

2016-2022年中国电梯产业发展态势及十三五发展战略分析报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国电梯产业发展态势及十三五发展策略分析报告》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/zhuanyongshebei/245395245395.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

随着国内第三产业规模的不断扩大，带动我国办公楼及商业营业用房需求持续增长。2009年我国办公楼及商业营业用房新开工房屋面积分别为2,860.76万平方米和12,415.03万平方米，到2013年上述两类用房新开工房屋面积分别达到6,887.24万平方米和25,902.00万平方米，复合年增长率分别达到24.56%和20.18%，均保持较快增长。

中国报告网发布的《2016-2022年中国电梯产业发展态势及十三五发展策略分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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：

第一部分行业发展现状

第一章电梯行业发展概述

第一节电梯行业基本知识

一、电梯的定义及分类

二、自动扶梯分类概述

第二节电梯交通配置发展概况

一、电梯交通配置概念

二、电梯交通配置发展

第三节电梯行业发展成熟度分析

一、中国电梯发展历程

二、行业发展周期分析

三、行业中外市场成熟度对比

四、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章电梯行业技术发展分析

第一节行业技术发展现状

一、2013年中国首创电梯能量回馈装置

二、我国电梯行业标准

三、超高速电梯技术发展的难题

四、2013年节能环保成电梯技术的焦点

五、2014-2016年电梯技术发展情况分析

第二节电梯技术的发展趋势分析

一、智能大厦电梯发展趋势

二、智能建筑电梯监控技术方向

三、电梯技术的整体发展趋势

四、电梯驱动技术的发展趋势

五、2016年电梯技术发展趋势

第三章国外电梯行业发展分析

第一节全球电梯产业发展格局分析

一、2014年市场发展现状分析

二、2014年市场竞争格局分析

三、2014年全球市场发展特点

第二节美国电梯产业发展分析

一、2014年美国电梯产业发展现状

二、美国电梯产业优势和劣势分析

三、美国电梯产业发展趋势分析

第三节日本电梯产业发展分析

一、2014年日本电梯产业发展现状

二、日本电梯产业优势和劣势分析

三、日本电梯产业发展趋势分析

第四章中国电梯行业发展分析

第一节2014年中国电梯行业发展状况

一、2014-2016年电梯行业发展状况分析

二、2016年中国电梯行业发展动态

三、2013-2014年电梯行业经营业绩分析

四、2014-2016年我国电梯行业发展热点

第二节2014-2016年电梯行业发展机遇和挑战分析

一、2014-2016年电梯行业发展机遇分析

二、2014年国际经济环境对电梯行业影响

三、2014年国家投资对电梯行业影响

第三节2014年中国电梯市场供需状况

一、2014年中国电梯市场供给能力

二、2014年中国电梯市场需求分析

三、2014中国电梯产品价格分析

第五章电梯产业经济运行分析

第一节2013年我国电梯行业经济运行分析

一、2013年我国电梯行业经济运行总述

二、2013年我国电梯产品销售情况

三、2013年我国电梯应收账款总额情况

四、2013年我国电梯产品出口交货值情况

五、2013年我国电梯各地区生产销售情况

第二节2014年我国电梯行业经济运行分析

一、2014年我国电梯行业经济运行总述

二、2014年我国电梯产品销售情况

三、2014年我国电梯应收账款总额情况

四、2014年我国电梯产品出口交货值情况

五、2014年我国电梯各地区生产销售情况

第三节2013-2014年中国电梯产销分析

一、2013-2014年中国电梯产量分析

二、2013-2014年中国电梯产量区域格局与集中度分析

三、2013-2014年中国电梯销量分析

第六章我国电梯产业进出口分析

第一节我国电梯进口分析

一、2014年进口总量分析

二、2014年进口结构分析

三、2014年进口区域分析

第二节我国电梯出口分析

一、2014年出口总量分析

二、2014年出口结构分析

三、2014年出口区域分析

第三节我国电梯进出口预测

一、2016年进口分析

二、2016年出口分析

三、2016年进口预测

四、2016年出口预测

第七章中国电梯行业市场需求分析

第一节影响电梯需求的主要因素分析

一、2014-2016年城镇人口以及人口密度

二、2016年国家房地产景气指数分析

三、2016年房地产市场运行情况分析

第二节消费者对电梯的消费偏好分析

一、消费者电梯品牌偏好

二、电梯用户满意度调查

三、电梯用户满意度测评

四、电梯用户需求变化

第三节电梯企业的营销策略分析

一、电梯销售人员的素质分析

二、电梯企业的销售管理分析

三、电梯企业的渠道创新策略分析

第四节电梯差异化营销策略分析

一、创造客户就是创造差异

二、产品差异化、市场差异化和形象差异化

三、以市场调查、细分和定位为基础的差异化策略

第五节电梯企业的跨媒体宣传策略

一、市场研究

二、目标用户购买行为研究

三、媒介研究

四、广告研究

第二部分行业竞争格局

第八章电梯行业竞争格局分析

第一节中国电梯行业的发展周期

一、电梯行业的增长性与波动性

二、2014年电梯行业的经济周期

三、2014年电梯行业的成熟度

第二节电梯行业竞争分析

一、国际市场发展现状

