

2017-2022年中国电梯维保行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国电梯维保行业发展现状分析及市场供需预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/323437.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

中国电梯市场增速显著放缓。电梯市场在过去十几年经历非常快速的增长，2010-2014年电梯市场复合增长率达到23%。其中2010年受益“四万亿”投资，单年增速达到40%，然而从2013年开始，电梯增速显著放缓，2016年电梯产量为77.6万台，增速仅为2%。与此同时，我们测算国内主要电梯公司产品价格2016年下降幅度在4%以上，国内2016年新梯制造市场规模或已经低于2015年的水平。2000-2016年中国电梯产量及增速

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 电梯维保行业相关概述	1
1.1	电梯维保行业定义及特点	1
1.1.1	电梯维保行业的定义	1
1.1.2	电梯维保行业服务特点	1
1.2	电梯维保行业相关分类	2
1.3	电梯维保行业盈利模式分析	2
第二章	2014-2016年中国电梯维保行业发展环境分析	3
2.1	电梯维保行业政治法律环境（P）	3
2.1.1	行业主管单位及监管体制	3
2.1.2	行业相关法律法规及政策	3
2.1.3	政策环境对行业的影响	3
2.2	电梯维保行业经济环境分析（E）	4
2.2.1	国际宏观经济分析	4
2.2.2	国内宏观经济分析	5
2.2.3	产业宏观经济分析	20
2.2.4	宏观经济环境对行业的影响分析	20
2.3	电梯维保行业社会环境分析（S）	21
2.3.1	人口发展变化情况	21
2.3.2	城镇化水平	23
2.3.3	居民消费水平及观念分析	23
2.3.4	社会文化教育水平	25
2.3.5	社会环境对行业的影响	28
2.4	电梯维保行业技术环境分析（T）	29
2.4.1	电梯维保技术分析	29
2.4.2	电梯维保技术发展水平	29
2.4.3	行业主要技术发展趋势	30
2.4.4	技术环境对行业的影响	30
第三章	全球电梯维保行业发展概述	32
3.1	2014-2016年全球电梯维保行业发展情况概述	32
3.1.1	全球电梯维保行业发展现状	32
3.1.2	全球电梯维保行业发展特征	33
3.1.3	全球电梯维保行业市场规模	33
3.2	2014-2016年全球主要地区电梯维保行业发展状况	34
3.2.1	欧洲电梯维保行业发展情况概述	34
3.2.2	美国电梯维保行业发展情况概述	35
3.2.3	日本电梯维保行业发展情况概述	35
3.3	2017-2022年全球电梯维保行业趋势预测分析	36
3.3.1	全球电梯维保行业市场规模预测	36
3.3.2	全球电梯维保行业趋势预测分析	36
3.3.3	全球电梯维保行业发展趋势分析	37
3.4	全球电梯维保行业重点企业发展动态分析	38
第四章	中国电梯维保行业发展概述	39
4.1	中国电梯维保行业发展状况分析	39
4.1.1	中国电梯维保行业发展概况	39
4.1.2	中国电梯维保行业发展特点	39
4.2	2014-2016年电梯维保行业发展现状	40
4.2.1	2014-2016年电梯维保行业市场规模	40
4.2.2	2014-2016年电梯维保行业发展现状	41
4.3	2017-2022年中国电梯维保行业面临的困境及对策	41
4.3.1		

