

2015-2020年中国电梯维修保养产业发展现状及市场监测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国电梯维修保养产业发展现状及市场监测报告》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/detail/177088.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 中国电梯维修保养行业综述

第一节 电梯维修保养相关概述

一、电梯的概念

二、电梯产品种类

（一）按用途分类

（二）按驱动方式分类

（三）按速度分类

（四）按有无司机分类

（五）按操纵控制方式分类

（六）其它分类方式

三、电梯行业标准分析

四、电梯维修保养的概述

第二节 电梯维修保养行业政策分析

一、电梯维修保养行业管理体制

二、电梯维修保养行业相关政策

（一）《中华人民共和国特种设备安全法》

（二）《特种设备安全监察条例》

（三）《电梯技术条件》

（四）《电梯维修保养安全管理规范》

（五）《关于进一步加强公共交通领域电梯安全工作的指导意见》

（六）《关于加强自动扶梯和自动人行道安全监察工作的通知》

第三节 电梯维修保养行业社会环境

一、中国人口规模及结构

二、中国城市化进程分析

三、社会消费结构的升级

四、城镇固定资产投资加速

第二章 中国电梯行业发展状况分析

第一节 电梯市场发展状况分析

一、电梯行业发展状况分析

（一）电梯行业发展现状

（二）电梯市场运行状况

（三）电梯企业发展分析

二、电梯市场生产情况分析

(一) 电梯市场产量情况

(二) 电梯市场产品结构

(三) 电梯市场成本分析

三、电梯市场消费情况分析

(一) 电梯市场销售情况

(二) 电梯区域消费市场

(三) 电梯消费市场价格

(四) 电梯细分市场结构

四、我国电梯进出口概况

五、电梯采购招标情况分析

(一) 电梯采购程序分析

(二) 电梯采购招标情况

六、电梯OEM市场现状分析

第二节 电梯行业市场经营特点

一、以销定产的行业导向

二、整机制造企业对产业链控制较强

三、电梯产业链长及领域涉及广

四、电梯安装改造维修业务地位提高

五、电梯和物流业发展联系密切

六、电梯购买者和使用者相分离

第三节 电梯企业经营发展模式

一、电梯企业发展模式

二、电梯企业经营模式

三、电梯企业销售模式

第四节 节能环保电梯市场分析

一、节能环保电梯发展的制约因素

(一) 价格因素

(二) 国家产业标准缺位

(三) 强制性节能电梯采购规定缺乏

二、节能环保电梯市场发展现状

三、节能环保电梯市场需求情况

四、节能环保电梯市场发展优势

(一) 节能电梯市场发展优势

(二) 节能载货电梯节能优势

五、绿色电梯未来发展方向分析

第五节 电梯产品市场发展分析

一、垂直电梯市场发展分析

- (一) 垂直电梯市场现状
- (二) 垂直电梯应用领域
- (三) 垂直电梯需求情况
- (四) 垂直电梯竞争格局

二、自动扶梯市场发展分析

- (一) 自动扶梯市场现状
- (二) 自动扶梯应用领域
- (三) 自动扶梯需求情况
- (四) 自动扶梯需求前景

三、自动人行道市场发展分析

- (一) 自动人行道市场现状
- (二) 自动人行道应用领域
- (三) 自动人行道需求情况
- (四) 自动人行道竞争格局

四、载客电梯市场发展分析

- (一) 载客电梯市场现状
- (二) 载客电梯应用领域
- (三) 载客电梯贸易情况
- (四) 载客电梯需求前景

五、载货电梯市场发展分析

- (一) 载货电梯市场现状
- (二) 载货电梯生产情况
- (三) 载货电梯需求情况
- (四) 载货电梯需求前景

六、建筑施工电梯市场发展分析

- (一) 建筑施工电梯市场现状
- (二) 建筑施工电梯安全管理
- (三) 建筑施工电梯需求情况

第六节 电梯行业发展壁垒分析

一、技术壁垒

二、资金壁垒

三、资质许可壁垒

四、销售与服务网络壁垒

五、规模效应与成本控制能力壁垒

第三章 中国主要电梯品牌优势分析

第一节 三菱电梯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第二节 日立电梯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第三节 奥的斯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第四节 西子奥的斯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第五节 通力电梯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第六节 迅达电梯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第七节 蒂森克虏伯电梯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第八节 东芝电梯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第九节 富士达电梯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第十节 康力电梯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第十一节 江南嘉捷电梯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第十二节 博林特电梯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第十三节 爱登堡电梯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第十四节 百斯特电梯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第节 永大电梯