二、2013-2014年国际市场竞争分析

三、2013-2014年国内市场竞争分析

四、国际市场变化对国内市场影响分析

第三节各类型电梯市场竞争分析

一、快速电梯销量迅猛

二、小机房电梯将全面替代普通电梯

三、无机房电梯的发展

四、观光电梯的选择

五、住宅电梯的价格和配置

第四节2013-2014年我国电梯竞争分析

一、2013-2014年我国电梯品牌竞争分析

二、2013-2014年国内外电梯厂商竞争力对比

三、2014年我国电梯市场集中度分析

四、2014年国内主要电梯企业动向

五、2014年国内电梯拟在建项目分析

第九章电梯企业竞争策略分析

第一节电梯市场竞争策略分析

一、2016年电梯市场增长潜力分析

二、2016年电梯主要潜力品种分析

三、现有电梯产品竞争策略分析

四、潜力电梯品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节电梯企业竞争策略分析

一、国际经济形势对电梯行业竞争格局的影响

二、全球经济下电梯行业竞争格局的变化

三、2016-2022年我国电梯市场竞争趋势

四、2016-2022年电梯行业竞争格局展望

五、2016-2022年电梯行业竞争策略分析

六、2016-2022年电梯企业竞争策略分析

第十章国内电梯重点企业竞争分析

第一节上海三菱电梯有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第二节日立电梯（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第三节奥的斯电梯公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第四节通力电梯有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第五节东芝电梯（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第六节蒂森克虏伯集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第七节迅达集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第八节华升富士达电梯有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第三部分行业前景预测

第十一章电梯发展趋势分析

第一节2016年电梯产业发展趋势分析

一、2016年电梯技术趋势

二、2016年电梯价格趋势

第二节2016-2022年中国电梯行业发展趋势分析

一、2016-2022年中国电梯行业发展分析

二、2016-2022年中国电梯行业技术开发方向

第三节2016-2022年中国电梯行业前景展望分析

一、电梯行业市场格局及竞争趋势展望

二、2016-2022年电梯行业经济效益分析

三、决定电梯企业市场竞争力的关键因素

第四节未来电梯行业的发展重点

一、无齿轮电梯成主流

二、电梯节能潜力巨大

三、绿色电梯发展趋势

四、电梯性能提高趋势

五、电梯品牌整合趋势

六、用手机操控的电梯

第十二章未来电梯行业发展预测

第一节2016-2022年国际电梯市场预测

一、2016-2022年全球电梯行业产能预测

二、2016-2022年全球电梯市场需求前景

三、2016-2022年全球电梯市场价格预测

第二节2016-2022年国内电梯市场预测

一、2016-2022年国内电梯行业产能预测

二、2016-2022年国内电梯行业产量预测

三、2016-2022年国内电梯市场需求前景

四、2016-2022年国内电梯市场价格预测

五、2016-2022年国内电梯行业集中度预测

第三节2016-2022年电梯行业运行状况预测

一、2016-2022年行业工业总产值预测

二、2016-2022年行业销售收入预测

三、2016-2022年企业数量及变化趋势预测

四、2016-2022年行业利润指标及变化趋势预测

五、2016-2022年行业总资产预测

第四部分投资战略研究

第十三章电梯行业投资现状分析

第一节2013年电梯行业投资情况分析

一、2013年总体投资及结构

二、2013年投资规模情况

三、2013年投资增速情况

四、2013年分行业投资分析

五、2013年分地区投资分析

六、2013年外商投资情况

第二节2014年电梯行业投资情况分析

一、2014年总体投资及结构

二、2014年投资规模情况

三、2014年投资增速情况

四、2014年分行业投资分析

五、2014年分地区投资分析

六、2014年外商投资情况

第十四章电梯行业投资环境分析

第一节经济发展环境分析

一、2013-2014年我国宏观经济运行情况

二、2016-2022年我国宏观经济形势分析

三、2016-2022年投资趋势及其影响预测

第二节政策法规环境分析

一、2014年电梯行业政策环境

二、2014年国内宏观政策对其影响

三、2014年行业产业政策对其影响

第三节社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2014年社会环境发展分析

三、2016-2022年社会环境对行业的影响分析

第十五章电梯行业投资机会与风险

第一节电梯行业投资效益分析

一、2013-2014年电梯行业投资状况分析

二、2016-2022年电梯行业投资效益分析

三、2016-2022年电梯行业投资趋势预测

四、2016-2022年电梯行业的投资方向

五、2016-2022年电梯行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节影响电梯行业发展的主要因素

