

2022年中国索道市场分析报告- 行业格局现状与投资定位研究

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《2022年中国索道市场分析报告-行业格局现状与投资定位研究》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568273.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），索道及观光车等特种设备行业属于“N水利、环境和公共设施管理业-N78公共设施管理业”。

1、行业监管体系及主管部门

我国对旅游业的管理采取政府部门监管和行业自律管理相结合的方式。其中，文化和旅游部是我国旅游业的国家监督管理机构，在国务院领导下，统筹负责我国文化事业、文化产业发展和旅游资源开发管理工作；下设省（自治区、直辖市）、地（市、州）、县（区、市）三级地方文化和旅游行政管理体系，地方各级文化和旅游厅（局）是当地旅游工作的行业管理部门，受同级地方政府和上一级文化和旅游厅（局）的双重领导，以地方政府领导为主，负责辖区内旅游行业管理工作。

中国旅游协会是旅游业的行业自律性组织，由中国旅游业的有关社团组织和企事业单位在平等自愿基础上组成的全国综合性旅游行业协会。中国旅游协会的业务范围主要包括：经政府有关部门批准，参与制定相关立法、政府规划、公共政策、行业标准和行业数据统计等事务；向会员宣传、介绍政府的有关法律法规政策，向有关政府部门反映会员的诉求，发挥对会员的行为引导、规则约束和权益维护作用；收集国内外与本行业有关的基础资料，开展行业规划、投资开发、市场动态等方面的调研，为政府决策和旅游行业的发展提供建议或咨询等。

除遵循常规旅游业行政管理体制外，对于在风景名胜区内从事经营活动的旅游企业，还需遵循风景名胜区管理体制。我国针对风景名胜区建立了国家建设行政主管部门、地方政府主管部门以及风景名胜区管理机构三级管理体制。国家建设行政主管部门负责全国风景名胜区的监督管理，省、自治区人民政府建设主管部门和直辖市人民政府风景名胜区主管部门，负责本行政区域内风景名胜区的监督管理。风景名胜区所在地县级以上地方人民政府设置的风景名胜区管理机构，负责风景名胜区的保护、利用和统一管理，具体包括监督执法管理、规划建设管理、经营服务管理、风景资源管理、景区游览管理、公共设施管理、宣教科研管理以及社区事务管理等方面。

根据原国家质检总局发布的《特种设备目录》，景区内索道、观光车属于特种设备范畴，日常监督管理部门为国家市场监督管理总局特种设备安全监察局，各省（自治区、直辖市）的市场监督管理局配合实施。索道、观光车正式运营需要取得当地主管部门核发的《特种设备使用登记证》。此外，索道正式运营还需取得国家客运架空索道安全监督检验中心核发的《安全检验合格》证书，该证书每年需要年检，三年进行一次全面检验。

