

2016-2022年中国电梯行业 投资分析及前景趋势预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国电梯行业投资分析及前景趋势预测报告》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/dianli/S57750OBEI.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

前言

一种以电动机为动力的垂直升降机，装有箱状吊舱，用于多层建筑乘人或载运货物。也有台阶式，踏步板装在履带上连续运行，俗称自动电梯。服务于规定楼层的固定式升降设备。它具有一个轿厢，运行在至少两列垂直的或倾斜角小于 15° 的刚性导轨之间。轿厢尺寸与结构形式便于乘客出入或装卸货物。

本电梯行业市场研究报告共十三章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。电梯行业市场报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了电梯行业市场潜在需求与市场机会，报告对电梯行业市场做了重点企业经营状况分析，并分析了中国电梯行业市场发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 电梯产业环境透视

第一章 中国电梯行业发展综述

第一节 行业定界及地位

一、行业定义

二、行业主要产品大类

三、行业发展特性分析

四、行业在国民经济中的地位

第二节 行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业统计方法

三、行业数据种类

第三节 行业供应链分析

一、行业产业链简介

二、钢材产量及价格走势分析

三、有色金属产量及价格走势分析

四、机械基础件行业发展现状及趋势

五、电机行业发展现状及趋势

第二章 中国电梯行业发展环境分析

第一节 中国电梯行业政策环境分析

一、中国电梯行业管理体制

二、中国电梯行业标准制订现状

三、中国电梯行业主要政策法规

四、政策法规对行业的影响

第二节 中国电梯行业经济环境分析

一、电梯行业经济环境

1、国外宏观经济走势分析

2、国内宏观经济走势分析

二、电梯行业社会环境

1、2015年中国人口环境

2、2015年中国教育环境

3、2015年中国文化发展环境

4、2015年中国城镇化建设

三、电梯行业产业环境

1、中国房地产市场发展情况

(1) 2014年1-12月房地产开发完成情况

(2) 2014年1-12月商品房销售情况

(3) 2014年1-12月房地产开发投资资金来源情况分析

(4) 2014年1-12月全国房地产开发景气指数

(5) 2015年上半年全国房地产开发和销售情况分析

2、中国房地产市场发展趋势

3、中国房地产市场基本判断

第三节 中国电梯行业技术环境分析

- 一、中国电梯行业技术标准简介
- 二、中国电梯行业技术水平分析
- 三、中国电梯行业技术发展趋势

第四节 中国电梯运行安全状况分析

- 一、中国电梯运行安全现状
- 二、电梯安全运行管理现状
- 三、电梯运行安全对电梯企业的影响

第二部分 电梯行业深度分析

第三章 中国电梯行业发展现状分析

第一节 电梯行业发展概况

一、电梯行业市场规模分析

- 1、电梯生产量规模分析
- 2、电梯保有量规模分析

二、电梯行业发展主要特点

第二节 电梯行业经营效益分析

- 一、行业经济效益影响因素
- 二、行业主要经营状况分析

第三节 电梯行业供需状况分析

一、中国电梯行业供给情况分析

- 1、全国电梯行业总产值分析
- 2、全国电梯行业产成品分析

二、中国电梯行业需求情况分析

- 1、全国电梯行业销售产值分析
- 2、全国电梯行业销售收入分析

第四节 中国电梯行业进出口市场分析

一、电梯行业出口市场分析

- 1、2015年出口总量分析
- 2、2015年出口结构分析
- 3、2015年出口区域分析

二、电梯行业进口市场分析

- 1、2015年进口总量分析
 - 2、2015年进口结构分析
 - 3、2015年进口区域分析
- 三、电梯行业进出口前景及建议

第四章 我国电梯行业整体运行指标分析

第一节 2014-2015年中国电梯行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2014-2015年中国电梯行业产销情况分析

- 一、我国电梯行业工业总产值
- 二、我国电梯行业工业销售产值
- 三、我国电梯行业产销率

第三节 2014-2015年中国电梯行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
 - 1、我国电梯行业销售利润率
 - 2、我国电梯行业成本费用利润率
 - 3、我国电梯行业亏损面
- 二、行业偿债能力分析
 - 1、我国电梯行业资产负债比率
 - 2、我国电梯行业利息保障倍数
- 三、行业营运能力分析
 - 1、我国电梯行业应收帐款周转率
 - 2、我国电梯行业总资产周转率
 - 3、我国电梯行业流动资产周转率
- 四、行业发展能力分析
 - 1、我国电梯行业总资产增长率
 - 2、我国电梯行业利润总额增长率
 - 3、我国电梯行业主营业务收入增长率
 - 4、我国电梯行业资本保值增值率

