

# 2020年中国电梯市场调研报告- 行业现状调查与发展趋势分析

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国电梯市场调研报告-行业现状调查与发展趋势分析》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/zhuanongshebei/518555518555.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

电梯，是指服务于建筑物内若干特定的楼层，其轿厢运行在至少两列垂直于水平面或与铅垂线倾斜角小于15°的刚性轨道运动的永久运输设备。其产业链上游主要为钢材、稀土与有色金属等原材料，下游主要应用于房地产及建筑等行业。

电梯行业产业链 资料来源：公开资料整理

上游方面：钢材为电梯行业的主要原材料，其价格波动能够一定程度上影响电梯企业的采购成本及盈利水平。

数据显示，2019年7月-2020年7月我国钢板材价格指数呈现先波动下降后波动上升趋势；2020年初受疫情影响，我国钢板材价格下滑幅度大；目前随着疫情防控工作取得良好成效，我国钢板材价格指数逐渐恢复到100点以上水平；而由于“十一”假期需求增加，社会库存量回升，大多数商家仍以降低库存为主，因此预计短期内我国钢材市场回升趋势将延续，钢板材价格指数也将呈上升趋势，电梯行业毛利率将受到影响。

2019年7月-2020年7月我国钢板材价格指数

数据来源：中国钢铁工业协会

现阶段，我国电梯行业上游相关企业主要有浙江西子富沃德电机有限公司、苏州金菱电气自动化有限公司、宁波欧菱电梯配件有限公司与湖州欧利亚机电科技有限公司等。

我国电梯行业上游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

浙江西子富沃德电机有限公司

生产、销售：机电配件、电器配件、电梯部件；铸造加工、销售：机械部件

1、设备与产能规模优势：公司现有各类加工设备300多台（套），其中包括机械手在内各类进口高端加工设备30多台（套）。主机生产流水线年产量可达30000台以上。是国内最大的永磁同步无齿轮曳引机制造基地。

2、质量认证优势：公司成立之初即顺利通过了ISO9001:2000质量体系认证，各系列产品以其无可挑剔的品质顺利通过了代表欧盟最高质量标准的“CE”认证。

3、技术与研发优势：公司技术研发团队占总人数的20%以上，并拥有中高级工程师50余人，在不断提升技术研发能力的同时，公司还与国内几家著名高校广泛开展多种形式的技术研发合作。

4、产品与生产优势：公司已经开发了三大系列、十多种产品，实现了产品系列化，生产规模化。

苏州金菱电气自动化有限公司

自动化仪器、仪表、机电一体化产品、计算机产品的技术开发、销售与服务，并提供以上产

品的安装、调试与维修服务；销售：低压电器及电气附件、五金机电

1、团队与项目经验优势：公司专业技术力量雄厚，拥有一支经验丰富的高素质技术队伍。已为众多行业设计、配套自动化工程方案，并承接各类成套电气控制项目及设备电气改造项目。

2、服务优势：为广大用户提供售前、售中、售后技术服务、技术咨询、技术开发及培训；维修各种进口、国产可编程控制器、变频调速器。

3、市场优势：现已成为汇川、默纳克、施耐德、叁菱等知名公司的战略合作伙伴及核心代理商。

宁波欧菱电梯配件有限公司

电梯零部件，电梯曳引机，自动扶梯驱动主机、轴承的制造、加工

1、技术与研发优势：近年来，公司研发成果斐然，共有100多项技术和产品获得国家专利授权。

2、设备与产能优势：拥有激光切割加工中心、智能焊接机器人、多工位加工中心、数控折弯机、大型级进式冲压设备、双闭式冲床、数控开槽机、自动化车削加工中心等多种先进的专业设备，具有年产门机20万台、层门200万套、安全部件2万套的年生产能力。

