

2020年中国机械停车设备市场前景研究报告- 行业规模现状与发展潜力评估

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国机械停车设备市场前景研究报告-行业规模现状与发展潜力评估》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanongshebei/481749481749.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

2020年4月14日国务院常务会定了四件大事，其中包括加大城镇老旧小区改造力度，推动惠民生扩内需。今年各地计划改造城镇老旧小区3.9万个，涉及居民近700万户，比去年增加一倍。

老旧小区普遍存在“乱停车”“没车位”等问题，居民对维护、配建停车场的需求较大。针对老旧小区停车场改建，立体车库成为最佳选择。现在，市场上最典型、市占率最高且适合大型化发展的立体车库的主要有升降横移式、垂直循环式、简易升降式、垂直升降式等，这四种机型可供不同老旧小区选择。改造老旧小区常用2种方式，分别是垂直循环（3.5-4.5万/车位）和升降横移（5万以上）

改造老小区停车位常用2种方式

升降横移类

垂直循环类

概述

为两层或多层，以载车板升降或横移存取车辆的机械停车设备，停车设备市场份额在70%
2个地面可以放大8倍提供16个车位，直接在空地上就可以建，可以建9层，垂直方向做循环运动来存取车辆，停车设备市场份额在3-5%

优点

配置灵活，适应性较强，取车时间短，成本低，施工期短

省地，可省去大量购置土地的费用，建设周期短

缺点

必须留有至少一个空车位，链条牵动运行过程不具有防止倾斜坠落功能

设备结构复杂，没有完善的闭锁和监测系统，取车时间较长 资料来源：公开资料

我国日益增长的汽车消费与较为落后的停车配套之间存在矛盾，截至2019年我国汽车保有量达2.6亿辆，停车位缺口高达7000万个以上。随着汽车保有量的持续增长，泊位缺口还将进一步扩大，机械式停车设备市场空间广阔。

2010-2019年我国汽车保有量

数据来源：公开资料

2010-2019年我国新增机械式停车位数量

数据来源：公开资料

2013年以来，我国机械式停车设备销售规模持续提升。2019年，我国机械式停车设备销售规模为163.5亿元，同比增长1.0%。停车设备行业仍处于成长期，需求和政策双春风将

使设备厂商大幅受益。假设30%小区迫切需要加装立体停车设备，旧小区改造带来的停车设备需求，将带来2000亿市场空间。

2013-2019年我国机械停车设备销售规模及增速

数据来源：公开资料（TC）【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国媒体营销行业发展概述

第一节 媒体营销行业发展情况概述

一、媒体营销行业相关定义

二、媒体营销行业基本情况介绍

三、媒体营销行业发展特点分析

第二节 中国媒体营销行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、媒体营销行业产业链条分析

三、中国媒体营销行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国媒体营销行业生命周期分析

一、媒体营销行业生命周期理论概述

二、媒体营销行业所属的生命周期分析

第四节 媒体营销行业经济指标分析

一、媒体营销行业的赢利性分析

二、媒体营销行业的经济周期分析

三、媒体营销行业附加值的提升空间分析

第五节 中国媒体营销行业进入壁垒分析

一、媒体营销行业资金壁垒分析

二、媒体营销行业技术壁垒分析

三、媒体营销行业人才壁垒分析

四、媒体营销行业品牌壁垒分析

五、媒体营销行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球媒体营销所属行业市场发展现状分析

第一节 全球媒体营销行业发展历程回顾

第二节 全球媒体营销行业市场区域分布情况

第三节 亚洲媒体营销行业地区市场分析

一、亚洲媒体营销行业市场现状分析

二、亚洲媒体营销行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲媒体营销行业市场前景分析

第四节 北美媒体营销行业地区市场分析

一、北美媒体营销行业市场现状分析

二、北美媒体营销行业市场规模与市场需求分析

三、北美媒体营销行业市场前景分析

第五节 欧盟媒体营销行业地区市场分析

一、欧盟媒体营销行业市场现状分析

二、欧盟媒体营销行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟媒体营销行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界媒体营销行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球媒体营销行业市场规模预测

第三章 2017-2020年中国媒体营销所属产业发展环境分析

第一节 我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、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国媒体营销行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国媒体营销产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、媒体营销环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2017-2020年中国媒体营销所属行业运行情况

