

2014-2020年中国电梯改造 市场监测与发展前景预测报告

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

《2014-2020年中国电梯改造市场监测与发展前景预测报告》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/201409/112504.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

截至2012年年底，我国电梯保有量已达到245万台。其中，有相当一部分电梯老化严重，面临更新改造，这意味着旧梯更新改造这一细分市场将成为未来电梯企业开辟的一片蓝海。面对越来越大的电梯改造的市场，我国还没形成一套统一规定，电梯改造市场迄今出现不少问题。

随着社会进步的要求、国家标准的升级、电梯使用频繁度的加大，老旧电梯的性能已经很难完全满足现代社会舒适安全的楼宇交通出行。通过现代化更新，不仅可以使老旧电梯的系统安全性符合国家标准，同时可以实现电梯的系统化更新。

中企顾问网发布的《2014-2020年中国电梯改造市场监测与发展前景预测报告》共十一章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中企顾问网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及电梯改造专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国电梯改造行业作了详尽深入的分析，为电梯改造产业投资者寻找新的投资机会。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 电梯改造行业发展综述

第一节 电梯改造行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

第二节 电梯改造行业特征分析

一、产业链分析

二、电梯改造行业在国民经济中的地位

三、电梯改造行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、电梯改造行业生命周期

第三节 最近3-5年中国电梯改造行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 我国电梯改造行业运行分析

第一节 我国电梯改造行业发展状况分析

一、我国电梯改造行业发展阶段

二、我国电梯改造行业发展总体概况

三、我国电梯改造行业发展特点分析

四、我国电梯改造行业商业模式分析

第二节 2012-2014年电梯改造行业发展现状

一、2012-2014年我国电梯改造行业市场规模

二、2012-2014年我国电梯改造行业发展分析

三、2012-2014年中国电梯改造企业发展分析

第三节 区域市场分析

一、区域市场分布总体情况

二、2012-2014年重点省市市场分析

三、2012-2014年重点城市市场分析

第四节 电梯改造细分市场分析

一、细分市场特色

二、2012-2014年细分市场规模及增速

三、重点细分市场前景预测

第三章 我国电梯改造行业供求分析

第一节 国内市场需求分析

一、需求规模

二、需求结构

三、区域市场

第二节 国内市场供给分析

一、供给规模

二、供给结构

三、区域分布

第四章 电梯改造行业产业结构分析

第一节 电梯改造产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国电梯改造行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第五章 我国电梯改造行业产业链分析

第一节 电梯改造行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性

第二节 电梯改造上游行业分析

- 一、电梯改造成本构成
- 二、2012-2014年上游行业发展现状
- 三、2014-2020年上游行业发展趋势
- 四、上游行业对电梯改造行业的影响

第三节 电梯改造下游行业分析

- 一、电梯改造下游行业分布
- 二、2012-2014年下游行业发展现状
- 三、2014-2020年下游行业发展趋势
- 四、下游需求对电梯改造行业的影响

第六章 我国电梯改造行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、电梯改造行业竞争结构分析
- 1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、电梯改造行业企业间竞争格局分析

三、电梯改造行业集中度分析

四、电梯改造行业SWOT分析

第二节 中国电梯改造行业竞争格局综述

一、电梯改造行业竞争概况

1、中国电梯改造行业竞争格局

2、电梯改造行业未来竞争格局和特点

3、电梯改造市场进入及竞争对手分析

二、中国电梯改造行业竞争力分析

1、我国电梯改造行业竞争力剖析

2、我国电梯改造企业市场竞争的优势

3、国内电梯改造企业竞争能力提升途径

三、电梯改造市场竞争策略分析

第七章 电梯改造行业领先企业经营形势分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、企业优势分析

三、2012-2014年经营状况

四、2014-2020年发展规划

第二节 企业二

一、企业概况

二、企业优势分析

三、2012-2014年经营状况

四、2014-2020年发展规划

第三节 企业三

一、企业概况

二、企业优势分析

三、2012-2014年经营状况

四、2014-2020年发展规划

第四节 企业四

一、企业概况

二、企业优势分析

三、2012-2014年经营状况

四、2014-2020年发展规划

第五节 企业五

一、企业概况

二、企业优势分析

三、2012-2014年经营状况

四、2014-2020年发展规划

第六节 企业六

一、企业概况

二、企业优势分析

三、2012-2014年经营状况

四、2014-2020年发展规划

第七节 企业七

一、企业概况

二、企业优势分析

三、2012-2014年经营状况

四、2014-2020年发展规划

第八节 企业八

一、企业概况

二、企业优势分析

三、2012-2014年经营状况

四、2014-2020年发展规划

第九节 企业九

一、企业概况

二、企业优势分析

三、2012-2014年经营状况

四、2014-2020年发展规划

第十节 企业十

一、企业概况

二、企业优势分析

三、2012-2014年经营状况

四、2014-2020年发展规划

第八章 2014-2020年电梯改造行业投资前景

第一节 2014-2020年电梯改造市场发展前景

一、2014-2020年电梯改造市场发展潜力

二、2014-2020年电梯改造市场发展前景展望

三、2014-2020年电梯改造细分行业发展前景分析

第二节 2014-2020年电梯改造市场发展趋势预测

一、2014-2020年电梯改造行业发展趋势

二、2014-2020年电梯改造市场规模预测

三、2014-2020年细分市场发展趋势预测

第三节 2014-2020年中国电梯改造行业供需预测

一、2014-2020年中国电梯改造行业供给预测

二、2014-2020年中国电梯改造行业需求预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第九章 2014-2020年电梯改造行业投资环境分析

第一节 电梯改造行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 电梯改造行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 电梯改造行业社会环境分析

一、电梯改造产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、电梯改造产业发展对社会发展的影响

第十章 2014-2020年电梯改造行业投资机会与风险

第一节 电梯改造行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第二节 2014-2020年电梯改造行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第三节 2014-2020年电梯改造行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、供求风险及防范

三、宏观经济波动风险及防范

四、关联产业风险及防范

五、其他风险及防范

第十一章 电梯改造行业投资战略研究

第一节 电梯改造行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对我国电梯改造品牌的战略思考

一、电梯改造品牌的重要性

二、电梯改造实施品牌战略的意义

三、电梯改造企业品牌的现状分析

四、我国电梯改造企业的品牌战略

五、电梯改造品牌战略管理的策略

第三节 电梯改造经营策略分析

一、电梯改造市场细分策略

二、电梯改造市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、电梯改造新产品差异化战略

第四节 电梯改造行业投资战略研究

一、2013年电梯改造行业投资战略

二、2014-2020年电梯改造行业投资战略

三、2014-2020年细分行业投资战略

图表目录

图表：电梯改造行业生命周期

图表：电梯改造行业产业链结构

图表：2012-2014年全球电梯改造行业市场规模

图表：2012-2014年中国电梯改造行业市场规模

图表：2012-2014年电梯改造行业重要数据指标

图表：2012-2014年中国电梯改造市场占全球份额比较

图表：2012-2014年电梯改造行业主营业务收入

图表：2012-2014年电梯改造行业主营业务成本

图表：2012-2014年电梯改造行业需求分析

图表：2012-2014年电梯改造行业集中度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201409/112504.html>