

2018-2024年中国电梯行业 市场分析与投资方向研究报告

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年中国电梯行业市场分析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.chinairr.org/report/R05/R0502/201804/12-258162.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

近年来，我国电梯行业发展迅速。国内电梯企业的产品在技术、性能、质量和国外大企业几乎同步，与进口电梯相比具有明显的优势。中国电梯行业将像纺织、服装、电子、计算机等行业一样，成为全球电梯制造中心，进一步吸纳世界其他地区的电梯产能。

电梯行业主要投资建议：1)避免同质化。目前，电梯行业同质化现象日趋明显，主要表现为技术同质化以及营销策略的同质化，让电梯行业的发展遇到了瓶颈。比如，一项新的节能技术被一家电梯企业应用后，其他企业立刻就会效仿，技术得不到创新，行业也得不到快速发展。

从技术层面分析来看，节能技术、控制技术、安全技术以及新材料的应用等，将成为电梯企业的研究方向。为了响应国家节能减排政策，节能产品依然占据市场主导地位。另外，中国是人口大国，土地资源日趋珍贵，未来高层建筑增长将加快，对高速电梯需求量也会增加。目前，一座办公大楼往往需要安装几部电梯，因此，实现电梯智能化与具备群控系统也是需要企业深入研究的一项技术。长远看来，中国电梯市场还有很大的发展空间。

2)寻找新市场。全球金融危机引发的经济衰退将进一步显现出来，中国经济面临着复杂的国际、国内环境。目前，全国有超过400余家整机厂、800余家配件厂，在严峻的市场环境下，企业必须提高预见性，及时、清醒地认识自身在中国经济链条中所处的位置与环境。

从产品需求来看，住宅电梯、公共交通型自动扶梯、商用载客电梯将继续成为2017年电梯市场三大热点产品。从地域分析来看，中部、西部与环渤海经济区将继续成为2017年中国电梯需求量较大的区域。从整体城市需求来看，二、三线城市电梯需求增长将迅速加快。

以往，电梯企业更看好一线城市的市场，一方面是因为一线城市发展迅速，给电梯企业带来的市场空间较大。另一方面，因为一些地标性的建筑都集中在一线城市，为了提高品牌知名度，电梯企业也会花大力气去拿下这些标志性的工程。然而，如今看来二、三线城市发展速度相对更快，对电梯需求量与日俱增，特别是对于国产品牌而言，在挤入一线城市相对困难的时候，企业要多关注二、三线城市。

报告目录

第一章 电梯行业发展综述

1.1 电梯行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 主要产品/服务分类

1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位

1.2 电梯行业统计标准

1.2.1 统计部门和统计口径

1.2.2 主要统计方法介绍

1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

1.3 最近3-5年中国电梯行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中国电梯行业发展环境分析

2.1 电梯行业经济环境分析

2.1.1 2014-2017年宏观经济分析

2.1.2 2018-2024年宏观经济形势

2.1.3 宏观经济波动对行业影响

2.2 电梯行业社会环境分析

2.2.1 中国人口及就业环境分析

2.2.2 中国居民人均可支配收入

2.2.3 中国消费者消费习惯调查

2.3 电梯行业技术环境分析

2.3.1 行业的主要应用技术分析

2.3.2 行业信息化应用发展水平

2.3.3 互联网创新促进行业发展

第三章 中国电梯行业发展现状分析

3.1 中国电梯行业发展概况分析

3.1.1 中国电梯行业发展历程分析

3.1.2 中国电梯行业发展总体概况

- 3.1.3 中国电梯行业发展特点分析
- 3.2 中国电梯行业发展现状分析
 - 3.2.1 中国电梯行业市场规模
 - 3.2.2 中国电梯行业发展分析
 - 3.2.3 中国电梯企业发展分析
- 3.3 2018-2024年中国电梯行业面临的困境及对策
 - 3.3.1 中国电梯行业面临的困境及对策
 - 1、中国电梯行业面临困境
 - 2、中国电梯行业对策探讨
 - 3.3.2 中国电梯企业发展困境及策略分析
 - 1、中国电梯企业面临的困境
 - 2、中国电梯企业的对策探讨
 - 3.3.3 国内电梯企业的出路分析

第四章 中国电梯行业运行指标分析

- 4.1 中国电梯行业市场规模分析及预测
 - 4.1.1 2014-2017年中国电梯行业市场规模分析
 - 4.1.2 2018-2024年中国电梯行业市场规模预测
- 4.2 中国电梯行业市场供需分析及预测
 - 4.2.1 中国电梯行业市场供给分析
 - 1、2014-2017年中国电梯行业供给规模分析
 - 2、2018-2024年中国电梯行业供给规模预测
 - 4.2.2 中国电梯行业市场需求分析
 - 1、2014-2017年中国电梯行业需求规模分析
 - 2、2018-2024年中国电梯行业需求规模预测
- 4.3 中国电梯行业企业数量分析
 - 4.3.1 2014-2017年中国电梯行业企业数量情况
 - 4.3.2 2014-2017年中国电梯行业企业竞争结构
- 4.4 2014-2017年中国电梯行业财务指标总体分析
 - 4.4.1 行业盈利能力分析
 - 4.4.2 行业偿债能力分析
 - 4.4.3 行业营运能力分析