电梯维保行业发展面临的瓶颈及对策分析	41	1、电梯维保行业面临的瓶颈	41
2、电梯维保行业发展对策分析	42	4.3.2 电梯维保企业发展存在的问题及对策	42
1、电梯维保企业发展存在的不足	42	2、电梯维保企业投资策略	43
中国电梯维保行业市场运行分析	45	5.1 市场发展现状分析	45
市场容量	47	5.2 2014-2016年中国电梯维保行业总体规模分析	48
企业数量结构分析	48	5.2.2 人员规模状况分析	49
行业市场规模分析	50	5.3 2014-2016年中国电梯维保行业市场供需分析	50
中国电梯维保行业供给分析	50	5.3.2 中国电梯维保行业需求分析	51
中国电梯维保行业供需平衡	51	5.4 2014-2016年中国电梯维保行业财务指标总体分析	52
5.4.1 行业盈利能力分析	52	5.4.2 行业偿债能力分析	52
5.4.4 行业发展能力分析	53	5.4.3 行业营运能力分析	52
垂直电梯市场	54	第六章 中国电梯维保行业细分市场调研	54
用途 乘客电梯、载货电梯、客货电梯、病床电梯、住宅电梯、杂物电梯、观光电梯、船用		6.1.1 市场发展特点分析	54
电梯、汽车电梯、建筑施工电梯等。		垂直电梯产品的分类 分类依据 产品分类	
曳引驱动电梯、液压电梯、直线电机驱动电梯、齿轮齿条驱动电梯、螺杆式电梯等。		驱动方式	
操纵控制方式		手柄开关操纵、按钮控制、信号控制、集选控制、并联控制、群控等。	
机房位置		上机房、下机房、侧机房和无机房（曳引系统和控制柜置于井道中）等。	
运行速度 低速梯（低于1.00米/秒速度的电梯）；中速梯（速度在1.00-2.5米/秒的电梯）；			
高速梯（速度大于3.00米/秒的电梯）。		6.1.2 目标消费群体	54
6.1.4 市场规模	55	6.1.3 主要业态现状	55
6.1.5 发展潜力	56	6.2 电动扶梯市场	56
6.2.2 目标消费群体	56	6.2.1 市场发展特点分析	56
6.2.3 主要业态现状	57	6.2.2 目标消费群体	56
6.2.4 市场规模	57	6.2.3 主要业态现状	57
6.2.5 发展潜力	57	6.3 自动人行道市场	58
6.3.1 市场发展特点分析	58	6.3.2 目标消费群体	58
6.3.3 主要业态现状	58	6.3.3 主要业态现状	58
6.3.4 市场规模	59	6.3.4 市场规模	59
6.3.5 发展潜力	59	6.4.1 细分市场评估结论	59
Sn 建议	59	6.4.2 细分市场建议	60
电梯维保行业消费市场调研	61	第七章 电梯维保行业营销模式分析	63
7.1 消费者偏好分析	61	8.1 营销策略组合理论分析	63
7.2 消费者主体分析	61	8.2 营销模式的基本类型分析	66
7.3 电梯维保行业品牌建设分析	61	8.3 电梯维保行业营销现状分析	70
7.4 影响电梯维保价格的关键因素分析	62	8.4 电梯维保行业电子商务的应用情况分析	71
7.4.1 成本	62	第九章 电梯维保行业商业模式分析	73
7.4.2 供需情况	62	9.1 商业模式的相关概述	73
7.4.3 其他	62	9.1.1 参考模型	73
第八章 电梯维保行业营销模式分析	63	9.1.2 成功特征	75
8.1 营销策略组合理论分析	63	9.1.3 历史发展	76
8.2 营销模式的基本类型分析	66	9.2 电梯维保行业商业模式的运行机制	77
8.3 电梯维保行业营销现状分析	70	9.2.1 定位	77
8.4 电梯维保行业电子商务的应用情况分析	71	9.2.2 业务系统	78
第九章 电梯维保行业商业模式分析	73	9.2.3 关键资源能力	78
9.1 商业模式的相关概述	73	9.2.4 盈利模式	79
9.1.1 参考模型	73	9.2.5 现金流结构	79
9.1.2 成功特征	75	9.2.6 企业价值	80
9.1.3 历史发展	76	9.3 电梯维保行业商业模式创新分析	80
9.2 电梯维保行业商业模式的运行机制	77	9.3.1 商业模式创新的内涵与特征	80
9.2.1 定位	77	9.3.2 商业模式创新的因素分析	81
9.2.2 业务系统	78	9.3.3 商业模式创新的目标与路径	82
9.2.3 关键资源能力	78		
9.2.4 盈利模式	79		
9.2.5 现金流结构	79		
9.2.6 企业价值	80		
9.3 电梯维保行业商业模式创新分析	80		
9.3.1 商业模式创新的内涵与特征	80		
9.3.2 商业模式创新的因素分析	81		
9.3.3 商业模式创新的目标与路径	82		

