

2021-2027年中国电梯市场 深度分析与投资分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国电梯市场深度分析与投资分析报告》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.cction.com/report/202107/229440.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

电梯是指服务于建筑物内若干特定的楼层，其轿厢运行在至少两列垂直于水平面或与铅垂线倾斜角小于 15° 的刚性轨道运动的永久运输设备。也有台阶式，踏步板装在履带上连续运行，俗称自动扶梯或自动人行道。服务于规定楼层的固定式升降设备。垂直升降电梯具有一个轿厢，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。习惯上不论其驱动方式如何，将电梯作为建筑物内垂直交通运输工具的总称。按速度可分低速电梯（4米/秒以下）、快速电梯4~12米/秒)和高速电梯(12米/秒以上)。19世纪中期开始出现液压电梯，至今仍在低层建筑物上应用。1852年，美国的E.G.奥蒂斯研制出钢丝绳提升的安全升降机。80年代，驱动装置有进一步改进，如电动机通过蜗杆传动带动缠绕卷筒、采用平衡重等。19世纪末，采用了摩擦轮传动，大大增加电梯的提升高度。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国电梯市场深度分析与投资分析报告》共十六章。首先介绍了电梯行业市场发展环境、电梯整体运行态势等，接着分析了电梯行业市场运行的现状，然后介绍了电梯市场竞争格局。随后，报告对电梯做了重点企业经营状况分析，最后分析了电梯行业发展趋势与投资预测。您若想对电梯产业有个系统的了解或者想投资电梯行业，本报告是您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、2019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、2019年节能环保成电梯技术的焦点
- 五、2015-2019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、2019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、2019年市场发展现状分析
- 二、2019年市场竞争格局分析
- 三、2019年全球市场发展特点

第二节美国电梯产业发展分析

- 一、2019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、2019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2019年中国电梯行业发展状况

- 一、2015-2019年电梯行业发展状况分析
- 二、2019年中国电梯行业发展动态
- 三、2015-2019年电梯行业经营业绩分析
- 四、2015-2019年我国电梯行业发展热点

第二节2015-2019年电梯行业发展机遇和挑战分析

- 一、2015-2019年电梯行业发展机遇分析
 - (1) 产销量逐渐步入平稳增长阶段
- 二、2019年国际经济环境对电梯行业影响
- 三、2019年国家投资对电梯行业影响

第三节2019年中国电梯市场供需状况

- 一、2019年中国电梯市场供给能力
- 二、2019年中国电梯市场需求分析
- 三、2019年中国电梯产品价格分析

第五章电梯所属产业经济运行分析

第一节2019年我国电梯所属行业经济运行分析

- 一、2019年我国电梯所属行业经济运行总述
- 二、2019年我国电梯产品销售情况
- 三、2019年我国电梯应收账款净额情况
- 四、2019年我国电梯产品出口交货值情况
- 五、2019年我国电梯各地区生产销售情况

第二节2019年我国电梯所属行业经济运行分析

- 一、2019年我国电梯所属行业经济运行总述
- 二、2019年我国电梯产品销售情况
- 三、2019年我国电梯应收账款净额情况
- 四、2019年我国电梯产品出口交货值情况
- 五、2019年我国电梯各地区生产销售情况

第三节2019年中国电梯所属行业产销分析

- 一、2019年中国电梯产量分析
- 二、2019年中国电梯产量区域格局与集中度分析

三、2019年中国电梯销量分析

第六章我国电梯所属产业进出口分析

第一节我国电梯进口分析

一、2019年进口总量分析

二、2019年进口结构分析

三、2019年进口区域分析

第二节我国电梯出口分析

一、2019年出口总量分析

二、2019年出口结构分析

三、2019年出口区域分析

第三节我国电梯进出口预测

一、2019年进口分析

二、2019年出口分析

三、2021-2027年进口预测

四、2021-2027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、2015-2019年城镇人口以及人口密度