第五章 中国电梯行业下游应用市场需求分析

第一节 电梯行业需求影响因素分析

- 一、房地产市场分析
- 二、城市化进程分析
- 三、轨道交通建设分析
- 四、旧大楼加装或改装电梯
- 五、电梯出口预测稳步增长
- 六、维保服务市场重要性凸显

第二节 房地产领域电梯需求分析

- 一、房地产与电梯行业相关性分析
- 二、房地产行业对电梯的需求分析

1、住宅领域电梯需求分析

- (1) 住宅市场投资额分析
- (2) 住宅市场建设面积分析
- (3) 住宅地产电梯需求分析

2、商业地产电梯需求分析

- (1) 商业地产投资额分析
- (2) 商业地产建设面积分析
- (3) 商业地产电梯需求分析

第三节 交通基础设施领域电梯需求分析

- 一、轨道交通行业发展分析
- 二、轨道交通行业发展趋势
- 三、轨道交通市场电梯需求

第四节 电梯更新改造市场需求分析

- 一、电梯更新市场需求分析
- 二、电梯改造市场需求分析

第五节 电梯行业发展趋势与前景预测

- 一、行业发展趋势分析
- 二、行业发展前景预测

第三部分 电梯市场全景调研

第六章 中国电梯行业产品市场分析

第一节 电梯行业产品特征

第二节 按结构分产品市场分析

一、垂直电梯市场分析

- 1、垂直电梯市场规模分析
- 2、垂直电梯应用领域分析
- 3、垂直电梯需求规模预测

二、自动扶梯市场分析

- 1、自动扶梯市场规模分析
- 2、自动扶梯应用领域分析
- 3、自动扶梯需求规模预测

第三节 按速度分产品市场分析

一、中低速电梯市场分析

- 1、中低速电梯市场概况
- 2、中低速电梯发展趋势
- 3、中低速电梯需求前景

二、高速电梯市场分析

- 1、高速电梯市场概况
- 2、高速电梯发展趋势
- 3、高速电梯需求前景

第四节 节能电梯市场分析

一、节能电梯发展概况

- 1、节能电梯行业鉴定
- 2、节能电梯市场概况

二、节能电梯发展环境分析

- 1、电梯耗电量分析
- 2、政策支持节能电梯
- 3、节能电梯评估标准

三、电梯节能技术水平分析

- 1、电梯节能原理概述
- 2、电梯节能技术介绍
- 3、电梯节能技术应用

四、节能电梯推广存在难度

五、节能电梯发展前景分析

1、节能电梯发展机遇分析

2、节能电梯节能效果分析

3、节能电梯发展前景预测

第七章 我国电梯行业营销趋势及策略分析

第一节 电梯行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、渠道建设方向

二、电梯营销环境分析与评价

1、国际环境下的电梯

2、企事业需求下的电梯

3、我国电梯市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 电梯行业营销策略分析

一、中国电梯营销概况

二、电梯营销策略探讨

1、中国电梯产品营销策略浅析

2、电梯新产品的市场推广策略

3、电梯细分产品营销策略分析

第三节 电梯营销的发展趋势

一、未来电梯市场营销的出路

二、中国电梯营销的趋势预测

第四节 电梯市场营销模式与面临的挑战

第四部分 电梯行业竞争格局分析

第八章 2016-2022年电梯行业竞争形势及策略

第一节 中国电梯行业竞争强度分析

- 一、现有电梯企业间的竞争分析
- 二、上游供应商的议价能力分析
- 三、下游购买者的议价能力分析
- 四、电梯业新进入者的威胁分析
- 五、电梯行业替代品的威胁分析

第二节 中国电梯行业品牌竞争分析

- 一、电梯企业品牌重要性分析
- 二、电梯行业品牌竞争格局分析
- 三、内外资电梯品牌对比分析
 - 1、品牌成熟度差异分析
 - 2、品牌产品技术差异分析
 - 3、外资品牌运作模式分析
 - 4、内资品牌认可度不断提高
- 四、内资电梯企业品牌提升方向