商业模式创新的实践与启示	84	9.3.5 2016年最具颠覆性创新的商业模式分析	85	9.3.6
电梯维保行业商业模式创新选择	86	第十章 中国电梯维保行业市场竞争格局分析	87	
10.1 中国电梯维保行业竞争格局分析	87	10.1.1 电梯维保行业区域分布格局	87	10.1.2
电梯维保行业企业规模格局	88	10.1.3 电梯维保行业企业性质格局	89	10.2
中国电梯维保行业竞争五力分析	89	10.2.1 电梯维保行业上游议价能力	89	10.2.2
电梯维保行业下游议价能力	89	10.2.3 电梯维保行业新进入者威胁	90	10.2.4
电梯维保行业替代产品威胁	90	10.2.5 电梯维保行业现有企业竞争	90	10.3
中国电梯维保行业竞争SWOT分析	90	10.3.1 电梯维保行业优势分析 (S)	90	10.3.2
电梯维保行业劣势分析 (W)	91	10.3.3 电梯维保行业机会分析 (O)	92	10.3.4
电梯维保行业威胁分析 (T)	92	10.4 中国电梯维保行业投资兼并重组整合分析	92	10.5
中国电梯维保行业重点企业竞争策略分析	92	第十一章		
中国电梯维保行业领先企业竞争力分析	95	11.1 康力电梯股份有限公司竞争力分析	95	
11.1.1 企业发展基本情况	95	11.1.2 企业业务发展情况	95	11.1.3 企业竞争优势分析
11.1.4 企业经营状况分析	97	11.1.5 企业最新发展动态	98	11.1.6 企业投资前景分析
11.2 江南嘉捷电梯股份有限公司竞争力分析	100	11.2.1 企业发展基本情况	100	11.2.2
企业业务发展情况	101	11.2.3 企业竞争优势分析	102	11.2.4 企业经营状况分析
11.2.5 企业最新发展动态	106	11.2.6 企业投资前景分析	107	11.3
沈阳远大智能工业集团股份有限公司竞争力分析	108	11.3.1 企业发展基本情况	108	
11.3.2 企业业务发展情况	109	11.3.3 企业竞争优势分析	110	11.3.4 企业经营状况分析
11.3.5 企业最新发展动态	115	11.3.6 企业投资前景分析	116	11.4
上海机电股份有限公司竞争力分析	117	11.4.1 企业发展基本情况	117	11.4.2
企业业务发展情况	118	11.4.3 企业竞争优势分析	119	11.4.4 企业经营状况分析
11.4.5 企业最新发展动态	121	11.4.6 企业投资前景分析	122	11.5
广州广日股份有限公司竞争力分析	123	11.5.1 企业发展基本情况	123	11.5.2
企业业务发展情况	124	11.5.3 企业竞争优势分析	125	11.5.4 企业经营状况分析
11.5.5 企业最新发展动态	131	11.5.6 企业投资前景分析	132	11.6
通用电梯股份有限公司竞争力分析	134	11.6.1 企业发展基本情况	134	11.6.2
企业业务发展情况	134	11.6.3 企业竞争优势分析	135	11.6.4 企业经营状况分析
11.6.5 企业最新发展动态	139	11.6.6 企业投资前景分析	140	11.7
安徽奥里奥克科技股份有限公司竞争力分析	140	11.7.1 企业发展基本情况	140	11.7.2
企业业务发展情况	141	11.7.3 企业竞争优势分析	142	11.7.4 企业经营状况分析
11.7.5 企业最新发展动态	146	11.7.6 企业投资前景分析	146	11.8
山西凯康电梯股份有限公司竞争力分析	147	11.8.1 企业发展基本情况	147	11.8.2
企业业务发展情况	148	11.8.3 企业竞争优势分析	150	11.8.4 企业经营状况分析
11.8.5 企业最新发展动态	152	11.8.6 企业投资前景分析	152	11.9