一、2016-2022年影响电梯行业运行的有利因素分析

二、2016-2022年影响电梯行业运行的稳定因素分析

三、2016-2022年影响电梯行业运行的不利因素分析

四、2016-2022年我国电梯行业发展面临的挑战分析

五、2016-2022年我国电梯行业发展面临的机遇分析

第三节电梯行业投资风险及控制策略分析

一、2016-2022年电梯行业市场风险及控制策略

二、2016-2022年电梯行业政策风险及控制策略

三、2016-2022年电梯行业经营风险及控制策略

四、2016-2022年电梯行业技术风险及控制策略

五、2016-2022年电梯同业竞争风险及控制策略

六、2016-2022年电梯行业其他风险及控制策略

第十六章电梯行业投资战略研究

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、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

第二节对我国电梯品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

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

五、电梯品牌战略管理的策略

第三节2016-2022年电梯行业投资战略研究

一、2014年装备制造行业投资战略

二、2014年我国电梯行业投资战略

三、2016-2022年电梯行业投资战略

四、2016-2022年细分行业投资战略

图表目录：

图表：1900-2003年我国分阶段电梯拥有量及增长率

图表：2012-2013年我国扶梯产销量及所占比例

图表：2013年我国电梯内销和出口比例情况表

图表：2013年我国电梯内销和出口比例情况表

图表：2013-2014年我国电梯行业生产量及同比增长率

图表：2009、2014年全球电梯产销量及我国电梯产销量占全球比例

图表：2009、2014年全球电梯保有量及我国电梯保有量占全球比例

图表：2014年直梯使用地区比例图

图表：2009-2010年我国电梯事故发生次数及所占比例

图表：电梯安全隐患各因素所占比例

图表：我国电梯行业标准

图表：高层建筑按米数划分

图表：高层建筑按层数划分

图表：2014年上海电梯维修技师及高级技师所占比例

图表：2014年上海维修从业人员及需求量对比

图表：2012-2013年进出口对比

图表：2013年进出口比例概况

图表：2013年我国政府电梯采购金额

图表：2013年中国电梯采购地区分布图

图表：2012-2014年政府电梯采购量及同比增长率对比

图表：2013-2014年市场供给能力及增长率

图表：2013-2014年我国电梯市场保有量及增长率

图表：2014年部分国家电梯人均保有量

图表：2014年我国电梯销量按地区划分

图表：2014年政府电梯采购金额

图表：2014年政府电梯采购数量对比

图表：2014年电梯采购排名前六的省份采购金额对比

图表：2013-2014年福建省电梯采购金额及增产率对比

图表：2012-2013年电梯行业销售额对比

图表：2012-2013年产品销售利润对比

图表：2012-2013年电梯行业利润总额对比

图表：2013年我国电梯市场份额对比图

图表：2012-2013年我国电梯销量对比图

图表：2012-2014年政府电梯采购数量对比

图表：2012-2014年政府电梯采购金额对比

图表：2014年四大梯队市场份额对比

图表：2014年工程机械行业年报披露公司总体经营状况

图表：2013-2014年工程机械行业应收账款概况

图表：2014年中国电梯出口概况

图表：2014年电梯出口扶梯、客梯所占比例

图表：2013-2014年我国电梯出口量及增长率对比

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标全国合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标北京市合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标天津市合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标河北省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标山西省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标内蒙古合计

图表：201-2014年电梯行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标吉林省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标上海市合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标浙江省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标安徽省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标福建省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标江西省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标河南省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标湖北省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标湖南省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标广东省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标广西区合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标海南省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标重庆市合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标四川省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标云南省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标陕西省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标青海省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标新疆区合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标山东省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标江苏省合计

图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2013-2014年电梯产品产量全国统计

图表：2013-2014年电梯产品产量北京市统计

图表：2013-2014年电梯产品产量天津市统计

图表：2013-2014年电梯产品产量河北省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量内蒙古统计

图表：2013-2014年电梯产品产量辽宁省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量吉林省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量黑龙江统计

图表：2013-2014年电梯产品产量山西省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量上海市统计