第一节 中国媒体营销行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国媒体营销行业市场规模分析

第三节 中国媒体营销行业供应情况分析

第四节 中国媒体营销行业需求情况分析

第五节 中国媒体营销行业供需平衡分析

第六节 中国媒体营销行业发展趋势分析

第五章 中国媒体营销所属行业运行数据监测

第一节 中国媒体营销所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国媒体营销所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国媒体营销所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国媒体营销市场格局分析

第一节 中国媒体营销行业竞争现状分析

一、中国媒体营销行业竞争情况分析

二、中国媒体营销行业主要品牌分析

第二节 中国媒体营销行业集中度分析

一、中国媒体营销行业市场集中度分析

二、中国媒体营销行业企业集中度分析

第三节 中国媒体营销行业存在的问题

第四节 中国媒体营销行业解决问题的策略分析

第五节 中国媒体营销行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国媒体营销行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国媒体营销行业消费特点

第二节 中国媒体营销行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 媒体营销行业成本分析

第三节 媒体营销行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第四节 中国媒体营销行业价格现状分析

第五节 中国媒体营销行业平均价格走势预测

一、中国媒体营销行业价格影响因素

二、中国媒体营销行业平均价格走势预测

三、中国媒体营销行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国媒体营销行业区域市场现状分析

第一节 中国媒体营销行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地媒体营销市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区媒体营销市场规模分析

四、华东地区媒体营销市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区媒体营销市场规模分析
- 四、华中地区媒体营销市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区媒体营销市场规模分析

第九章 2017-2020年中国媒体营销行业竞争情况

第一节 中国媒体营销行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国媒体营销行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国媒体营销行业竞争环境分析（媒体营销T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 媒体营销行业企业分析

第一节 中国传媒企业总体发展状况分析

- 一、传媒企业主要类型
- 二、传媒企业资本运作分析
- 三、传媒企业创新及品牌建设
- 四、传媒企业国际竞争力分析

五、传媒产业企业排名分析

第二节 中国领先传媒企业经营形势分析

一、北青传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

三、华闻传媒投资集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

四、广东广州日报传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

五、上海新华传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

六、湖南天舟科教文化股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

七、北方联合出版传媒（集团）股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

八、时代出版传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

九、安徽新华传媒股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

十、中南出版传媒集团股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

第十一章 2021-2026年中国媒体营销行业发展前景分析与预测

第一节 中国媒体营销行业未来发展前景分析

一、媒体营销行业国内投资环境分析

二、中国媒体营销行业市场机会分析

三、中国媒体营销行业投资增速预测

第二节 中国媒体营销行业未来发展趋势预测

第三节 中国媒体营销行业市场发展预测

一、中国媒体营销行业市场规模预测

二、中国媒体营销行业市场规模增速预测

三、中国媒体营销行业产值规模预测

四、中国媒体营销行业产值增速预测

五、中国媒体营销行业供需情况预测

第四节 中国媒体营销行业盈利走势预测

一、中国媒体营销行业毛利润同比增速预测

二、中国媒体营销行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国媒体营销行业投资风险与营销分析

第一节 媒体营销行业投资风险分析

一、媒体营销行业政策风险分析

二、媒体营销行业技术风险分析

三、媒体营销行业竞争风险分析

四、媒体营销行业其他风险分析

第二节 媒体营销行业企业经营发展分析及建议

- 一、媒体营销行业经营模式
- 二、媒体营销行业销售模式
- 三、媒体营销行业创新方向

第三节 媒体营销行业应对策略

- 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

第十三章 2021-2026年中国媒体营销行业发展策略及投资建议

第一节 中国媒体营销行业品牌战略分析

- 一、媒体营销企业品牌的重要性
- 二、媒体营销企业实施品牌战略的意义
- 三、媒体营销企业品牌的现状分析
- 四、媒体营销企业的品牌战略
- 五、媒体营销品牌战略管理的策略

第二节 中国媒体营销行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国媒体营销行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国媒体营销行业发展策略及投资建议

第一节 中国媒体营销行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国媒体营销行业定价策略分析

第二节中国媒体营销行业营销渠道策略

一、媒体营销行业渠道选择策略

二、媒体营销行业营销策略

第三节中国媒体营销行业价格策略

第四节行业分析师投资建议

一、中国媒体营销行业重点投资区域分析

二、中国媒体营销行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 (ZSAM)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国机械停车设备市场前景研究报告-行业规模现状与发展潜力评估》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/481749481749.html>