二、2019年国家房地产景气指数分析

三、2019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、2019年电梯行业的经济周期
- 三、2019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、2015-2019年国际市场竞争分析
- 三、2015-2019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2015-2019年我国电梯竞争分析

- 一、2015-2019年我国电梯品牌竞争分析
- 二、2015-2019年国内外电梯厂商竞争力对比
- 三、2019年我国电梯市场集中度分析
- 四、2019年国内主要电梯企业动向
- 五、2019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、2019年电梯市场增长潜力分析

二、2019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、2021-2027年我国电梯市场竞争趋势

四、2021-2027年电梯行业竞争格局展望

五、2021-2027年电梯行业竞争策略分析

六、2021-2027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、经营状况

四、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、经营状况

四、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、经营状况

四、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、经营状况

四、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、经营状况

四、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、经营状况

四、发展战略

第七节迅达集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、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、经营状况

四、发展战略

第十一章电梯发展趋势分析

第一节2019年电梯产业发展趋势分析

一、2019年电梯技术趋势

二、2019年电梯价格趋势

第二节2021-2027年中国电梯行业发展趋势分析

一、2021-2027年中国电梯行业发展分析

二、2021-2027年中国电梯行业技术开发方向

第三节2021-2027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、2021-2027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2021-2027年国际电梯市场预测

- 一、2021-2027年全球电梯行业产能预测
- 二、2021-2027年全球电梯市场需求前景
- 三、2021-2027年全球电梯市场价格预测

第二节2021-2027年国内电梯市场预测

- 一、2021-2027年国内电梯行业产能预测
- 二、2021-2027年国内电梯行业产量预测
- 三、2021-2027年国内电梯市场需求前景
- 四、2021-2027年国内电梯市场价格预测
- 五、2021-2027年国内电梯行业集中度预测

第三节2021-2027年电梯行业运行状况预测

- 一、2021-2027年行业工业总产值预测
- 二、2021-2027年行业销售收入预测
- 三、2021-2027年企业数量及变化趋势预测
- 四、2021-2027年行业利润指标及变化趋势预测
- 五、2021-2027年行业总资产预测

第十三章电梯行业投资现状分析

第一节2019年电梯行业投资情况分析

一、2019年总体投资及结构

二、2019年投资规模情况

三、2019年投资增速情况

四、2019年分行业投资分析

五、2019年分地区投资分析

六、2019年外商投资情况

第二节2019年电梯行业投资情况分析

一、2019年总体投资及结构

二、2019年投资规模情况

三、2019年投资增速情况

四、2019年分行业投资分析

五、2019年分地区投资分析

六、2019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、2015-2019年我国宏观经济运行情况

二、2021-2027年我国宏观经济形势分析

三、2021-2027年投资趋势及其影响预测

第二节政策法规环境分析

一、2019年电梯行业政策环境

二、2019年国内宏观政策对其影响

三、2019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、2019年社会环境发展分析

三、2021-2027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、2015-2019年电梯行业投资状况分析

二、2021-2027年电梯行业投资效益分析

三、2021-2027年电梯行业投资趋势预测

四、2021-2027年电梯行业的投资方向

五、2021-2027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、2021-2027年影响电梯行业运行的有利因素分析

二、2021-2027年影响电梯行业运行的稳定因素分析

三、2021-2027年影响电梯行业运行的不利因素分析

四、2021-2027年我国电梯行业发展面临的挑战分析

五、2021-2027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、2021-2027年电梯行业市场风险及控制策略

二、2021-2027年电梯行业政策风险及控制策略

三、2021-2027年电梯行业经营风险及控制策略

四、2021-2027年电梯行业技术风险及控制策略

五、2021-2027年电梯同业竞争风险及控制策略

六、2021-2027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2021-2027年电梯行业投资战略研究

一、2019年装备制造行业投资战略

二、2019年我国电梯企业投资战略

三、2021-2027年电梯行业投资战略

四、2021-2027年细分行业投资战略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/229440.html>