福建意昂机电股份公司竞争力分析	153	11.9.1 企业发展基本情况	153	11.9.2
企业业务发展情况	154	11.9.3 企业竞争优势分析	155	11.9.4 企业经营状况分析
11.9.5 企业最新发展动态	158	11.9.6 企业投资前景分析	159	11.10
安徽瑞格电梯服务股份有限公司竞争力分析	160	11.10.1 企业发展基本情况	160	11.10.2
企业业务发展情况	160	11.10.3 企业竞争优势分析	161	11.10.4 企业经营状况分析
11.10.5 企业最新发展动态	163	11.10.6 企业投资前景分析	164	第十二章
2017-2022年中国电梯维保行业发展趋势与前景分析	165			12.1
2017-2022年中国电梯维保市场趋势预测	165	12.1.1 2017-2022年电梯维保市场发展潜力		
12.1.2 2017-2022年电梯维保市场趋势预测展望	165		12.1.3	
2017-2022年电梯维保细分行业趋势预测分析	165		12.2	
2017-2022年中国电梯维保市场发展趋势预测	166		12.2.1	
2017-2022年电梯维保行业发展趋势	166	12.2.2 2017-2022年电梯维保市场规模预测		
12.2.3 2017-2022年细分市场发展趋势预测	167		12.3	
2017-2022年中国电梯维保行业供需预测	168		12.3.1	
2017-2022年中国电梯维保行业供给预测	168		12.3.2	
2017-2022年中国电梯维保行业需求预测	169		12.3.3	
2017-2022年中国电梯维保供需平衡预测	169	12.4 影响企业经营的关键趋势	170	12.4.1
行业发展有利因素与不利因素	170	12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测	171	
12.4.3 服务业开放对电梯维保行业的影响	171		12.4.4	
互联网+背景下电梯维保行业的发展趋势	171			第十三章
2017-2022年中国电梯维保行业行业前景调研	172	13.1 电梯维保行业投资现状分析	172	
13.2 电梯维保行业投资特性分析	172	13.2.1 电梯维保行业进入壁垒分析	172	13.2.2
电梯维保行业盈利模式分析	173	13.2.3 电梯维保行业盈利因素分析	173	13.3
电梯维保行业投资机会分析	174	13.3.1 产业链投资机会	174	13.3.2
细分市场投资机会	174	13.3.3 重点区域投资机会	175	13.3.4 产业发展的空白点分析
175	13.4 电梯维保行业投资前景分析	177	13.4.1 电梯维保行业政策风险	177
宏观经济风险	177	13.4.3 市场竞争风险	177	13.4.4 关联产业风险
技术研发风险	178	13.4.6 其他投资前景	178	13.5
“互联网+”与“双创”战略下企业的投资机遇	178	13.5.1 “互联网+”与“双创”的概述	178	
13.5.2 企业投资挑战和机遇	179	13.5.3 企业投资问题和投资前景研究	180	
1、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析			180	
2、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资前景研究探究	180		13.6	
电梯维保行业投资潜力与建议	181	13.6.1 电梯维保行业投资潜力分析	181	13.6.2
电梯维保行业最新投资动态	182	13.6.3 电梯维保行业投资机会分析	182	第十四章
2017-2022年中国电梯维保企业投资规划建议分析	183			14.1

