

2021-2026年中国电梯市场竞争策略及行业投资潜力预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国电梯市场竞争策略及行业投资潜力预测报告》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/channel/yzsb/722327.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

国际电梯知名品牌的主要代表有美国奥的斯、瑞士迅达、德国蒂森克虏伯、芬兰通力、日本三菱和日立等六大品牌，2019年占全球市场份额比重高达76%，且均已在中国设有合资公司或全资子公司。内资自主品牌有康力、广日、西奥等。目前外资品牌在国内市场仍占有较大份额，但自主品牌崛起势头强劲，中长期有望实现赶超。

2020年我国主要企业电梯业务收入对比

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 电梯行业概述

第一节 电梯行业界定

第二节 电梯行业发展历程

第三节 电梯产业链分析

一、产业链模型介绍

二、电梯产业链模型分析

1、上游行业

2、下游行业

第二章 电梯行业发展环境分析

第一节 全球经济环境分析

一、全球经济运行概况

二、全球经济趋势预测分析

第二节 2016-2020年中国经济环境分析

第三节 2016-2020年中国社会环境分析

第四节 中国电梯行业政策环境分析

一、行业监管体系及主管部门

二、主要法律法规

三、行业主要政策

第五节 电梯行业技术发展现状及趋势预测分析

一、电梯技术发展现状调研

二、我国电梯行业的技术发展趋势预测分析

第三章 全球电梯行业运行状况分析

第一节 全球电梯行业发展概况

1、产量

2、保有量

第二节 全球电梯行业发展现状及趋势预测

一、全球电梯行业市场分布状况分析

二、全球电梯行业发展趋势预测

1、产量趋势预测分析

2、保有量趋势分析

第三节 全球电梯行业重点区域发展分析

第四章 中国电梯行业运行状况分析

第一节 电梯行业最新动态分析

一、电梯行业相关动态概述

二、电梯行业发展热点聚焦

第二节 中国电梯行业规模分析

一、2016-2020年电梯行业市场供给分析

我国电梯行业增速高于全球，已成为全球电梯保有量最大的国家。据统计，截至2020年我国电梯保有量达到800万台，同比增长12.72%。

2015-2020年我国电梯保有量走势

二、2016-2020年电梯行业市场需求分析

1、房地产推动电梯消费

2、旧电梯更换增加消费需求

3、电梯需求分析

三、2016-2020年电梯行业市场规模分析

第三节 2020年中国电梯行业集中度分析

一、电梯行业市场区域分布状况分析

二、电梯行业市场集中度状况分析

三、电梯行业企业集中度分析

第五章 2016-2020年中国电梯行业重点地区调研分析

第一节 中国电梯行业重点区域市场结构调研

第二节 华东地区电梯行业调研分析

第三节 华南地区电梯行业调研分析

第四节 华中地区电梯行业调研分析

第五节 华北地区电梯行业调研分析

第六节 西部地区电梯行业调研分析

第七节 东北地区电梯行业调研分析

第六章 电梯行业产品市场价格分析与预测

第一节 2016-2020年电梯市场价格回顾

第二节 2016-2020年电梯市场价格现状分析

第三节 影响电梯市场价格因素分析

第四节 电梯市场价格走势预测分析

第七章 电梯行业重点企业发展调研

第一节 上海机电股份有限公司

一、企业概况

二、企业产品结构

三、企业竞争优势

四、企业经营情况分析

五、企业经营战略

第二节 展鹏科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业产品结构

三、企业竞争优势

四、企业经营情况分析

五、企业经营战略

第三节 快意电梯股份有限公司

一、企业概况

二、企业产品结构

三、企业竞争优势

四、企业经营情况分析

五、企业经营战略

第四节 苏州市世嘉科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业产品结构

三、企业竞争优势

四、企业经营情况分析

五、企业经营战略