2、行业主要法律法规及产业政策

（1）主要法律法规

我国针对旅游业出台的主要法律法规以及四川省出台的地方条例主要情况如下：

序号

法律法规名称

发布机构

发布/修订日期

1

《中华人民共和国旅游法》

全国人大常委会

2013年发布，2018年修正

2

《旅行社条例》

国务院

2009年发布，2020年修订

3

《风景名胜区条例》

国务院

2006年发布，2016年修订

4

《营业性演出管理条例》

国务院

2005年发布，2020年修订

5

《国家全域旅游示范区验收、认定和管理实施办法（试行）》

文化和旅游部

2019年发布，2020年修订

6

《文化和旅游规划管理办法》

文化和旅游部

2019年发布

7

《国家级旅游度假区管理办法》

文化和旅游部

2019年发布

8

《国家级文化生态保护区管理办法》

文化和旅游部

2018年发布

9

《旅游安全管理办法》

原国家旅游局

2016年发布

10

《旅游行政处罚办法》

原国家旅游局

2013年发布

11

《旅游资源保护暂行办法》

原国家旅游局

2007年发布

12

《世界文化遗产保护管理办法》

原文化部

2006年发布

13

《四川省风景名胜区条例》

四川省人大常委会

2010年发布

14

《四川省旅游条例》

四川省人大常委会

2006年发布，2012年修订

15

《四川省全域旅游示范区管理实施办法（试行）》

四川省文化和旅游厅

2020年发布

16

《四川省A级旅游景区文旅融合发展实施导则》

四川省文化和旅游厅

2020年发布

17

《青城山-都江堰风景名胜区总体规划（2017-2030）》

国务院

2017年发布

资料来源：观研天下整理

有关索道、观光车等特种设备的主要法律法规如下：

序号

法律法规名称

发布机构

发布/修订日期

1

《中华人民共和国特种设备安全法》

全国人大常委会

2013年发布

2

《特种设备安全监察条例》

国务院

2003年发布，2009年修订

3

《客运索道安全监督管理规定》

国家市场监督管理总局

2016年发布，2020年修订

4

《特种设备作业人员监督管理办法》

原国家质检总局

2005年发布，2011年修订

资料来源：观研天下整理

（2）主要产业政策

序号

政策名称

发布机构

发布时间

主要内容

1

《“十四五”文化和旅游发展规划》

文化和旅游部

2021年

坚持融合发展，以文塑旅、以旅彰文，完善文化和旅游融合发展的体制机制，推动文化和旅游更广范围、更深层次、更高水平融合发展，积极推进文化和旅游与其他领域融合互促，不断提高发展质量和综合效益。

2

《关于持续推进完善国有景区门票价格形成机制的通知》

国家发改委

2020年

在前期工作基础上，不断完善门票价格形成机制，继续推动景区门票降价，加强对景区内垄断性较强的交通车、缆车、游船等服务价格监管。

3

《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》

国务院

2019年

继续推动国有景区门票降价，鼓励打造中小型、主题性、特色类的文化旅游演艺产品；落实带薪休假制度，鼓励单位与职工结合工作安排和个人需要分段灵活安排带薪年休假、错峰休假；大力发展夜间文旅经济，鼓励有条件的旅游景区在保证安全、避免扰民的情况下开展夜间游览服务，丰富夜间文化演出市场。

4

《关于促进旅游演艺发展的指导意见》

文化和旅游部

2019年

鼓励发展中小型、主题性、特色类、定制类旅游演艺项目，形成多层次、多元化供给体系。推动旅游演艺经营主体与相关企业在创意策划、市场营销、品牌打造、衍生品开发等方面开展合作，打造跨界融合的产业集团。支持各类文艺院团、演出制作机构与演出中介机构、演出场所等以多种形式参与旅游演艺项目。

5

《产业结构调整指导目录》（2019年修订本）

国家发改委

2019年

将“旅游商品、旅游纪念品、旅游装备设备，以及休闲、登山、滑雪、潜水、探险等各类户外活动用品开发与营销服务；文化旅游、健康旅游、乡村旅游、生态旅游、海洋旅游、森林旅游、草原旅游、工业旅游、体育旅游、红色旅游、民族风情游及其他旅游资源综合开发、基础设施建设及信息等服务”列入鼓励类产业投资项目。

6

《关于促进全域旅游发展的指导意见》

国务院

2018年

加快旅游供给侧结构性改革，着力推动旅游业从门票经济向产业经济转变，从粗放低效方式向精细高效方式转变，从封闭的旅游自循环向开放的“旅游+”转变，从企业单打独享向社会共建共享转变，从景区内部管理向全面依法治理转变，从部门行为向政府统筹推进转变，从单一景点景区建设向综合目的地服务转变。

7

《关于完善国有景区门票价格形成机制降低重点国有景区门票价格的指导意见》

国家发改委

2018年

加强国有景区门票定价制度建设，以规范成本构成为核心，充分体现公共资源建设的国有景区公益属性，加快清理门票价格中的不合理负担，逐步创造条件推动国有景区门票价格回归合理区间。

8

《“十三五”全国旅游信息化规划》

国家旅游局

2017年

加快推进新一代信息技术在旅游业中的应用，不断创新旅游新模式，扩大旅游新供给、拓展旅游新领域、打造旅游新引擎，力争到2020年实现“信息服务集成化、市场营销精准化、产业运行数据化、行业管理智能化”四大目标。

9

《“十三五”全国旅游公共服务规划》

国家旅游局

2017年

加速推进旅游公共服务体系建设，全面构建与大众旅游新时代相匹配的旅游公共服务体系，推动旅游公共服务信息化、品质化、均等化、全域化、现代化、国际化发展，力争实现旅游公共服务“供给总量有效扩大、供给结构不断优化、运营绩效完善提升、均等发展实现突破、空间布局科学合理、体制机制健全完善”六大目标。

10

《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》

国务院

2015年

提出“实施旅游基础设施提升计划，改善旅游消费环境；实施旅游投资促进计划，开辟旅游消费市场”等6个方面共计26条具体措施促进旅游投资和消费，推动现代服务业发展，增加就

业和居民收入，提升人民生活品质。

11

《关于促进旅游业改革发展的若干意见》

国务院

2014年

树立科学旅游观、增强旅游发展动力、拓展旅游发展空间、优化旅游发展环境、完善旅游发展政策；力争到2020年，境内旅游总消费额达到5.5万亿元，城乡居民年人均出游4.5次，旅游业增加值占国内生产总值的比重超过5%。

