

# 2019-2025年中国电梯行业 前景研究与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2019-2025年中国电梯行业前景研究与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jixie/Z22719IY42.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

近年来我国房地产行业的高层建筑投资比例在增加，加速了电梯的需求量。中国电梯需求从2012年的52.9万台提升至2014年的70万台，预计2021年我国电梯需求量将在114万台左右。电梯楼宇框架的增量空间在于国内电梯需求量的增长，一般而言进行广告投放的电梯每部安置2块，剔除不适合投放的电梯部数，2017-2020年楼宇电梯广告版位的增量分别约为172、188、204、220万块，每年同比增速在8-9%之间。2011-2021年中国电梯需求量（单位：万台） 数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国电梯行业前景研究与投资方向研究报告》共九章。首先介绍了电梯行业市场发展环境、电梯整体运行态势等，接着分析了电梯行业市场运行的现状，然后介绍了电梯市场竞争格局。随后，报告对电梯做了重点企业经营状况分析，最后分析了电梯行业发展趋势与投资预测。您若想对电梯产业有个系统的了解或者想投资电梯行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章电梯行业发展基本情况

第一节电梯行业相关概述

一、行业产品分类

二、电梯行业管理体制

三、电梯行业生命周期

四、行业在国民经济中地位

第二节电梯行业经营模式分析

一、生产模式分析

二、采购模式分析

三、销售模式分析

四、安装维保模式分析

第二章2017年中国电梯行业发展环境分析

## 第一节2017年中国宏观经济环境分析

### 一、中国GDP增长情况分析

### 二、工业经济发展形势分析

### 三、社会固定资产投资分析

### 四、居民消费价格变化分析

### 五、对外贸易发展形势分析

## 第二节中国电梯行业政策环境分析

### 一、电梯行业政策法规分析

### 二、电梯行业相关标准分析

### 三、上下游产业相关政策

## 第三节中国电梯行业社会环境分析

### 一、人口环境分析

### 二、资源生态环境

### 三、教育科技环境

### 四、城镇化进程趋势

## 第四节中国电梯行业技术环境分析

## 第三章2011-2017年中国电梯行业经济运行状况分析

### 第一节2011-2017年中国电梯行业发展分析

#### 一、2011年中国电梯行业主要经济指标

#### 二、2012年中国电梯行业主要经济指标

#### 三、2013年中国电梯行业主要经济指标

#### 四、2015年中国电梯行业主要经济指标

#### 五、2017年中国电梯行业主要经济指标

### 第二节2011-2017年中国电梯行业规模分析

#### 一、2012-2017年电梯行业企业规模分析

#### 二、2011-2017年电梯行业资产增长分析

#### 三、2011-2017年电梯行业销售收入分析

#### 四、2011-2017年电梯行业利润总额分析

### 第三节2012-2017年中国电梯行业经营效益分析

#### 一、2012-2017年电梯行业偿债能力分析

#### 二、2012-2017年电梯行业盈利能力分析

三、2012-2017年电梯行业毛利率分析

四、2012-2017年电梯行业运营能力分析

第四节2011-2017年中国电梯行业成本费用分析

一、2011-2017年电梯行业销售成本分析

二、2011-2017年电梯行业销售费用分析

三、2011-2017年电梯行业管理费用分析

四、2011-2017年电梯行业财务费用分析

第四章中国电梯行业重点区域发展分析

第一节长三角地区

一、长三角区位优势分析

二、长三角电梯市场发展分析

(一)江苏省电梯市场发展分析

(二)浙江省电梯市场发展分析

(三)上海市电梯市场发展分析

三、长三角电梯行业重点企业

四、长三角电梯行业市场前景

第二节珠三角地区

一、珠三角区位优势分析

二、珠三角电梯市场发展分析

三、珠三角电梯行业重点企业

四、珠三角电梯行业市场前景

第三节环渤海湾地区

一、环渤海区位优势分析

二、环渤海电梯市场发展分析

(一)北京市电梯市场发展分析

(二)天津市电梯市场发展分析

三、环渤海电梯行业重点企业

四、环渤海电梯行业市场前景

第五章中国电梯行业产业链分析

第一节电梯行业产业链概述

## 第二节电梯行业上游产业分析

### 一、有色金属发展分析

### 二、钢铁市场发展分析

#### (一) 钢铁产量

#### (二) 钢铁价格

### 三、电梯安全部件

#### (一) 行业概况

#### (二) 市场规模

## 第三节电梯行业下游需求市场分析

### 一、建筑行业发展分析

#### (一) 建筑行业投资情况

#### (二) 建筑行业建设情况

### 二、房地产行业发展分析

#### (一) 房地产行业投资情况

#### (二) 房地产行业建设情况

#### (三) 房地产行业发展前景

## 第六章2017年中国电梯行业竞争格局分析

### 第一节2017年中国电梯行业竞争结构分析

### 第二节2017年中国电梯行业竞争力分析

#### 一、电梯行业技术竞争分析

#### 二、电梯行业成本竞争分析

#### 三、电梯行业价格竞争分析

### 第三节2017年中国电梯行业竞争战略分析

#### 一、加强技术创新,提高产品市场竞争力

#### 二、注重人才建设,保证企业持续创新

#### 三、整合企业资源,拓展企业规模

#### 四、强化品牌建设,依靠品牌效应增加产品附加值

#### 五、完善企业管理,依靠管理提升出效益

#### 六、控制资金风险,规避行业周期变化

## 第七章中国电梯行业发展概况

## 第一节电梯行业的行业特点

### 第二节中国电梯行业发展现状

一、中国电梯行业产量情况我国电梯年产量增长量数据来源：公开资料整理