一、电梯品牌简介

二、品牌优势分析

第四章 中国电梯安全检测市场发展分析

第一节 电梯质量安全问题分析

一、电梯安全事故类型分析

二、电梯安全事故原因分析

三、电梯安全事故发生情况

四、典型电梯安全事故统计

五、奥的斯电梯事故案例分析

第二节 电梯安全检测市场分析

一、电梯安全故障情况分析

二、电梯检验常见问题分析

三、电梯质量安全管理分析

四、电梯安全检测市场现状

五、电梯安全检测需求情况

第三节 电梯能效检测发展分析

一、电梯节能需求情况分析

（一）电梯能耗情况分析

（二）电梯节能潜力分析

（三）电梯节能改造情况

二、电梯能耗检测方法分析

三、电梯能效检测动向分析

第四节 电梯安全检测技术分析

一、电梯的目测检测

二、电梯导轨的无损检测

三、曳引钢丝绳的漏磁检测

四、功能试验中的无损检测

五、电梯的综合性能测试

第五章 中国电梯维修保养行业发展状况分析

第一节 电梯维修保养内容要求分析

一、电梯定期检修内容要求

二、电梯修理的用电安全要求

三、定期检修的机构及设备

第二节 电梯安装维修企业资质要求

一、电梯安装维修企业资质标准

(一) 一类企业资质标准

(二) 二类企业资质标准

(三) 三类企业资质标准

二、电梯安装企业资质分级要求

(一) A级企业资质要求

(二) B级企业资质要求

(三) C级企业资质要求

三、电梯维修企业资质分级要求

(一) A级企业资质要求

(二) B级企业资质要求

(三) C级企业资质要求

四、电梯改造企业资质分级要求

(一) A级企业资质要求

(二) B级企业资质要求

(三) C级企业资质要求

五、电梯维修保养资质需要的条件

第三节 电梯维修施工单位鉴定评审

一、电梯维修基本条件的评审

(一) 机构的条件评审

(二) 人员的条件评审

(三) 基础设施提供的评审

二、电梯维修质量管理体系考核评审

(一) 质量安全管理体系总要求

(二) 质量与安全管理职责要求

- (三) 对合同工程或服务要求评审
- (四) 维修或维保方案
- (五) 安全要求的确定和评审
- (六) 电梯产品采购要求
- (七) 电梯维修过程控制
- (八) 监视装置和检测设备的控制
- (九) 电梯维修工程或服务品检验
- (十) 电梯维修工程安全检查
- (十一) 工程不安全因素的控制
- (十二) 工程质量问题控制

三、电梯维修企业业绩考核分析

第四节 电梯维修保养市场运营分析

- 一、电梯维修保养市场现状
- 二、电梯维修保养成本费用
- 三、电梯维修保养模式分析
- 四、电梯维修保养需求情况
- 五、电梯维保人员市场现状
- 六、电梯维修保养发展存在问题

第五节 电梯维修保养模式发展分析

- 一、周保养模式
- 二、月保养模式
- 三、半年保养模式

第六节 电梯更新改造市场发展分析

- 一、电梯的保有量情况分析
- 二、电梯报废年限情况分析
- 三、电梯更新改造市场现状
- 四、电梯更新改造需求情况

第六章 中国民用住宅电梯维修保养需求分析

第一节 民用住宅投资建设情况分析

- 一、房地产开发投资规模分析
- 二、房地产土地购置与开发情况
- 三、商品住宅施工面积情况分析
- 四、商品住宅竣工面积情况分析
- 五、商品住宅销售面积情况分析

