

2017-2022年中国电梯市场深度调查及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国电梯市场深度调查及投资方向研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/287758.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

2008-2015年中国电梯行业产量情况

资料来源：公开资料整理

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：

第一部分 行业发展现状	1
第一章 电梯行业发展概述	1
第一节 电梯行业基本知识	1
一、电梯的定义及分类	1
二、自动扶梯分类概述	6
第二节 电梯交通配置发展概况	6
一、电梯交通配置概念	6
二、电梯交通配置发展	6
第三节 电梯行业发展成熟度分析	8
一、中国电梯发展历程	8
二、行业发展周期分析	26
三、行业中外市场成熟度对比	27
四、行业及其主要子行业成熟度分析	28
第二章 电梯行业技术发展分析	30
第一节 行业技术发展现状	30
一、2013年中国首创电梯能量回馈装置	30
二、我国电梯行业标准	30
三、超高速电梯技术发展的难题	36
四、2013年节能环保成电梯技术的焦点	37
五、2014-2015年电梯技术发展情况分析	53
第二节 电梯技术的发展趋势分析	89
一、智能大厦电梯发展趋势	89
二、智能建筑电梯监控技术方向	90

三、电梯技术的整体发展趋势	92
四、电梯驱动技术的发展趋势	94
五、2015年电梯技术发展趋势	95

第三章 国外电梯行业发展分析 96

第一节 全球电梯产业发展格局分析	96
一、2014年市场发展现状分析	96
二、2014年市场竞争格局分析	97
三、2014年全球市场发展特点	98
第二节 美国电梯产业发展分析	107
一、2014年美国电梯产业发展现状	107
二、美国电梯产业优势和劣势分析	108
三、美国电梯产业发展趋势分析	111
第三节 日本电梯产业发展分析	111
一、2014年日本电梯产业发展现状	111
二、日本电梯产业优势和劣势分析	113
三、日本电梯产业发展趋势分析	115

第四章 中国电梯行业发展分析 116

第一节 2014年中国电梯行业发展状况	116
一、2014-2015年电梯行业发展状况分析	116
二、2015年中国电梯行业发展动态	120
三、2014-2015年电梯行业经营业绩分析	122
四、2014-2015年我国电梯行业发展热点	123
第二节 2014-2015年电梯行业发展机遇和挑战分析	125
一、2014-2015年电梯行业发展机遇分析	125
二、2014年国际经济环境对电梯行业影响	128
三、2014年国家投资对电梯行业影响	129
第三节 2014年中国电梯市场供需状况	132
一、2014年中国电梯市场供给能力	132
二、2014年中国电梯市场需求分析	133
2008-2015年中国电梯消费量统计	

资料来源：公开资料整理

三、2014中国电梯产品价格分析	135
------------------	-----

第五章 电梯产业经济运行分析	137
第一节 2014年我国电梯行业经济运行分析	137
一、2014年我国电梯行业经济运行总述	137
二、2014年我国电梯产品销售情况	137
三、2014年我国电梯应收账款净额情况	137
四、2014年我国电梯产品出口交货值情况	138
五、2014年我国电梯各地区生产销售情况	138
第二节 2015年我国电梯行业经济运行分析	139
一、2015年我国电梯行业经济运行总述	139
二、2015年我国电梯产品销售情况	140
三、2015年我国电梯应收账款净额情况	140
四、2015年我国电梯产品出口交货值情况	140
五、2015年我国电梯各地区生产销售情况	140
第三节 2015年中国电梯产销分析	142
一、2015年中国电梯产量分析	142
二、2015年中国电梯产量区域格局与集中度分析	142
三、2015年中国电梯销量分析	144
第六章 我国电梯产业进出口分析	149
第一节 我国电梯进口分析	149
一、2014年进口总量分析	149
二、2014年进口结构分析	149
三、2014年进口区域分析	152
第二节 我国电梯出口分析	152
一、2014年出口总量分析	152
二、2014年出口结构分析	153
三、2014年出口区域分析	155
第三节 我国电梯进出口预测	156
一、2015年进口分析	156
二、2015年出口分析	159
三、2017-2022年进口预测	162
四、2017-2022年出口预测	162
第七章 中国电梯行业市场需求分析	164