二、中国电梯行业销量情况

三、中国电梯市场保有量情况

四、中国电梯进出口概况

### 第三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

### 第四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

### 第五节中国电梯市场发展存在问题及对策

一、中国电梯市场成本失优

二、电梯采购中存在的主要问题

三、地铁电梯事故所暴露的问题

四、中国住宅电梯推广措施

## 第八章2019-2025年中国电梯行业投资前景预测分析

### 第一节2019-2025年中国电梯行业投资前景分析

一、电梯行业市场前景预测

二、电梯行业销售收入预测

三、电梯行业投资机会分析

### 第二节2019-2025年中国电梯行业投资风险分析

一、产业政策风险

二、原材料的风险

三、市场竞争风险

## 四、安全风险分析

### 第三节2019-2025年中国电梯行业投资策略及建议

#### 一、行业发展趋势

- (一) 智能制造
- (二) 安全监督智能化
- (三) 服务产业化
- (四) “绿色节能”和“安全”;
- (五) 集群效应显著
- (六) 行业集中度提升

#### 二、投资策略

- (一) 把握国家投资的契机
- (二) 竞争性战略联盟的实施
- (三) 企业自身应对策略

## 第九章电梯企业投资战略与客户策略分析（ZY LII）

### 第一节电梯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

### 第三节电梯企业战略规划策略分析

- 一、战略规划模型
- 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

### 第四节电梯企业重点客户战略实施



- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、重点客户的鉴别与确定（ZY LII）
- 三、重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略

部分图表目录：

- 图表1按不同属性电梯主要分类情况
- 图表2电梯公司生产经营模式分析
- 图表3电梯公司采购模式分析
- 图表42011-2017年中国国内生产总值及增长速度
- 图表52015-2017年中国国内生产总值及构成
- 图表62011-2017年中国工业增加值及增长速度
- 图表72011-2017年中国固定资产投资及增长速度
- 图表82010-2017年中国货物进出口总额变化趋势图
- 图表9电梯行业相关法律法规分析
- 图表10电梯行业相关标准分析
- 图表112011-2017年中国人口总量趋势图
- 图表122017年中国人口数及构成情况
- 图表132011-2017年中国城镇化率变化趋势图
- 图表14电梯产品核心技术情况
- 图表152011年中国电梯行业经济指标统计
- 图表162012年中国电梯行业经济指标统计
- 图表172013年中国电梯行业经济指标统计
- 图表182015年中国电梯行业经济指标统计
- 图表192017年中国电梯行业经济指标统计
- 图表202012-2017年中国电梯企业数量变化趋势图
- 图表212011-2017年中国电梯行业资产总额统计
- 图表222011-2017年中国电梯行业资产变化趋势图
- 图表232011-2017年中国电梯行业销售收入统计
- 图表242011-2017年中国电梯行业销售收入变化趋势图
- 图表252011-2017年中国电梯行业利润总额统计
- 图表262011-2017年中国电梯行业利润变化趋势图

图表272012-2017年中国电梯行业资产负债率情况  
图表282012-2017年中国电梯行业成本费用利润率情况  
图表292012-2017年中国电梯行业销售利润率情况  
图表302012-2017年中国电梯行业总资产利润率情况  
图表312012-2017年中国电梯行业毛利率情况  
图表322012-2017年中国电梯行业应收账款周转率情况  
图表332012-2017年中国电梯行业流动资产周转率情况  
图表342012-2017年中国电梯行业总资产周转率情况  
图表352011-2017年中国电梯行业销售成本统计  
图表362011-2017年中国电梯行业销售成本趋势图  
图表372011-2017年中国电梯行业销售费用统计  
图表382011-2017年中国电梯行业销售费用趋势图  
图表392011-2017年中国电梯行业管理费用统计  
图表402011-2017年中国电梯行业管理费用趋势图  
图表412011-2017年中国电梯行业财务费用统计  
图表422011-2017年长三角地区主要省市生产总值统计  
图表43长三角区位与发展优势分析  
图表44长三角电梯行业重点企业一览表  
图表452011-2017年珠三角地区生产总值统计  
图表46珠三角地区发展战略定位分析  
图表47珠三角电梯企业成立时的性质情况  
图表48珠三角电梯企业成立时的主营业务情况  
图表49珠三角电梯行业重点企业一览表  
图表50环渤海电梯行业部分省份重点企业一览表  
图表51电梯行业产业链情况  
图表522010-2017年中国十种有色金属产量统计  
图表532015-2017年中国钢铁产量统计  
图表542017-2017年中国钢铁价格统计  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/Z22719IY42.html>