第三节 中国电梯行业竞争格局综述

- 一、电梯行业竞争概况
 - 1、中国电梯行业品牌竞争格局
 - 2、电梯业未来竞争格局和特点
 - 3、电梯市场进入及竞争对手分析
- 二、中国电梯行业竞争力分析
 - 1、我国电梯行业竞争力剖析
 - 2、我国电梯企业市场竞争的优势
 - 3、民企与外企比较分析
 - 4、国内电梯企业竞争能力提升途径
- 三、中国电梯产品竞争力优势分析
 - 1、整体产品竞争力评价
 - 2、产品竞争力评价结果分析
 - 3、竞争优势评价及构建建议
- 四、电梯行业主要企业竞争力分析
 - 1、重点企业资产总计对比分析
 - 2、重点企业从业人员对比分析

- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

第四节 2014-2015年电梯行业竞争格局分析

- 一、2014-2015年国内外电梯竞争分析
- 二、2014-2015年我国电梯市场竞争分析
- 三、2014-2015年我国电梯市场集中度分析
- 四、2014-2015年国内主要电梯企业动向
- 五、2014-2015年国内电梯企业拟在建项目分析

第五节 电梯行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析

第六节 电梯市场竞争策略分析

第九章 2016-2022年电梯行业领先企业经营形势分析

第一节 苏州科达液压电梯有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业市场份额分析
- 四、企业产值和销售量分析
- 五、企业销售渠道及售后服务分析
- 六、企业优劣势分析
- 七、企业经营情况分析

第二节 东南电梯股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业市场份额分析
- 四、企业产值和销售量分析
- 五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第三节 上海永大电梯设备有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第四节 北京京城中奥电梯有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第五节 申龙电梯股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第六节 浙江恒达富士电梯有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第七节 东芝电梯（中国）有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第八节 上海三菱电梯有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第九节 沃克斯电梯（中国）有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第十节 德国沃克斯电梯有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第五部分 电梯行业发展前景展望

第十章 2016-2022年电梯行业前景及趋势预测

第一节 2016-2022年电梯市场发展前景

- 一、2016-2022年电梯市场发展潜力
- 二、2016-2022年电梯市场发展前景展望
- 三、2016-2022年电梯细分行业发展前景分析

第二节 2016-2022年电梯市场发展趋势预测

- 一、2016-2022年电梯行业发展趋势
 - 1、技术发展趋势分析
 - 2、产品发展趋势分析
 - 3、产品应用趋势分析
- 二、2016-2022年电梯市场规模预测
 - 1、电梯行业市场容量预测
 - 2、电梯行业销售收入预测
 - 三、2016-2022年电梯行业应用趋势预测
 - 四、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第三节 2016-2022年中国电梯行业供需预测

- 一、2016-2022年中国电梯行业供给预测
- 二、2016-2022年中国电梯行业产量预测
- 三、2016-2022年中国电梯市场销量预测
- 四、2016-2022年中国电梯行业需求预测
- 五、2016-2022年中国电梯行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2016-2022年电梯行业投资机会与风险防范

第一节 电梯行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、电梯行业投资现状分析

第二节 2016-2022年电梯行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、电梯行业投资机遇

第三节 2016-2022年电梯行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、宏观经济波动风险及防范
- 四、关联产业风险及防范
- 五、产品结构风险及防范
- 六、其他风险及防范

第四节 中国电梯行业投资建议

- 一、电梯行业未来发展方向
- 二、电梯行业主要投资建议
- 三、中国电梯企业融资分析
 - 1、中国电梯企业IPO融资分析
 - 2、中国电梯企业再融资分析

第六部分 电梯行业发展战略研究

第十二章 电梯行业发展战略研究

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、营销品牌战略
- 四、竞争战略规划

第二节 对我国电梯品牌的战略思考

- 一、电梯品牌的重要性
- 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

第三节 电梯经营策略分析

- 一、电梯市场细分策略
- 二、电梯市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划

第四节 电梯行业投资战略研究

- 一、2014年电梯行业投资战略
- 二、2016-2022年电梯行业投资战略
- 三、2016-2022年细分行业投资战略

第十三章 研究结论及投资建议

第一节 电梯行业研究结论及建议

第二节 电梯子行业研究结论及建议

第三节 电梯行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/dianli/S57750OBEI.html>