企业投资规划建议制定基本思路	183	14.1.1 企业投资规划建议的特点	183	14.1.2
企业投资规划建议类型选择	183	14.1.3 企业投资规划建议制定程序	184	14.2
现代企业投资规划建议的制定	185	14.2.1 企业投资规划建议与总体战略的关系	185	
14.2.2 产品不同生命周期阶段对制定企业投资规划建议的要求	186	14.2.3		
企业投资规划建议的选择	186	14.3 电梯维保企业战略规划策略分析	187	14.3.1
战略综合规划	187	14.3.2 技术开发战略	188	14.3.2
产业战略规划	188	14.3.3 区域战略规划	188	14.3.4
14.3.5 营销品牌战略	189	14.3.6 竞争战略规划	190	第十五章
研究结论及建议	192	(AK WZY) 15.1 研究结论	192	15.2 建议
企业投资策略建议	192	15.2.2 行业投资方向建议	193	15.2.3 行业投资方式建议
193				
部分图表目录：		图表：2012-2016年国内生产总值及其增长速度		5
图表：2012-2016年三次产业增加值占国内生产总值比重				5
图表：2016年人口数及其构成	6	图表：2012-2016年城镇新增就业人数		6
图表：2012-2016年全员劳动生产率	7	图表：2016年居民消费价格月度涨跌幅度		7
图表：2016年居民消费价格比2015年涨跌幅度				8
图表：2016年新建商品住宅月环比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况				8
图表：2012-2016年全国一般公共预算收入	9	图表：2012-2016年国家外汇储备		9
图表：2012-2016年全部工业增加值及增长速度				10
图表：2016年主要工业产品产量及其增长速度				11
图表：2012-2016年建筑业增加值及增长速度	12	图表：2012-2016年全社会固定资产投资		
13		图表：2016年按领域分固定资产投资（不含农户）占比		13
图表：2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度				14
图表：2016年固定资产投资新增主要生产与运营能力				14
图表：2016年房地产开发和销售主要指标及其增长速度				15
图表：2012-2016年全社会消费品零售总额	16	图表：2012-2016年货物进出口总额		17
图表：2016年货物进出口总额及其增长速度				17
图表：2016年主要商品出口数量、金额及其增长速度				18
图表：2016年主要商品进口数量、金额及其增长速度				18
图表：2016年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度				19
图表：2016年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度				19
图表：2016年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度				20
图表：2005-2016年中国人口总量及增速				22
图表：2007-2020年中国60岁以上人口数量及比重				22
图表：2012-2016年全国居民人均可支配收入及其增长速度				24
图表：2016年全国居民人均消费支出及其构成				24
图表：2012-2016年普通本专科、中等职业教育、普通高中招生人数				26

图表：2012-2016年研究与试验发展（R&D）经费支出及其增长速度	27
图表：2016年专利申请受理、授权和有效专利情况	27
图表：2014年全球电梯品牌市场占有率 32	32
图表：2014年全球各大洲电梯保有量	34
图表：2002-2016年中国电梯保有量及增速 40	40
图表：2014-2016年中国电梯保有量	47
图表：2016年中国电梯维保行业企业数量结构	48
图表：2014-2016年中国电梯维保行业人员规模	49
图表：2014-2016年中国电梯维保行业资产规模	49
图表：2014-2016年中国电梯维保行业市场规模	50
图表：2014-2016年中国电梯维保行业供给规模	50
图表：2014-2016年中国电梯维保行业需求规模	51
图表：2014-2016年中国电梯维保行业供需平衡分析	51
图表：2014-2016年中国电梯维保行业盈利能力分析	52
图表：2014-2016年中国电梯维保行业偿债能力分析	52
图表：2014-2016年中国电梯维保行业营运能力分析	52
图表：2014-2016年中国电梯维保行业发展能力分析	53
图表：2014-2016年中国垂直电梯维保行业市场规模	55
图表：2014-2016年中国电动扶梯维保行业市场规模	57
图表：2014-2016年中国自动人行道维保市场规模	59
图表：2016年中国电梯维保行业市场结构 60	60
图表：商业模式的运行机制	77
图表：中国电梯维保行业区域分布格局 87	87

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/323437.html>