图表：2013-2014年电梯产品产量江苏省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量浙江省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量安徽省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量福建省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量江西省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量山东省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量河南省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量湖北省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量湖南省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量广东省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量广西区统计

图表：2013-2014年电梯产品产量重庆市统计

图表：2013-2014年电梯产品产量海南省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量四川省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量云南省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量陕西省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量甘肃省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量青海省统计

图表：2013-2014年电梯产品产量宁夏区统计

图表：2013-2014年电梯产品产量新疆区统计

图表：2014年我国电梯进口情况分析

图表：2014年各月电梯进口情况分析

图表：我国工程机械进出口区域分布

图表：2013-2014年我国电梯行业产量分析

图表：2012-2014年我国电梯出口情况分析

图表：我国工程机械进出口洲际分布

图表：2014-2016年我国电梯进口情况分析

图表：2013-2016年我国电梯出口情况分析

图表：2014-2016年我国房地产投资增速情况分析

图表：2014-2016年我国房地产企业土地购置面积增速情况分析

图表：2014-2016年我国商品房额增速情况分析

图表：2014-2016年我国商品房面积增速情况分析

图表：2014-2016年我国房地产企业本年到位资金分析

图表：2016年1-3月份东中西部地区房地产开发投资情况

图表：2016年1-3月份东中西部地区商品房销售面积情况

图表：2016年1-3月份东中西部地区商品房销售额情况

图表：2016年1-3月份我国房地产开发投资情况

图表：2016年1-3月份我国房屋施工面积情况

图表：2016年1-3月份我国房屋竣工面积情况

图表：2014年消费者电梯品牌偏好分析

图表：2014年电梯用户满意度调查分析

图表：2014年电梯乘坐次数调查分析

图表：电梯乘坐的主要场所分析

图表：2009和2014年全球电梯销量

图表：2009和2014年全球电梯保有量情况

图表：部分国家和地区人均电梯保有量

图表：上海三菱电梯有限公司市场销售网络

图表：上海三菱电梯有限公司产品

图表：上海三菱电梯有限公司能量回馈原理简图

图表：2012-2014年上海三菱电梯有限公司营业收入

图表：2012-2014年上海三菱电梯有限公司销量

图表：2014年上海三菱电梯有限公司销量占全国销量比

图表：2012-2014年上海三菱电梯有限公司主营利润

图表：日立电梯（中国）有限公司服务销售网络

图表：2013-2014年日立电梯销售额

图表：2013-2014年日立电梯销量

图表：2014年日立电梯销量占全国比

图表：日立集团核心价值观

图表：2013-2014年通力电梯销售额

图表：2016-2022年全球电梯行业产能预测

图表：2016-2022年国内电梯行业产量预测

图表：2016-2022年行业工业总产值预测

图表：2016-2022年电梯行业销售收入预测

图表：2016-2022年企业数量及变化趋势预测

图表：2016-2022年行业利润指标及变化趋势预测

图表：2014年国内生产总值初步核算数据

图表：GDP环比增速

图表：2014年1月各地居民价格消费指数

图表：2014年1月消费者价格分类物价指数

图表：2014年2月各地居民价格消费指数

图表：2014年2月消费者价格分类物价指数

图表：2014年3月各地居民价格消费指数

图表：2014年3月消费者价格分类物价指数

图表：2014年4月各地居民价格消费指数

图表：2014年4月消费者价格分类物价指数

图表：2014年5月各地居民价格消费指数

图表：2014年5月消费者价格分类物价指数

图表：2014年6月各地居民价格消费指数

图表：2014年6月消费者价格分类物价指数

图表：2014年7月各地居民价格消费指数

图表：2014年7月消费者价格分类物价指数

图表：2014年8月各地居民价格消费指数

图表：2014年8月消费者价格分类物价指数

图表：2014年9月各地居民价格消费指数

图表：2014年9月消费者价格分类物价指数

图表：2014年10月各地居民价格消费指数

图表：2014年10月消费者价格分类物价指数

图表：2014年11月各地居民价格消费指数

图表：2014年11月消费者价格分类物价指数

图表：2014年12月各地居民价格消费指数

图表：2014年12月消费者价格分类物价指数

图表：2013-2014年城镇私营单位就业人员年平均工资及名义增速

图表：2000-2014年城镇非私营单位就业人员年平均工资及名义增速

图表：2014年城镇私营单位分地区就业人员年平均工资

图表：2014年城镇非私营单位分地区就业人员年平均工资

图表：2014年城镇私营单位分行业就业人员年平均工资

图表：2014年城镇非私营单位就业人员分行业年平均工资

图表：2014年城镇非私营单位分登记注册类型就业人员年平均工资

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/245395245395.html>