

2018-2024年中国电梯行业 前景研究与市场分析预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国电梯行业前景研究与市场分析预测报告》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.chinairr.org/report/R05/R0502/201803/16-255401.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

电梯是指以动力驱动，利用沿刚性导轨运行的箱体或者沿固定线路运行的梯级（踏步），进行升降或者平行运送人、货物的机电设备，电梯包括垂直运行的电梯、倾斜方向运行的自动扶梯、倾斜或水平方向运行的自动人行道。

近几年我国电梯行业保有量情况如下图所示：

2008-2015年中国电梯行业保有量情况 资料来源：国家质检总局

本电梯行业研究报告共十六章，是中国产业研究报告网公司的研究成果，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。中国产业研究报告网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。本中国电梯行业研究报告是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。

本研究咨询报告由中国产业研究报告网公司领衔撰写，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、中国产业研究报告网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。

报告揭示了中国电梯行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国电梯行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国电梯行业发展前景预测。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 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	27
三、行业中外市场成熟度对比	28
四、行业及其主要子行业成熟度分析	29

第二章 电梯行业技术发展分析 31

第一节 行业技术发展现状 31

一、2013年中国首创电梯能量回馈装置	31
二、我国电梯行业标准	31
三、超高速电梯技术发展的难题	37
四、2013年节能环保成电梯技术的焦点	38
五、2015-2016年电梯技术发展情况分析	55

第二节 电梯技术的发展趋势分析 92

一、智能大厦电梯发展趋势	92
二、智能建筑电梯监控技术方向	93
三、电梯技术的整体发展趋势	95
四、电梯驱动技术的发展趋势	97
五、2015年电梯技术发展趋势	99

第三章 国外电梯行业发展分析 100

第一节 全球电梯产业发展格局分析 100

一、2015年市场发展现状分析	100
二、2015年市场竞争格局分析	101
三、2015年全球市场发展特点	102

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	109
三、美国电梯产业发展趋势分析	112

第三节 日本电梯产业发展分析 112

一、2015年日本电梯产业发展现状	112
二、日本电梯产业优势和劣势分析	114

三、日本电梯产业发展趋势分析	116
第四章 中国电梯行业发展分析	117
第一节 2015年中国电梯行业发展状况	117
一、2015-2016年电梯行业发展状况分析	117
二、2015年中国电梯行业发展动态	120
三、2015-2016年电梯行业经营业绩分析	123
四、2015-2016年我国电梯行业发展热点	124
第二节 2015-2016年电梯行业发展机遇和挑战分析	126
一、2015-2016年电梯行业发展机遇分析	126
二、2015年国际经济环境对电梯行业影响	130
三、2015年国家投资对电梯行业影响	131
第三节 2015年中国电梯市场供需状况	133
一、2015年中国电梯市场供给能力	133
二、2015年中国电梯市场需求分析	134
三、2015中国电梯产品价格分析	136
第五章 电梯产业经济运行分析	138
第一节 2014年我国电梯行业经济运行分析	138
一、2014年我国电梯行业经济运行总述	138
二、2014年我国电梯产品销售情况	138
三、2014年我国电梯应收账款净额情况	139
四、2014年我国电梯产品出口交货值情况	139
五、2014年我国电梯各地区生产销售情况	139
第二节 2015年我国电梯行业经济运行分析	141
一、2015年我国电梯行业经济运行总述	141
二、2015年我国电梯产品销售情况	141
三、2015年我国电梯应收账款净额情况	141
四、2015年我国电梯产品出口交货值情况	142
五、2015年我国电梯各地区生产销售情况	142
第三节 2015年中国电梯产销分析	143
一、2015年中国电梯产量分析	143