12

《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》

国务院

2014年

着力推进文化创意和设计服务与旅游业等重点领域融合发展，提升旅游发展文化内涵。

13

《国民旅游休闲纲要（2013-2020年）》

国务院办公厅

2013年

从“保障国民旅游休闲时间、改善国民旅游休闲环境、推进国民旅游休闲基础设施建设、加强国民旅游休闲产品开发与活动组织、完善国民旅游休闲公共服务、提升国民旅游休闲服务质量”等方面推进国民旅游休闲体系建设。力争到2020年，职工带薪年休假制度基本得到落实，城乡居民旅游休闲消费水平大幅增长，与小康社会相适应的现代国民旅游休闲体系基本建成。

14

《关于鼓励和引导民间资本投资旅游业的实施意见》

国家旅游局

2012年

坚持旅游业向民间资本全方位开放、鼓励民间资本投资旅游业、提高民营旅游企业竞争力、为民间旅游投资创造良好环境、加强对民间投资的服务和管理，进一步发挥民间资本的重要作用，促进我国旅游业又好又快发展。

15

《关于金融支持旅游业加快发展的若干意见》

中国人民银行、国家发改委、国家旅游局等7部委

2012年

银行等金融机构要坚持区别对待、有扶有控的信贷原则，加强和改进对旅游业的信贷管理和服务。同时，要加强产品创新和制度创新，拓宽旅游企业的多元化融资渠道，支持旅游资源

丰富、管理体制清晰、符合国家旅游发展战略和发行上市条件的旅游企业上市融资；进一步改进旅游业支付结算服务，支持发展旅游消费信贷，规范发展旅游保险服务；完善旅游业外汇管理和服务，支持旅游企业“走出去”等。

16

《关于进一步做好旅游公共服务工作的意见》

国家旅游局

2012年

加快旅游公共信息服务体系、安全保障体系、交通便捷服务体系、惠民便民服务体系以及行政服务体系建设，实现旅游公共服务在东中西区域间、城乡间的统筹协调发展，全面提升旅游公共服务的质量和水平。

17

《关于支持文旅企业做好疫情防控有序复工复产的十条措施》

四川省文化和旅游厅

2020年

指导文旅企业与疫情防控部门建立协调联动机制，在落实防控措施、加强卫生管理、确保员工健康安全的前提下，合规、有序实现复工复产。引导各地争创文化和旅游消费试点城市、示范城市，研究制定促进文化和旅游消费的政策措施。适时有序开放旅游景区等，支持各地推出文旅消费券、惠民卡等措施，释放消费潜力。

18

《关于大力发展文旅经济加快建设文化强省旅游强省的意见》

中共四川省委、四川省人民政府

2019年

建设“十大”知名文旅精品，依托都江堰、东风堰等打造“大灌区”；支持企业通过挂牌上市等方式扩大直接融资比重，力争上市挂牌企业达到50户，把四川省建设成为社会主义核心价值观广泛践行、文化事业繁荣发展、文旅产业深度融合的文化高地和世界重要旅游目的地。

19

《关于进一步促进民营文化旅游企业健康发展的实施意见》

四川省文化和旅游厅

2019年

提出“拓宽投资领域、促进公平竞争、培育市场主体、支持市场拓展、降低准入门槛、鼓励创新创业、强化服务保障、优化金融服务、加强人才培养、加强统筹协调”等十条举措进一步促进民营文化旅游企业健康发展。

20

《四川省“十三五”旅游业发展规划》

四川省人民政府

2017年

提出要实施旅游规划引导、旅游产品开发带动、旅游扶贫示范、旅游基础和公共服务向乡村延伸、旅游商品开发和旅游人才培养等6大工程。力争到2020年，基本建成产业发达、产品丰富、设施完善、服务优良、安全有序、市场竞争力位居全国前列的旅游经济强省和世界重要旅游目的地，将旅游业发展成全省国民经济的战略性支柱产业。

21

《关于进一步加快旅游业改革发展的意见》

四川省人民政府

2016年

围绕建设旅游经济强省和世界重要旅游目的地的目标，从“增强旅游发展动力、拓展旅游发展空间、优化旅游发展环境、加强政策保障力度”等方面加强旅游产业发展和培育，力争“十三五”时期全省旅游总收入增速保持年均15%以上，入境旅游增速保持年均8%以上，到2020年全省旅游总收入在2015年基础上翻一番。

资料来源：观研天下整理（YZX）

观研报告网发布的《2022年中国索道市场分析报告-行业格局现状与投资定位研究》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方

