

2016-2022年中国电梯行业 深度研究与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国电梯行业深度研究与投资战略研究报告》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.abaogao.com/b/jixie/6684770KV7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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10年来，随着国民经济的持续发展、房地产行业的高速运行以及城镇化进程的加快推进，中国已经成为全球最大的电梯制造地和销售国。2003-2014年，中国的电梯保有量快速增加，从36.17万台增长至359.85万台，年均增速约20%。

受此推动，中国电梯制造业快速发展，电梯产量从2006年的16.8万台上升至2014年的70万台，年复合增长率约19.53%；电梯销量从2006年的16.7万台上升至2014年的65万台，年复合增长率约18.52%。

我国巨大的电梯市场需求，吸引了全世界几乎所有电梯企业的关注，全球各大知名品牌均已在国内建厂。同时，来自电梯市场的强劲需求也促进了我国民族品牌电梯整梯企业的迅速发展。随着经济一体化的加快，电梯产业的专业化分工越来越精细，越来越多的知名外资品牌电梯整梯厂商正逐步放弃电梯安全部件等零件的完全自产自配，转而在国内寻找合格的供应商进行采购，为其整梯系列产品配套。而国内电梯整梯厂商则往往由电梯安全部件厂商为其配套供应。

我国电梯行业的繁荣，带动了国内电梯安全部件企业的迅速壮大，在电梯安全部件领域内出现了以河北东方及本公司为代表的一批优秀内资配套供应商。此外，德国威特、西班牙塞维拉等一些优秀的电梯配件公司也在我国建立了合资企业。与整梯市场由外资品牌主导不同，由于目前除了少数高端电梯外，其余电梯零部件已经基本实现了国产化，因此国内安全部件行业由内资企业占据主导地位。这些企业在与电梯整梯厂商配套合作的过程中，通过不断自主研发和创新，技术水平和生产工艺已经接近或达到国际先进水平。国内电梯安全部件配套供应商规模的壮大和技术水平的提高，反过来又推动了我国电梯行业的进一步发展。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国电梯行业深度研究与投资战略研究报告》共十章。首先介绍了中国电梯行业市场发展环境、中国电梯整体运行态势等，接着分析了中国电梯行业市场运行的现状，然后介绍了中国电梯市场竞争格局。随后，报告对中国电梯做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国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 电梯行业发展回顾 14

1.1 电梯行业定义 14

1.2 中国电梯行业发展回顾 16

1.3 世界电梯行业发展回顾 18

第二章 中国电梯行业经济 政策 技术环境分析 22

2.1 中国电梯行业经济环境分析 22

2.1.1 GDP 22

2.1.2 工业形态 23

2.1.3 固定资产投资增长情况 26

2.1.4 进出口变化情况 30

2.1.5 存贷款利率调整 33

2.2 国家十三五规划解读 35

2.2.1 加快转变经济发展方式，开创科学发展新局面 35

2.2.2 坚持扩大内需战略，保持经济平稳较快发展 40

2.2.3 推进农业现代化，加快社会主义新农村建设 41

2.2.4 发展现代产业体系，提高产业核心竞争力 43

2.2.5 促进区域协调发展，积极稳妥推进城镇化 45

2.3 中国电梯行业政策环境分析 47

2.3.1 中国电梯行业相关国家政策分析 47

2.3.2 中国电梯行业相关国家标准分析 47

2.4 中国电梯行业技术环境分析 48

2.4.1 国际电梯行业技术发展分析 48

2.4.2 国内电梯行业技术现状分析 48

第三章 2016-2022年中国电梯行业发展状况分析与预测 50

3.1 2015-2016年中国电梯行业产销情况分析 50

3.1.1 2015-2016年中国电梯行业生产情况分析 50

3.1.2 2015-2016年中国电梯行业重点省市生产情况分析 51

3.1.3 2015-2016年中国电梯行业生产情况集中度分析 51

3.1.4 2015-2016年中国电梯行业需求情况分析 52

- 3.2 2016-2022年中国电梯行业产销情况预测 52
 - 3.2.1 2016-2022年中国电梯行业生产情况预测 52
 - 3.2.2 2016-2022年中国电梯行业需求情况预测 53
- 3.3 2015-2016年中国电梯行业财务能力分析 54
 - 3.3.1 电梯行业盈利能力分析 54
 - 3.3.2 电梯行业偿债能力分析 54
 - 3.3.3 电梯行业营运能力分析 55
 - 3.3.4 电梯行业发展能力分析 56