二、2015年中国电梯产量区域格局与集中度分析 144

三、2015年中国电梯销量分析 146

第六章 我国电梯产业进出口分析 152

第一节 我国电梯进口分析 152

一、2014年进口总量分析 152

二、2014年进口结构分析 152

三、2014年进口区域分析 155

第二节 我国电梯出口分析 155

一、2014年出口总量分析 155

二、2014年出口结构分析 156

三、2014年出口区域分析 158

第三节 我国电梯进出口预测 159

一、2015年进口分析 159

二、2015年出口分析 162

三、2018-2024年进口预测 165

四、2018-2024年出口预测 165

第七章 中国电梯行业市场需求分析 167

第一节 影响电梯需求的主要因素分析 167

一、2015-2016年城镇人口以及人口密度 167

二、2015年国家房地产景气指数分析 168

三、2015年房地产市场运行情况分析 169

第二节 消费者对电梯的消费偏好分析 175

一、消费者电梯品牌偏好 175

二、电梯用户满意度调查 177

三、电梯用户满意度测评 177

四、电梯用户需求变化 179

第三节 电梯企业的营销策略分析 180

一、电梯销售人员的素质分析 180

二、电梯企业的销售管理分析 181

三、电梯企业的渠道创新策略分析 183

第四节 电梯差异化营销策略分析	185
一、创造客户就是创造差异	185
二、产品差异化、市场差异化和形象差异化	186
三、以市场调查、细分和定位为基础的差异化策略	187
第五节 电梯企业的跨媒体宣传策略	188
一、市场研究	188
二、目标用户购买行为研究	189
三、媒介研究	192
四、广告研究	193
第二部分 行业竞争格局	195
第八章 电梯行业竞争格局分析	195
第一节 中国电梯行业的发展周期	195
一、电梯行业的增长性与波动性	195
二、2015年电梯行业的经济周期	196
三、2015年电梯行业的成熟度	196
第二节 电梯行业竞争分析	198
一、国际市场发展现状	198
二、2015-2016年国际市场竞争分析	198
三、2015-2016年国内市场竞争分析	199
四、国际市场变化对国内市场影响分析	199
第三节 各类型电梯市场竞争分析	200
一、快速电梯销量迅猛	200
二、小机房电梯将全面替代普通电梯	201
三、无机房电梯的发展	202
四、观光电梯的选择	205
五、住宅电梯的价格和配置	206
第四节 2015-2016年我国电梯竞争分析	207
一、2015-2016年我国电梯品牌竞争分析	207
二、2015-2016年国内外电梯厂商竞争力对比	208
三、2014年我国电梯市场集中度分析	210
四、2014年国内主要电梯企业动向	211

五、2014年国内电梯拟在建项目分析 212

第九章 电梯企业竞争策略分析 214

第一节 电梯市场竞争策略分析 214

一、2016年电梯市场增长潜力分析 214

二、2016年电梯主要潜力品种分析 220

三、现有电梯产品竞争策略分析 221

四、潜力电梯品种竞争策略选择 222

五、典型企业产品竞争策略分析 222

第二节 电梯企业竞争策略分析 223

一、国际经济形势对电梯行业竞争格局的影响 223

二、全球经济下电梯行业竞争格局的变化 224

三、2018-2024年我国电梯市场竞争趋势 225

四、2018-2024年电梯行业竞争格局展望 225

五、2018-2024年电梯行业竞争策略分析 226

六、2018-2024年电梯企业竞争策略分析 227

第十章 国内电梯重点企业竞争分析 229

第一节 上海三菱电梯有限公司 229

一、企业概况 229

二、竞争优势分析 231

三、经营状况 232

四、2018-2024年发展战略 234

第二节 日立电梯(中国)有限公司 234

一、企业概况 234

二、竞争优势分析 236

三、经营状况 238

四、2018-2024年发展战略 239

第三节 奥的斯电梯公司 239

一、企业概况 239

二、竞争优势分析 241

三、经营状况 242

四、2018-2024年发展战略	243
第四节 通力电梯有限公司	243
一、企业概况	243
二、竞争优势分析	246
三、经营状况	247
四、2018-2024年发展战略	248
第五节 东芝电梯(中国)有限公司	248
一、企业概况	248
二、竞争优势分析	251
三、经营状况	252
四、2018-2024年发展战略	254
第六节 蒂森克虏伯集团	254
一、企业概况	254
二、竞争优势分析	258
三、经营状况	259
四、2018-2024年发展战略	260
第七节 迅达集团	261
一、企业概况	261
二、竞争优势分析	263
三、经营状况	263
四、2018-2024年发展战略	264
第八节 华升富士达电梯有限公司	265
一、企业概况	265
二、竞争优势分析	266
三、经营状况	267
四、2018-2024年发展战略	269
第三部分 行业前景预测	270
第十一章 电梯发展趋势分析	270
第一节 2015年电梯产业发展趋势分析	270
一、2015年电梯技术趋势	270
二、2015年电梯价格趋势	270

