

中国钢丝绳市场格局调查与未来前景预测报告（2015-2020）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国钢丝绳市场格局调查与未来前景预测报告（2015-2020）》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/gangtie/197904197904.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

中国报告网发布的《中国钢丝绳市场格局调查与未来前景预测报告（2015-2020）》首先介绍了中国钢丝绳行业市场发展环境、中国钢丝绳整体运行态势等，接着分析了中国钢丝绳行业市场运行的现状，然后介绍了中国钢丝绳市场竞争格局。随后，报告对中国钢丝绳做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国钢丝绳行业发展趋势与投资预测。您若想对钢丝绳产业有个系统的了解或者想投资钢丝绳行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

1、电梯用钢丝绳的供求状况

（1）市场供求情况

随着中国电梯行业的蓬勃发展，电梯用钢丝绳的市场需求呈现良好的发展态势。目前，以江苏赛福天钢索股份有限公司、天津高盛钢丝绳有限公司和无锡通用钢绳有限公司为代表的国内电梯用钢丝绳生产企业是电梯用钢丝绳的主要供应商。部分国外钢丝绳优势制造商在高端电梯市场中具有较强影响力，但是，随着国内领先电梯用钢丝绳企业的技术水平和市场美誉度的不断提高，国内领先企业也在该领域逐步扩大市场份额。

从电梯用钢丝绳需求情况来看，电梯用钢丝绳市场主要包括新梯配套市场、在用梯维保市场和国际市场。具体情况如下：

A.新梯配套市场

电梯用钢丝绳的新梯配套需求主要由电梯行业的市场需求情况决定。随着我国城市化进程的加快、基础设施建设投入的持续增加，我国电梯行业呈现快速发展的态势。目前中国已经成为全球第一大电梯生产国和消费国，中国电梯产量占世界市场的一半以上。根据中国电梯协会统计，国内电梯产量为63.3万台，是2004年产量的5.75倍，2004-年复合增长率达21.46%。

B. 在用梯维保市场

作为电梯整机的消耗性材料，除配套电梯新梯整机外，电梯用钢丝绳还大量应用于在用梯维保市场。在用梯维保市场的需求量与国内电梯保有量以及钢丝绳的更新速度密切相关。根据中国电梯协会统计，截至末，国内电梯保有量已超过300万台。电梯保有量的庞大基础和电梯安全维保意识的逐步提高直接带动在用梯维保市场需求的巨大潜力。

随着国内社会对电梯运营维保环节的日益重视，在用梯维保市场具有良好的发展潜力。按照行业惯例，电梯用钢丝绳的平均使用寿命一般为3-5年，运营维保环节的强化保证了电梯用钢丝绳的合理更换频率。

C.国际市场

根据不同国家和地区的经济发展阶段和城市化进程的不同，电梯用钢丝绳的国际市场呈现多元化的需求。目前全球电梯保有量约为1,000万台，其中欧洲电梯保有量超过500万台，北美电梯保有量亦维持较高水平，在该等经济发达国家和地区，电梯市场已进入成熟期，新梯市场需求相对有限，而社会对于电梯安全维保的诉求较高，钢丝绳的需求以在用梯维

保市场的用绳需求为主。在俄罗斯、巴西、印度等新兴国家，随着城市化进程的加速和基础设施建设投入的不断提高，新梯市场呈现良好的发展潜力，根据预测，未来5年印度和巴西新梯市场年复合增长率分别为12%和5%，远高于欧美地区增速，新兴经济体新梯市场的发展带动了新梯配套用绳需求的良好增长。

除电梯用钢丝绳的直接出口外，部分钢丝绳通过与电梯整机出口配套的形式销售向国际市场。从2001-整体态势来看，电梯出口量总体呈现快速的增长趋势，根据国家海关统计，电梯出口量为65,968台，约为2001年的56倍。作为全球最大的电梯生产基地，在电梯出口量维持较高增长水平的态势下，中国的电梯用钢丝绳的配套出口亦将不断增长。

2、起重用钢丝绳的供求状况

起重用钢丝绳广泛应用于工程机械、港口码头、冶金矿山、电力石化、海洋工程等行业。起重用钢丝绳应用广泛的特性保证了下游市场庞大的需求基础；与此同时，作为下游应用领域的消耗性材料，起重用钢丝绳需要通过不断检测、定期更换，以保证工业生产运作的安全，其更换频繁的特性则进一步保证了下游市场需求的稳定性。随着下游客户对钢丝绳产品要求的不断提高，能提供兼具技术先进、品质可靠、价格合理等优点的特种钢丝绳产品的起重用钢丝绳生产商较为有限。

第一章 世界钢丝绳行业市场运行形势分析

第一节 全球钢丝绳行业发展概况

第二节 世界钢丝绳行业发展走势

二、全球钢丝绳行业市场分布情况

三、全球钢丝绳行业发展趋势分析

第三节 全球钢丝绳行业重点国家和地区分析

一、北美

二、亚洲

三、欧盟

第二章 中国钢丝绳产业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、中国宏观经济发展预测分析

第二节 钢丝绳行业主管部门、行业监管体

第三节 中国钢丝绳行业主要法律法规及政策

第四节 中国钢丝绳产业社会环境发展分析

第三章 中国钢丝绳产业发展现状

第一节 钢丝绳行业的有关概况

一、钢丝绳的定义

二、钢丝绳的特点

第二节 钢丝绳的产业链情况

一、产业链模型介绍

二、钢丝绳行业产业链分析

第三节 上下游行业对钢丝绳行业的影响分析

第四章 中国钢丝绳行业技术发展分析

第一节 中国钢丝绳行业技术发展现状

第二节 钢丝绳行业技术特点分析

第三节 钢丝绳行业技术发展趋势分析

第五章 中国钢丝绳产业运行情况

第一节 中国钢丝绳行业发展状况

一、2014年钢丝绳行业市场供给分析

二、2014年钢丝绳行业市场需求分析

三、2014年钢丝绳行业市场规模分析

第二节 中国钢丝绳行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第六章 中国钢丝绳市场运行情况

第一节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节 行业品牌现状分析

第三节 行业产品市场价格情况

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁

第七章 中国钢丝绳行业竞争情况

第一节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒 / 退出机制

四、行业周期

第二节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 行业国际竞争力比较

第八章 钢丝绳行业重点生产企业分析

第一节 江苏赛福天钢索股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 天津高盛钢丝绳有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 无锡通用钢绳有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 德国法尔福集团公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 东京制钢株式会社

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 贵州钢绳股份有限公司

第七节 江苏法尔胜股份有限公司

第八节 宁夏新日恒力钢丝绳股份有限公司

第九章 中国报告网关于钢丝绳行业发展预测分析

第一节 2015-2020年中国钢丝绳行业未来发展预测分析

一、中国钢丝绳行业发展方向及投资机会分析

二、2015-2020年中国钢丝绳行业发展规模分析

三、2015-2020年中国钢丝绳行业发展趋势分析

第二节 2015-2020年中国钢丝绳行业供需预测

一、2015-2020年中国钢丝绳行业供给预测

二、2015-2020年中国钢丝绳行业需求预测

第三节 2015-2020年中国钢丝绳行业价格走势分析

第十章 2015-2020年中国钢丝绳行业投资风险预警

第一节 中国钢丝绳行业存在问题分析

第二节 中国钢丝绳行业政策投资风险

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、原材料压力风险

五、经营管理风险

第十二章 2015-2020年中国钢丝绳行业发展策略及投资建议

第一节 钢丝绳行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 钢丝绳行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/gangtie/197904197904.html>