第一节 影响电梯需求的主要因素分析	164
一、2014-2015年城镇人口以及人口密度	164
二、2015年国家房地产景气指数分析	165
三、2015年房地产市场运行情况分析	166
第二节 消费者对电梯的消费偏好分析	172
一、消费者电梯品牌偏好	172
二、电梯用户满意度调查	173
三、电梯用户满意度测评	174
四、电梯用户需求变化	175
第三节 电梯企业的营销策略分析	176
一、电梯销售人员的素质分析	176
二、电梯企业的销售管理分析	177
三、电梯企业的渠道创新策略分析	179
第四节 电梯差异化营销策略分析	182
一、创造客户就是创造差异	182
二、产品差异化、市场差异化和形象差异化	182
三、以市场调查、细分和定位为基础的差异化策略	183
第五节 电梯企业的跨媒体宣传策略	184
一、市场研究	184
二、目标用户购买行为研究	185
三、媒介研究	188
四、广告研究	189
第二部分 行业竞争格局	191
第八章 电梯行业竞争格局分析	191
第一节 中国电梯行业的发展周期	191
一、电梯行业的增长性与波动性	191
二、2015年电梯行业的经济周期	192
三、2015年电梯行业的成熟度	192
第二节 电梯行业竞争分析	193
一、国际市场发展现状	193
二、2014-2015年国际市场竞争分析	194
三、2014-2015年国内市场竞争分析	195
四、国际市场变化对国内市场影响分析	195
第三节 各类型电梯市场竞争分析	196

一、快速电梯销量迅猛	196
二、小机房电梯将全面替代普通电梯	197
三、无机房电梯的发展	198
四、观光电梯的选择	200
五、住宅电梯的价格和配置	202
第四节 2014-2015年我国电梯竞争分析	203
一、2014-2015年我国电梯品牌竞争分析	203
二、2014-2015年国内外电梯厂商竞争力对比	203
三、2014年我国电梯市场集中度分析	205
四、2014年国内主要电梯企业动向	206
五、2014年国内电梯拟在建项目分析	207
第九章 电梯企业竞争策略分析	209
第一节 电梯市场竞争策略分析	209
一、2016年电梯市场增长潜力分析	209
二、2016年电梯主要潜力品种分析	215
三、现有电梯产品竞争策略分析	216
四、潜力电梯品种竞争策略选择	217
五、典型企业产品竞争策略分析	217
第二节 电梯企业竞争策略分析	218
一、国际经济形势对电梯行业竞争格局的影响	218
二、全球经济下电梯行业竞争格局的变化	219
三、2017-2022年我国电梯市场竞争趋势	220
四、2017-2022年电梯行业竞争格局展望	221
五、2017-2022年电梯行业竞争策略分析	222
六、2017-2022年电梯企业竞争策略分析	223
第十章 国内电梯重点企业竞争分析	225
第一节 上海三菱电梯有限公司	225
一、企业概况	225
二、竞争优势分析	227
三、经营状况	228
四、2017-2022年发展战略	230
第二节 日立电梯(中国)有限公司	230
一、企业概况	230

二、竞争优势分析	232
三、经营状况	234
四、2017-2022年发展战略	235
第三节 奥的斯电梯公司	235
一、企业概况	235
二、竞争优势分析	237
三、经营状况	238
四、2017-2022年发展战略	239
第四节 通力电梯有限公司	239
一、企业概况	239
二、竞争优势分析	242
三、经营状况	243
四、2017-2022年发展战略	244
第五节 东芝电梯(中国)有限公司	244
一、企业概况	244
二、竞争优势分析	247
三、经营状况	248
四、2017-2022年发展战略	250
第六节 蒂森克虏伯集团	250
一、企业概况	250
二、竞争优势分析	254
三、经营状况	255
四、2017-2022年发展战略	256
第七节 迅达集团	257
一、企业概况	257
二、竞争优势分析	258
三、经营状况	259
四、2017-2022年发展战略	259
第八节 华升富士达电梯有限公司	260
一、企业概况	260
二、竞争优势分析	262
三、经营状况	263
四、2017-2022年发展战略	264
第三部分 行业前景预测	265