向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国索道行业发展概述

第一节 索道行业发展情况概述

- 一、索道行业相关定义
- 二、索道行业基本情况介绍
- 三、索道行业发展特点分析
- 四、索道行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、索道行业需求主体分析

第二节 中国索道行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、索道行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国索道行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国索道行业生命周期分析

- 一、索道行业生命周期理论概述
- 二、索道行业所属的生命周期分析

第四节 索道行业经济指标分析

- 一、索道行业的赢利性分析
- 二、索道行业的经济周期分析
- 三、索道行业附加值的提升空间分析

第五节 中国索道行业进入壁垒分析

- 一、索道行业资金壁垒分析
- 二、索道行业技术壁垒分析
- 三、索道行业人才壁垒分析

四、索道行业品牌壁垒分析

五、索道行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球索道行业市场发展现状分析

第一节 全球索道行业发展历程回顾

第二节 全球索道行业市场区域分布情况

第三节 亚洲索道行业地区市场分析

一、亚洲索道行业市场现状分析

二、亚洲索道行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲索道行业市场前景分析

第四节 北美索道行业地区市场分析

一、北美索道行业市场现状分析

二、北美索道行业市场规模与市场需求分析

三、北美索道行业市场前景分析

第五节 欧洲索道行业地区市场分析

一、欧洲索道行业市场现状分析

二、欧洲索道行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲索道行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界索道行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球索道行业市场规模预测

第三章 中国索道产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国索道行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国索道产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国索道行业运行情况

第一节 中国索道行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国索道行业市场规模分析

第三节 中国索道行业供应情况分析

第四节 中国索道行业需求情况分析

第五节 我国索道行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国索道行业供需平衡分析

第七节 中国索道行业发展趋势分析

第五章 中国索道所属行业运行数据监测

第一节 中国索道所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国索道所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国索道所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章2018-2022年中国索道市场格局分析

第一节 中国索道行业竞争现状分析

一、中国索道行业竞争情况分析

二、中国索道行业主要品牌分析

第二节 中国索道行业集中度分析

一、中国索道行业市场集中度影响因素分析

二、中国索道行业市场集中度分析

第三节 中国索道行业存在的问题

第四节 中国索道行业解决问题的策略分析

第五节 中国索道行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章2018-2022年中国索道行业需求特点与动态分析

第一节 中国索道行业消费市场动态情况

第二节 中国索道行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 索道行业成本结构分析

第四节 索道行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国索道行业价格现状分析

第六节 中国索道行业平均价格走势预测

一、中国索道行业价格影响因素

二、中国索道行业平均价格走势预测

三、中国索道行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国索道行业区域市场现状分析

第一节 中国索道行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区索道市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区索道市场规模分析

四、华东地区索道市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区索道市场规模分析

四、华中地区索道市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区索道市场规模分析

四、华南地区索道市场规模预测

第五节 华北地区索道市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区索道市场规模分析

四、华北地区索道市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区索道市场规模分析

四、东北地区索道市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区索道市场规模分析

四、西部地区索道市场规模预测

第九章2018-2022年中国索道行业竞争情况

第一节 中国索道行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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

第二节 中国索道行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国索道行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 索道行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章2022-2027年中国索道行业发展前景分析与预测

第一节 中国索道行业未来发展前景分析

一、索道行业国内投资环境分析

二、中国索道行业市场机会分析

三、中国索道行业投资增速预测

第二节 中国索道行业未来发展趋势预测

第三节 中国索道行业市场发展预测

一、中国索道行业市场规模预测

二、中国索道行业市场规模增速预测

三、中国索道行业产值规模预测

四、中国索道行业产值增速预测

五、中国索道行业供需情况预测

第四节 中国索道行业盈利走势预测

一、中国索道行业毛利润同比增速预测

二、中国索道行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国索道行业投资风险与营销分析

第一节 索道行业投资风险分析

一、索道行业政策风险分析

二、索道行业技术风险分析

三、索道行业竞争风险分析

四、索道行业其他风险分析

第二节 索道行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2022-2027年中国索道行业发展战略及规划建议

第一节 中国索道行业品牌战略分析

- 一、索道企业品牌的重要性
- 二、索道企业实施品牌战略的意义
- 三、索道企业品牌的现状分析
- 四、索道企业的品牌战略
- 五、索道品牌战略管理的策略

第二节 中国索道行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国索道行业战略综合规划分析

- 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

第十四章2022-2027年中国索道行业发展策略及投资建议

第一节 中国索道行业产品策略分析

- 一、服务/产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国索道行业营销渠道策略

- 一、索道行业渠道选择策略

二、索道行业营销策略

第三节 中国索道行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国索道行业重点投资区域分析

二、中国索道行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568273.html>