第二节 民用住宅电梯维修保养市场分析

一、民用住宅电梯应用类型分析

二、民用住宅电梯安装情况分析

三、民用住宅电梯安全事故分析

四、住宅电梯维修保养需求情况

五、住宅电梯维修保养需求前景

第七章 中国商业建筑电梯维修保养需求分析

第一节 商场电梯维修保养需求分析

一、商场投资建设情况分析

(一) 商场建设投资情况

(二) 购物中心建设规模

二、商场电梯安装情况分析

三、商场电梯维保需求情况

四、商场电梯维保需求前景

第二节 酒店电梯维修保养需求分析

一、酒店投资建设情况分析

(一) 酒店建设投资情况

(二) 星级酒店建设规模

二、酒店电梯安装情况分析

三、酒店电梯维保需求情况

四、酒店电梯维保需求前景

第三节 写字楼电梯维修保养需求分析

一、写字楼投资建设情况分析

(一) 写字楼投资规模分析

(二) 写字楼建设面积分析

(三) 写字楼销售规模统计

二、写字楼电梯安装情况分析

三、写字楼电梯维保需求情况

四、写字楼电梯维保需求前景

第八章 中国公共建筑电梯维修保养需求分析

第一节 医院电梯维修保养需求分析

一、医院投资建设情况分析

(一) 医院建设面积分析

(二) 医院建设数量分析

二、医院电梯市场采购情况

三、医院电梯安装情况分析

四、医院电梯维保需求情况

五、医院电梯维保需求前景

第二节 图书馆电梯维修保养需求分析

一、图书馆投资建设情况分析

（一）图书馆建设投资情况

（二）图书馆建设数量分析

二、图书馆电梯安装情况分析

三、图书馆电梯维保需求情况

第九章 中国交通客运中心电梯维修保养需求分析

第一节 汽车站电梯维修保养需求分析

一、汽车站投资建设情况分析

二、汽车站电梯安装情况分析

三、汽车站电梯维保需求情况

第二节 火车站电梯维修保养需求分析

一、火车站投资建设情况分析

（一）铁路建设投资规模

（二）铁路里程建设情况

（三）火车客运站建设情况

二、火车站电梯安装情况分析

三、火车站电梯维保需求情况

四、火车站电梯维保需求前景

第三节 地铁站电梯维修保养需求分析

一、地铁站投资建设情况分析

（一）地铁建设投资规模

（二）地铁建设规模情况

二、地铁站电梯安装情况分析

三、地铁站电梯维保需求情况

四、地铁电梯维修管理模式分析

（一）自主独立维保模式

（二）联合维保模式

五、地铁站电梯维保需求前景

第四节 航空机场电梯维修保养需求分析

一、机场投资建设状况分析

（一）机场建设投资规模分析

（二）航空运输机场数量统计

二、机场电梯安装情况分析

三、机场电梯维保需求情况

四、机场电梯维保需求前景

第十章 中国电梯维修保养市场竞争格局分析

第一节 电梯行业市场竞争状况分析

一、电梯行业市场洗牌分析

二、电梯市场竞争格局分析

三、电梯市场品牌竞争分析

四、电梯市场区域竞争情况

五、电梯技术竞争现状分析

六、电梯市场价格竞争分析

第二节 电梯维修保养市场竞争分析

一、电梯维修保养市场竞争现状

二、电梯维修保养市场品牌竞争

三、电梯维修保养市场价格竞争

第三节 电梯维修保养市场SWOT分析

一、电梯维修保养市场优势

二、电梯维修保养市场劣势

三、电梯维修保养市场机遇

四、电梯维修保养市场挑战

第十一章 中国重点城市电梯维修保养市场需求分析

第一节 北京市

一、北京市电梯市场运营现状

二、北京市电梯维保企业分析

三、北京市电梯维保需求现状

第二节 上海市

一、上海市电梯市场运营现状

二、上海市电梯维保企业分析

三、上海市电梯维保需求现状

第三节 广州市

一、广州市电梯市场运营现状

二、广州市电梯维保企业分析

三、广州市电梯维保需求现状

第四节 深圳市

一、深圳市电梯市场运营现状

二、深圳市电梯维保企业分析

三、深圳市电梯维保需求现状

第五节 天津市

一、天津市电梯市场运营现状

二、天津市电梯维保企业分析

三、天津市电梯维保需求现状

第六节 杭州市

一、杭州市电梯市场运营现状

二、杭州市电梯维保企业分析

三、杭州市电梯维保需求现状

第七节 南京市

一、南京市电梯市场运营现状

二、南京市电梯维保企业分析

三、南京市电梯维保需求现状

第八节 厦门市

一、厦门市电梯市场运营现状

二、厦门市电梯维保企业分析

三、厦门市电梯维保需求现状

第九节 合肥市

一、合肥市电梯市场运营现状

二、合肥市电梯维保企业分析

三、合肥市电梯维保需求现状

第十节 石家庄市

一、石家庄市电梯市场运营现状

二、石家庄市电梯维保企业分析

三、石家庄市电梯维保需求现状

第十一节 青岛市

一、青岛市电梯市场运营现状

二、青岛市电梯维保企业分析

三、青岛市电梯维保需求现状

第十二节 沈阳市

一、沈阳市电梯市场运营现状

二、沈阳市电梯维保企业分析

三、沈阳市电梯维保需求现状

第十三节 长沙市

一、长沙市电梯市场运营现状

二、长沙市电梯维保企业分析

三、长沙市电梯维保需求现状

第十四节 武汉市

一、武汉市电梯市场运营现状

二、武汉市电梯维保企业分析

三、武汉市电梯维保需求现状

第十五节 重庆市

一、重庆市电梯市场运营现状

二、重庆市电梯维保企业分析

三、重庆市电梯维保需求现状

第十六节 成都市

一、成都市电梯市场运营现状

二、成都市电梯维保企业分析

三、成都市电梯维保需求现状

第十二章 中国电梯及电梯维修保养企业运营分析

第一节 中国电梯制造企业运营分析

一、康力电梯股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营业务分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业经营模式分析

1、采购模式

2、生产模式

3、营销服务模式

(五) 企业核心竞争力分析

(六) 企业发展战略分析