4.4.4 行业发展能力分析

第五章 中国电梯行业竞争格局分析

5.1 电梯行业竞争五力分析

5.1.1 电梯行业上游议价能力

5.1.2 电梯行业下游议价能力

5.1.3 电梯行业新进入者威胁

5.1.4 电梯行业替代产品威胁

5.1.5 电梯行业内部企业竞争

5.2 电梯行业竞争SWOT分析

5.2.1 电梯行业优势分析（S）

5.2.2 电梯行业劣势分析（W）

5.2.3 电梯行业机会分析（O）

5.2.4 电梯行业威胁分析（T）

第六章 中国电梯行业竞争企业分析

6.1 ***公司竞争力分析

6.1.1 企业发展基本情况

6.1.2 企业主要产品分析

6.1.3 企业竞争优势分析

6.1.4 企业经营状况分析

6.1.5 企业最新发展动态

6.2 ***公司竞争力分析

6.2.1 企业发展基本情况

6.2.2 企业主要产品分析

6.2.3 企业竞争优势分析

6.2.4 企业经营状况分析

6.2.5 企业最新发展动态

6.3 ***公司竞争力分析

6.3.1 企业发展基本情况

6.3.2 企业主要产品分析

6.3.3 企业竞争优势分析

6.3.4 企业经营状况分析

6.3.5 企业最新发展动态

6.4 ***公司竞争力分析

6.4.1 企业发展基本情况

6.4.2 企业主要产品分析

6.4.3 企业竞争优势分析

6.4.4 企业经营状况分析

6.4.5 企业最新发展动态

6.5 ***公司竞争力分析

6.5.1 企业发展基本情况

6.5.2 企业主要产品分析

6.5.3 企业竞争优势分析

6.5.4 企业经营状况分析

6.5.5 企业最新发展动态

第七章 2018-2024年中国电梯行业发展前景及趋势预测

7.1 2018-2024年中国电梯市场发展前景

7.1.1 2018-2024年电梯市场发展潜力

7.1.2 2018-2024年电梯市场发展前景展望

7.1.3 2018-2024年电梯细分行业发展前景分析

7.2 2018-2024年中国电梯市场发展趋势预测

7.2.1 2018-2024年电梯行业发展趋势

7.2.2 2018-2024年电梯行业应用趋势预测

7.2.3 2018-2024年细分市场发展趋势预测

7.3 2018-2024年中国电梯市场影响因素分析

7.3.1 2018-2024年电梯行业发展有利因素

7.3.2 2018-2024年电梯行业发展不利因素

7.3.3 2018-2024年电梯行业进入壁垒分析

第八章 2018-2024年中国电梯行业投资机会分析

8.1 电梯行业投资现状分析

8.1.1 电梯行业投资规模分析

- 8.1.2 电梯行业投资资金来源构成
- 8.1.3 电梯行业投资项目建设分析
- 8.1.4 电梯行业投资资金用途分析
- 8.1.5 电梯行业投资主体构成分析
- 8.2 电梯行业投资机会分析
 - 8.2.1 电梯行业产业链投资机会
 - 8.2.2 电梯行业细分市场投资机会
 - 8.2.3 电梯行业重点区域投资机会
 - 8.2.4 电梯行业产业发展的空白点分析

第九章 2018-2024年中国电梯行业投资风险预警

- 9.1 电梯行业风险识别方法分析
 - 9.1.1 专家调查法
 - 9.1.2 故障树分析法
 - 9.1.3 敏感性分析法
 - 9.1.4 情景分析法
 - 9.1.5 核对表法
 - 9.1.6 主要依据
- 9.2 电梯行业风险评估方法分析
 - 9.2.1 敏感性分析法
 - 9.2.2 项目风险概率估算方法
 - 9.2.3 决策树
 - 9.2.4 专家决策法
 - 9.2.5 层次分析法
 - 9.2.6 对比及选择
- 9.3 电梯行业投资风险预警
 - 9.3.1 2018-2024年电梯行业市场风险预测
 - 9.3.2 2018-2024年电梯行业政策风险预测
 - 9.3.3 2018-2024年电梯行业经营风险预测
 - 9.3.4 2018-2024年电梯行业技术风险预测
 - 9.3.5 2018-2024年电梯行业竞争风险预测
 - 9.3.6 2018-2024年电梯行业其他风险预测

第十章 2018-2024年中国电梯行业投资策略建议

10.1 提高电梯企业竞争力的策略

10.1.1 提高中国电梯企业核心竞争力的对策

10.1.2 电梯企业提升竞争力的主要方向

10.1.3 影响电梯企业核心竞争力的因素及提升途径

10.1.4 提高电梯企业竞争力的策略

10.2 对我国电梯品牌的战略思考

10.2.1 电梯品牌的重要性

10.2.2 电梯实施品牌战略的意义

10.2.3 电梯企业品牌的现状分析

10.2.4 我国电梯企业的品牌战略

10.2.5 电梯品牌战略管理的策略

10.3 电梯行业建议

10.3.1 行业发展策略建议

10.3.2 行业投资方向建议

10.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：电梯产业链分析

图表：电梯上游供应分布

图表：电梯下游需求领域

图表：电梯行业生命周期

图表：2014-2017年电梯行业市场规模分析

图表：2018-2024年电梯行业市场规模预测

图表：2014-2017年中国电梯行业供给规模分析

图表：2018-2024年中国电梯行业供给规模预测

图表：2014-2017年中国电梯行业需求规模分析

图表：2018-2024年中国电梯行业需求规模预测

图表：2014-2017年中国电梯行业企业数量情况

图表：2014-2017年中国电梯行业企业竞争结构

图表：2015-2017年国内生产总值及其增长速度

图表：2015-2017年居民消费价格涨跌幅度

图表：2017年居民消费价格比2016年涨跌幅度

图表：2015-2017年固定资产投资及其增长速度

图表：2015-2017年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2017年人口数及其构成

图表：2015-2017年农村居民收入及其增长速度

图表：2015-2017年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国电梯行业发展趋势预测

略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/201804/12-258162.html>