第二节 2018-2024年中国电梯行业发展趋势分析	271
一、2018-2024年中国电梯行业发展分析	271
二、2018-2024年中国电梯行业技术开发方向	272
第三节 2018-2024年中国电梯行业前景展望分析	277
一、电梯行业市场格局及竞争趋势展望	277
二、2018-2024年电梯行业经济效益分析	277
三、决定电梯企业市场竞争力的关键因素	278
第四节 未来电梯行业的发展重点	281
一、无齿轮电梯成主流	281
二、电梯节能潜力巨大	282
三、绿色电梯发展趋势	283
四、电梯性能提高趋势	283
五、电梯品牌整合趋势	284
六、用手机操控的电梯	285
第十二章 未来电梯行业发展预测	286
第一节 2018-2024年国际电梯市场预测	286
一、2018-2024年全球电梯行业产能预测	286
二、2018-2024年全球电梯市场需求前景	286
三、2018-2024年全球电梯市场价格预测	287
第二节 2018-2024年国内电梯市场预测	288
一、2018-2024年国内电梯行业产能预测	288
二、2018-2024年国内电梯行业产量预测	288
三、2018-2024年国内电梯市场需求前景	289
四、2018-2024年国内电梯市场价格预测	290
五、2018-2024年国内电梯行业集中度预测	291
第三节 2018-2024年电梯行业运行状况预测	291
一、2018-2024年行业工业总产值预测	291
二、2018-2024年行业销售收入预测	292
三、2018-2024年企业数量及变化趋势预测	293
四、2018-2024年行业利润指标及变化趋势预测	293
五、2018-2024年行业总资产预测	294

第四部分 投资战略研究	295
第十三章 电梯行业投资现状分析	295
第一节 2014年电梯行业投资情况分析	295
一、2014年总体投资及结构	295
二、2014年投资规模情况	296
三、2014年投资增速情况	296
四、2014年分行业投资分析	297
五、2014年分地区投资分析	297
六、2014年外商投资情况	298
第二节 2015年电梯行业投资情况分析	301
一、2015年总体投资及结构	301
二、2015年投资规模情况	301
三、2015年投资增速情况	302
四、2015年分行业投资分析	303
五、2015年分地区投资分析	303
六、2015年外商投资情况	304
第十四章 电梯行业投资环境分析	307
第一节 经济发展环境分析	307
一、2015-2016年我国宏观经济运行情况	307
二、2018-2024年我国宏观经济形势分析	309
三、2018-2024年投资趋势及其影响预测	311
第二节 政策法规环境分析	315
一、2015年电梯行业政策环境	315
二、2015年国内宏观政策对其影响	321
三、2015年行业产业政策对其影响	322
第三节 社会发展环境分析	323
一、国内社会环境发展现状	323
二、2015年社会环境发展分析	335
三、2018-2024年社会环境对行业的影响分析	336

第十五章 电梯行业投资机会与风险 338

第一节 电梯行业投资效益分析 338

一、2015-2016年电梯行业投资状况分析 338

二、2018-2024年电梯行业投资效益分析 339

三、2018-2024年电梯行业投资趋势预测 339

四、2018-2024年电梯行业的投资方向 340

五、2018-2024年电梯行业投资的建议 341

六、新进入者应注意的障碍因素分析 349

第二节 影响电梯行业发展的主要因素 350

一、2018-2024年影响电梯行业运行的有利因素分析 350

二、2018-2024年影响电梯行业运行的稳定因素分析 351

三、2018-2024年影响电梯行业运行的不利因素分析 351

四、2018-2024年我国电梯行业发展面临的挑战分析 352

五、2018-2024年我国电梯行业发展面临的机遇分析 352

第三节 电梯行业投资风险及控制策略分析 355

一、2018-2024年电梯行业市场风险及控制策略 355

二、2018-2024年电梯行业政策风险及控制策略 355

三、2018-2024年电梯行业经营风险及控制策略 356

四、2018-2024年电梯行业技术风险及控制策略 357

五、2018-2024年电梯同业竞争风险及控制策略 357

六、2018-2024年电梯行业其他风险及控制策略 358

第十六章 电梯行业投资战略研究 359

第一节 电梯行业发展战略研究 359

一、战略综合规划 359

二、技术开发战略 359

三、业务组合战略 359

四、区域战略规划 359

五、产业战略规划 360

六、营销品牌战略 360

七、竞争战略规划 360

第二节 对我国电梯品牌的战略思考 361

一、企业品牌的重要性	361
二、电梯实施品牌战略的意义	364
三、电梯企业品牌的现状分析	365
四、我国电梯企业的品牌战略	366
五、电梯品牌战略管理的策略	367
第三节 2018-2024年电梯行业投资战略研究	369
一、2016年装备制造行业投资战略	369
二、2016年我国电梯企业投资战略	370
三、2018-2024年电梯行业投资战略	380
四、2018-2024年细分行业投资战略	382

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/201803/16-255401.html>