二、沈阳博林特电梯股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营业务分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业经营模式分析

1、采购模式

2、生产模式

3、销售模式

4、安装模式

5、维保模式

(五) 企业核心竞争力分析

(六) 企业发展战略分析

三、江南嘉捷电梯股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营业务分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业核心竞争力分析

(五) 企业发展战略分析

四、日立电梯(中国)有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要业务及产品分析

(三) 企业主要经济指标

(四) 企业经营效益分析

(五) 企业成本费用分析

(六) 企业发展战略分析

五、上海三菱电梯有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要业务及产品分析

(三) 企业主要经济指标

(四) 企业经营效益分析

(五) 企业成本费用分析

(六) 企业发展动态分析

六、奥的斯电梯(中国)投资有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要业务及产品分析

(三) 企业主要经济指标

(四) 企业经营效益分析

(五) 企业成本费用分析

(六) 企业产品案例分析

七、通力电梯有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要业务及产品分析

(三) 企业主要经济指标

(四) 企业经营效益分析

(五) 企业成本费用分析

(六) 企业销售网络分析

八、东芝电梯(中国)有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要业务及产品分析

(三) 企业主要经济指标

(四) 企业经营效益分析

(五) 企业成本费用分析

(六) 企业发展战略分析

九、华升富士达电梯有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要业务及产品分析

(三) 企业主要经济指标

(四) 企业经营效益分析

(五) 企业成本费用分析

(六) 企业发展动态分析

十、东南电梯股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要业务及产品分析

(三) 企业主要经济指标

(四) 企业经营效益分析

(五) 企业成本费用分析

(六) 企业发展动态分析

十一、广州广日电梯工业有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要业务及产品分析

(三) 企业主要经济指标

(四) 企业经营效益分析

(五) 企业成本费用分析

(六) 企业发展战略分析

十二、蒂森克虏伯电梯(中国)有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要业务及产品分析

(三) 企业主要经济指标

(四) 企业经营效益分析

(五) 企业成本费用分析

十三、上海三菱电梯有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要业务及产品分析

(三) 企业主要经济指标

(四) 企业经营效益分析

(五) 企业成本费用分析

十四、上海立扶特电梯有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

、迅达(中国)电梯有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营业务分析

(三) 企业重要服务项目

十六、苏州江南快速电梯有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营业务分析

(三) 企业发展战略分析

十七、广东中迅电梯有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营业务分析

(三) 企业竞争优势分析

第二节 中国电梯维保企业运营分析

一、北京安达利电梯有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业业务资质分析

(三) 企业主要产品分析

(四) 企业应用案例分析

二、深圳市方兴达电梯有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业业务资质分析

(三) 企业主要产品分析

(四) 企业服务网络分析

三、深圳市美迪斯电梯有限公司

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业销售网络分析

四、东莞市张丰合号电梯有限公司

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业业务资质分析
- (三) 企业主要产品分析
- (四) 企业竞争优势分析

五、广东升达电梯有限公司

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业成功案例分析
- (四) 企业销售网络分析

六、北京新兴工美电梯服务有限公司

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业业务资质分析
- (三) 企业主要产品分析
- (四) 企业竞争优势分析