第五节 通用电梯股份有限公司

一、企业概况

二、企业产品结构

三、企业竞争优势

四、企业经营情况分析

五、企业经营战略

第六节 华升富士达电梯有限公司

一、企业概况

二、企业产品结构

三、企业竞争优势

四、企业经营情况分析

五、企业经营战略

第七节 沈阳远大智能工业集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业产品结构

三、企业竞争优势

四、企业经营情况分析

五、企业经营战略

第八节 广州广日股份有限公司

一、企业概况

二、企业产品结构

三、企业竞争优势

四、企业经营情况分析

五、企业经营战略

第九节 浙江梅轮电梯股份有限公司

一、企业概况

二、企业产品结构

三、企业竞争优势

四、企业经营情况分析

五、企业经营战略

第十节 康力电梯股份有限公司

一、企业概况

二、企业产品结构

三、企业竞争优势

四、企业经营情况分析

五、企业经营战略

第八章 电梯企业发展策略分析

第一节 电梯市场策略分析

一、电梯价格策略分析

二、电梯渠道策略分析

第二节 电梯销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高电梯企业竞争力的策略

一、提高中国电梯企业核心竞争力的对策

二、电梯企业提升竞争力的主要方向

三、影响电梯企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高电梯企业竞争力的策略

第四节 对我国电梯品牌的战略思考

一、电梯行业企业品牌的重要性

二、电梯行业实施品牌战略的意义

三、电梯企业品牌的现状分析

四、电梯行业企业的品牌战略

五、电梯行业品牌战略管理的策略

第九章 2021-2026年电梯行业发展趋势及投资风险分析

第一节 2021-2026年电梯行业发展趋势预测分析

一、中国电梯行业发展方向分析

二、2021-2026年中国电梯行业市场规模预测分析

三、2021-2026年中国电梯行业供给情况预测分析

1、产量

2、保有量

3、供给量

四、2021-2026年中国电梯行业需求情况预测分析

第二节 当前电梯行业存在的问题

一、电梯行业发展问题

二、电梯安全管理存在的问题

第三节 2021-2026年中国电梯行业投资风险分析

一、电梯市场竞争风险

二、电梯行业原材料压力风险分析

三、电梯技术风险分析

四、电梯行业政策和体制风险

五、电梯行业外资进入现状及对未来市场的威胁

第十章 2021-2026年电梯行业盈利模式与投资策略探讨

第一节 国外电梯行业投资现状及经营模式分析

一、境外电梯行业成长情况调查

二、经营模式借鉴

三、在华投资新趋势动向

第二节 我国电梯行业商业模式探讨

第三节 我国电梯行业投资国际化发展战略分析

一、战略优势分析

二、战略机遇分析

三、战略规划目标

四、战略措施分析

第四节 我国电梯行业投资策略分析

一、电梯行业投资战略综合规划

二、电梯行业技术开发策略

三、电梯行业投资区域战略规划

第五节 电梯行业最优投资路径设计

一、投资对象

二、投资模式

三、预期财务状况分析

四、风险资本退出方式

第十一章 电梯投资机会分析与项目投资建议

第一节 电梯投资机会分析（AK LZX）

第二节 电梯投资趋势预测

第三节 项目投资建议

一、电梯行业投资环境考察

二、电梯投资风险及应对措施

三、电梯产品投资方向建议

四、电梯项目投资建议

1、技术应用注意事项

2、项目投资注意事项

3、生产开发注意事项

4、销售注意事项

图表目录：

图表1：电梯行业产业链模型

图表2：全球GDP与综合PMI指数对比

图表3：2021年全球主要经济体关键指标预测（%）

图表4：2016-2020年国内生产总值增长状况分析

图表5：2016-2020年国内固定资产投资增长状况分析

图表6：2016-2020年中国社会消费品零售总额情况单位：亿元

图表7：2016-2020年进出口贸易情况单位：亿元

图表8：中国人口情况单位：万人

图表9：中国城镇化率情况单位：万人

图表10：中国与发达国家城镇化率比较

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/yzsb/722327.html>