第四章 2015-2016年中国电梯行业区域市场运行状况分析 58

- 4.1 2015-2016年电梯行业区域结构分析 58
- 4.2 2015-2016年华东地区电梯行业市场运行状况分析 58
- 4.3 2015-2016年华南地区电梯行业市场运行状况分析 59
- 4.4 2015-2016年华北地区电梯行业市场运行状况分析 59
- 4.5 2015-2016年华中地区电梯行业市场运行状况分析 60
- 4.6 2015-2016年东北地区电梯行业市场运行状况分析 61
- 4.7 2015-2016年西南地区电梯行业市场运行状况分析 61
- 4.8 2015-2016年西北地区电梯行业市场运行状况分析 62

第五章 2016-2022年中国电梯行业进出口现状及预测 63

- 5.1 2015-2016年中国电梯行业进出口现状分析 63
 - 5.1.1 2015-2016年中国电梯行业进口现状分析 63
 - 5.1.2 2015-2016年中国电梯行业出口现状分析 63
- 5.2 2016-2022年中国电梯行业进出口预测 64
 - 5.2.1 2016-2022年中国电梯行业进口预测 64
 - 5.2.2 2016-2022年中国电梯行业出口预测 65
- 5.3 中国电梯行业进出口风险分析 65

第六章 2015-2016年中国电梯行业市场价格分析及预料 66

- 6.1 2015-2016年中国电梯行业市场价格走势分析 66
- 6.2 2016-2022年中国电梯行业市场价格变化趋势预测 66

第七章 2015-2016年中国电梯相关行业发展现状 67

7.1 中国电梯相关上游行业发展分析 67

7.2 中国电梯相关下游行业发展分析 72

第八章 近三年中国电梯行业重点企业分析 78

8.1 公司一 78

8.1.1 企业简介 78

8.1.2 企业主营业务 78

8.1.3 2015-2016年企业财务及经营状况分析 81

8.1.4 未来发展趋势 86

8.2公司二 87

8.2.1 企业简介 87

8.2.2 企业主营业务 87

8.2.3 2015-2016年企业财务及经营状况分析 88

8.2.4 未来发展趋势 94

8.3公司三 94

8.3.1 企业简介 94

8.3.2 企业主营业务 95

8.3.3 2015-2016年企业财务及经营状况分析 95

8.3.4 未来发展趋势 102

8.4 公司四 103

8.4.1 企业简介 103

8.4.2 企业主营业务 103

8.4.3 2015-2016年企业财务及经营状况分析 104

8.4.4 未来发展趋势 111

8.5公司五 112

8.5.1 企业简介 112

8.5.2 企业主营业务 112

8.5.3 2015-2016年企业财务及经营状况分析 113

8.5.4 未来发展趋势 120

8.6 公司六121

8.6.1 企业简介 121

8.6.2 企业主营业务 122

8.6.3 2015-2016年企业财务及经营状况分析 122

8.6.4 未来发展趋势 129

第九章 中国电梯行业营销调查分析 131

9.1 中国电梯行业营销模式调查 131

9.1.1 直销 131

9.1.2 代理经销 133

9.1.3 国际贸易 135

9.1.4 网络模式 135

9.2 中国电梯行业销售终端竞争调查 136

9.2.1 广告宣传 136

9.2.2 促销活动 137

9.2.3 价格竞争 137

9.3 中国电梯行业不同客户购买相关的态度及影响分析 138

9.3.1 价格影响程度分析 138

9.3.2 购买方便影响分析 139

9.3.3 广告影响程度分析 139

9.3.4 包装影响程度分析 140

第十章 2016-2022年中国电梯行业投资风险及前景预测 141

10.1 2016-2022年中国电梯行业投资风险分析 141

10.1.1 现有企业间的竞争 141

10.1.2 潜在进入者分析 141

10.1.3 替代品威胁分析 143

10.1.4 供应商议价能力 143

10.1.5 客户议价能力 144

10.2 2016-2022年中国电梯行业市场前景预测 144

10.2.1 2016-2022年中国电梯行业产能 产量预测 144

10.2.2 2016-2022年中国电梯行业需求量预测 145

10.3 ZY LZG研究结论及建议 145

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测

图表：电梯行业产业链

图表：2011-2015年我国电梯行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国电梯行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国电梯行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年电梯行业市场供给
图表：2011-2015年电梯行业市场需求
图表：2011-2015年电梯行业市场规模
图表：电梯所属行业生命周期判断
图表：电梯所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国电梯行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国电梯行业供给预测
图表：2016-2022年中国电梯行业需求预测
图表：2016-2022年中国电梯行业价格指数预测
图表：……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/6684770KV7.html>