七、南京宝达电梯服务有限公司

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业产品应用分析
- (四) 企业竞争优势分析

八、杭州西奥电梯有限公司

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业业务资质分析
- (三) 企业产品服务分析
- (四) 企业竞争优势分析
- (五) 企业发展战略分析

九、沈阳华维三洋电梯服务有限公司

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业管理团队分析
- (三) 企业主要产品分析

(四) 企业竞争优势分析

十、北京富胜电梯维修有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业业务资质分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业成功案例分析

十一、武汉天域梯业有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业业务资质分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业成功案例分析

十二、北京北安华电电梯工程有限责任公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业业务资质分析

(三) 企业销售产品分析

(四) 企业竞争优势分析

十三、上海跃菱电梯销售有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要业务分析

(三) 企业工程业绩分析

(四) 企业竞争优势分析

十四、东莞市顺捷电梯有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业产品服务分析

(三) 企业应用实例分析

(四) 企业服务优势分析

、四川安达电梯设备有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业产品服务分析

(三) 企业应用实例分析

(四) 企业发展动态分析

第十三章 中国电梯维修保养市场发展因素分析

第一节 电梯维修保养市场发展驱动因素

一、城市化进程加大电梯市场需求

二、房地产业带动电梯行业加速发展

三、城市公共设施建设加大市场需求

四、电梯更新及改造市场存在商机

第二节 电梯维修保养行业发展壁垒分析

一、服务壁垒

二、技术壁垒

第三节 电梯维修保养服务营销升级路径

一、确定市场定位及实施错位竞争

二、整合电梯制造维修企业维修渠道

三、推行营销与质量管理平衡的整合营销

四、维护现有顾客忠诚度

五、创建维修保养服务品牌

六、建立危机处理机制

第十四章 2015-2020年中国电梯维修保养市场前景及投资机会风险

第一节 2015-2020年中国电梯维修保养市场前景预测

一、电梯市场发展前景分析

二、节能电梯市场前景分析

三、电梯更新改造市场前景

四、电梯维修保养市场前景

五、电梯保有量规模预测分析

第二节 2015-2020年中国电梯维修保养市场投资机会

一、电梯市场投资机会分析

二、节能电梯市场投资机会

三、电梯更新改造市场投资机会

四、电梯维修保养市场投资机会

第三节 2015-2020年中国电梯维修保养行业投资风险

一、产业政策风险

二、宏观经济风险

三、技术风险分析

四、市场管理风险

第十五章 中国电梯维修保养企业投资战略与客户策略

第一节 电梯维修保养企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业做强做大的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 电梯维修保养企业发展战略规划的制定原则

一、科学性

二、实践性

三、前瞻性

四、创新性

五、全面性

六、动态性

第三节 电梯维修保养企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第四节 电梯维修保养企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第十六章 中国电梯企业维保领域战略转型策略分析

第一节 电梯企业维保领域战略转型背景

一、电梯企业服务领域战略转型现状

二、顺应电梯行业发展的新趋势

三、适应电梯用户需求的新变化

四、企业具备战略转型的内外条件

第二节 电梯企业维保领域战略转型途径

一、确定战略转型的目标和发展方向

二、建立以用户为中心的组织体系与流程

(一) 以用户为中心改进业务流程

(二) 建立工程本部及搭建组织框架

(三) 加强人员培训及完善服务标准

三、积极开发电梯服务的新产品及业务

四、建立以我为核心的营销服务网络

(一) 拓展网路及健全营销服务网点布局

(二) 准确定位及完善分支机构运营模式

(三) 建立以分公司为中心的地区市场管理机制

(四) 探索建立风险控制下的盈利模式

五、提升技术水平和信息化管理手段

(一) 明确服务差异点

(二) 提升服务技术水平和手段

(三) 实施信息化网络管理

(四) 培育服务品牌和标识

六、培育具有特色的新型企业文化

第三节 电梯企业转型升级战略研究策略

一、产业链延伸战略

二、轻资产战略

三、品牌升级战略

四、内涵发展战略

五、创新技术改革

六、生产商向服务商转型

第四节 电梯企业战略转型升级模式分析

一、企业转型升级主要模式

二、企业产业延伸模式分析

三、企业兼并重组模式分析

第五节 电梯企业服务领域转型升级策略

一、企业向差异化战略转变

二、走向注重质量提升转变

三、向重视可持续发展转变

四、从竞争向合作共赢转变

五、向高层次国际运营转变

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/177088.html>