第十一章 电梯发展趋势分析	265
第一节 2015年电梯产业发展趋势分析	265
一、2015年电梯技术趋势	265
二、2015年电梯价格趋势	265
第二节 2017-2022年中国电梯行业发展趋势分析	266
一、2017-2022年中国电梯行业发展分析	266
二、2017-2022年中国电梯行业技术开发方向	267
第三节 2017-2022年中国电梯行业前景展望分析	271
一、电梯行业市场格局及竞争趋势展望	271
二、2017-2022年电梯行业经济效益分析	272
三、决定电梯企业市场竞争力的关键因素	272
第四节 未来电梯行业的发展重点	276
一、无齿轮电梯成主流	276
二、电梯节能潜力巨大	277
三、绿色电梯发展趋势	277
四、电梯性能提高趋势	278
五、电梯品牌整合趋势	279
六、用手机操控的电梯	279
第十二章 未来电梯行业发展预测	281
第一节 2017-2022年国际电梯市场预测	281
一、2017-2022年全球电梯行业产能预测	281
二、2017-2022年全球电梯市场需求前景	281
三、2017-2022年全球电梯市场价格预测	282
第二节 2017-2022年国内电梯市场预测	283
一、2017-2022年国内电梯行业产能预测	283
二、2017-2022年国内电梯行业产量预测	283
三、2017-2022年国内电梯市场需求前景	284
四、2017-2022年国内电梯市场价格预测	285
五、2017-2022年国内电梯行业集中度预测	286
第三节 2017-2022年电梯行业运行状况预测	287
一、2017-2022年行业工业总产值预测	287
二、2017-2022年行业销售收入预测	287
三、2017-2022年企业数量及变化趋势预测	288
四、2017-2022年行业利润指标及变化趋势预测	289

五、2017-2022年行业总资产预测	289
第四部分 投资战略研究	291
第十三章 电梯行业投资现状分析	291
第一节 2014年电梯行业投资情况分析	291
一、2014年总体投资及结构	291
二、2014年投资规模情况	292
三、2014年投资增速情况	292
四、2014年分行业投资分析	293
五、2014年分地区投资分析	293
六、2014年外商投资情况	294
第二节 2015年电梯行业投资情况分析	297
一、2015年总体投资及结构	297
二、2015年投资规模情况	297
三、2015年投资增速情况	298
四、2015年分行业投资分析	299
五、2015年分地区投资分析	299
六、2015年外商投资情况	300
第十四章 电梯行业投资环境分析	303
第一节 经济发展环境分析	303
一、2014-2015年我国宏观经济运行情况	303
二、2017-2022年我国宏观经济形势分析	331
三、2017-2022年投资趋势及其影响预测	333
第二节 政策法规环境分析	337
一、2015年电梯行业政策环境	337
二、2015年国内宏观政策对其影响	343
三、2015年行业产业政策对其影响	343
第三节 社会发展环境分析	344
一、国内社会环境发展现状	344
二、2015年社会环境发展分析	354
三、2017-2022年社会环境对行业的影响分析	355
第十五章 电梯行业投资机会与风险	357
第一节 电梯行业投资效益分析	357

一、2014-2015年电梯行业投资状况分析	357
二、2017-2022年电梯行业投资效益分析	358
三、2017-2022年电梯行业投资趋势预测	358
四、2017-2022年电梯行业的投资方向	359
五、2017-2022年电梯行业投资的建议	360
六、新进入者应注意的障碍因素分析	368
第二节 影响电梯行业发展的主要因素	369
一、2017-2022年影响电梯行业运行的有利因素分析	369
二、2017-2022年影响电梯行业运行的稳定因素分析	370
三、2017-2022年影响电梯行业运行的不利因素分析	370
四、2017-2022年我国电梯行业发展面临的挑战分析	371
五、2017-2022年我国电梯行业发展面临的机遇分析	371
第三节 电梯行业投资风险及控制策略分析	374
一、2017-2022年电梯行业市场风险及控制策略	374
二、2017-2022年电梯行业政策风险及控制策略	374
三、2017-2022年电梯行业经营风险及控制策略	375
四、2017-2022年电梯行业技术风险及控制策略	375
五、2017-2022年电梯同业竞争风险及控制策略	376
六、2017-2022年电梯行业其他风险及控制策略	377
第十六章 电梯行业投资战略研究	378
第一节 电梯行业发展战略研究	378
一、战略综合规划	378
二、技术开发战略	378
三、业务组合战略	378
四、区域战略规划	378
五、产业战略规划	379
六、营销品牌战略	379
七、竞争战略规划	379
第二节 对我国电梯品牌的战略思考	380
一、企业品牌的重要性	380
二、电梯实施品牌战略的意义	383
三、电梯企业品牌的现状分析	384
四、我国电梯企业的品牌战略	385
五、电梯品牌战略管理的策略	385

第三节 2017-2022年电梯行业投资战略研究 387

一、2016年装备制造行业投资战略 387

二、2016年我国电梯企业投资战略 389

三、2017-2022年电梯行业投资战略 399

四、2017-2022年细分行业投资战略 400

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2017-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2017-2022年中国GDP增速预测

图表.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/287758.html>