行情况

二、2018-2024年我国宏观经济形势分析

三、2018-2024年投资趋势及其影响预测

第二节政策法规环境分析

- 一、2017年电梯行业政策环境
- 二、2017年国内宏观政策对其影响
- 三、2017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、2017年社会环境发展分析
- 三、2018-2024年社会环境对行业的影响分析

第十五章电梯行业投资机会与风险

第一节电梯行业投资效益分析

- 一、2014-2017年电梯行业投资状况分析
- 二、2018-2024年电梯行业投资效益分析
- 三、2018-2024年电梯行业投资趋势预测
- 四、2018-2024年电梯行业的投资方向
- 五、2018-2024年电梯行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节影响电梯行业发展的主要因素

- 一、2018-2024年影响电梯行业运行的有利因素分析
- 二、2018-2024年影响电梯行业运行的稳定因素分析
- 三、2018-2024年影响电梯行业运行的不利因素分析
- 四、2018-2024年我国电梯行业发展面临的挑战分析
- 五、2018-2024年我国电梯行业发展面临的机遇分析

第三节电梯行业投资风险及控制策略分析

- 一、2018-2024年电梯行业市场风险及控制策略
- 二、2018-2024年电梯行业政策风险及控制策略
- 三、2018-2024年电梯行业经营风险及控制策略
- 四、2018-2024年电梯行业技术风险及控制策略
- 五、2018-2024年电梯同业竞争风险及控制策略
- 六、2018-2024年电梯行业其他风险及控制策略

第十六章电梯行业投资战略研究

第一节电梯行业发展战略研究

- 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

第二节对我国电梯品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、电梯实施品牌战略的意义

三、电梯企业品牌的现状分析

四、我国电梯企业的品牌战略

五、电梯品牌战略管理的策略

第三节2018-2024年电梯行业投资战略研究

一、2017年装备制造行业投资战略

二、2017年我国电梯企业投资战略

三、2018-2024年电梯行业投资战略

四、2018-2024年细分行业投资战略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/352313.html>