3、销售网络优势：公司已与国内外300多家电梯制造商建立了长期合作关系，销售网络覆盖了国内主要的电梯生产聚集区域，除宁波本部外，在有“电梯之乡”之称的浙江南浔建立了辐射长三角的销售物流中心，在华南、东北、华北设立销售分支机构，并拟以重庆为依托，建立辐射西南市场的销售公司。

湖州欧利亚机电科技有限公司

机械设备研发；钢压延加工；有色金属压延加工；特种设备销售

1、产品种类优势：涵盖乘客电梯、观光电梯、医用电梯、别墅电梯、自动扶梯等15个品种45个系列，可根据客户需求量身定制产品。

2、质量控制优势：服务过程中严格执行ISO9001、CE、CU-TR等国际质量标准。

3、产能规模优势：年产值15000台，拥有标准制造中心、研发中心、远程服务中心、试验塔台等系列完善设施。

4、市场优势：企业产品市场辽阔，远销欧洲、澳洲、东南亚等地。资料来源：公开资料整理

中游方面：近年来，得益于规模化优势，我国逐渐成为全球电梯生产与出口大国，电梯、自动扶梯及升降机产量与出口量不断上升；但同时由于我国电梯行业起步较晚，相关技术水平与国外相比仍存在一定差距，我国电梯高端产品仍依赖于进口，行业进口金额增长明显，出口金额反而快速下滑，呈负增长趋势。目前国内市场主要以低端电梯为主，但未来国内电梯制造业整体实力的提升，以及国家政策的监管加强，国内电梯行业趋于升级发展。

数据显示，2019年我国电梯行业产量为17.3万台，同比增长63%，截止到2020年H1，我国电梯行业产量为50万台；2020年受疫情影响，行业出口量有所增加但进口量有所下滑

，H1实现出口数量为52667台，同比增长25.8%，实现进口数量为1020台，同比下降13.8%；在金额方面，截止到2020年H1,我国电梯进口金额为4521万美元，出口金额为84141万美元。

2016-2020年H1我国电梯行业产量与出口量

数据来源：公开资料整理

2016-2020年H1我国电梯行业进出口金额增速

数据来源：公开资料整理

现阶段，我国电梯行业相关企业主要有通用电梯股份有限公司、奥的斯电梯(中国)投资有限公司、芬兰通力电梯中国有限公司等。

我国电梯行业相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

通用电梯股份有限公司

从事电梯、自动扶梯、自动人行道的产品研发、设计、制造、销售、安装、改造及维保业务

1、技术研发优势:具有循环通风功能的曳引式3200KG高负载安全缓冲性高速电梯、小角度自动扶梯等多项产品被认定为高新技术产品,获得61项专利，包括2项发明专利及59项实用新型专利。

2、营销网络优势：在国内市场方面，公司目前在全国各地设立了16家营销服务网点，与100多家经销商建立了良好的合作关系，营销网络覆盖全国20多个省市；在海外市场方面，公司大力开拓“一带一路”新兴市场，积极与海外营销伙伴开展合作，产品远销柬埔寨、印尼、孟加拉、越南、沙特、马来西亚、菲律宾、巴基斯坦、刚果等多个国家和地区。

3、管理优势：公司结合实际情况，完善了生产管理、采购管理、质量管理等方面的内控制度，在长期发展的过程中，为更好配合整体发展需要，多年来一直努力持续引进、创新各种先进管理理念和机制，不断提升管理效率。

奥的斯电梯(中国)投资有限公司

研究、开发、制造、安装、维修、保养、更新改造电梯

1、研发优势：分别在天津、北京、上海、广州、杭州、西安及苏州设有七家合资企业、四个制造基地，三个研发中心。

2、市场优势：是中国最大的电梯和扶梯生产商和服务商。

3、服务与项目经验优势：中国奥的斯电梯集团一直以国际一流的制造和技术能力为中国客户提供着整套的优质产品和完善服务；从北京最高的地标建筑---银泰中心到上海东方明珠电视塔，从天津电视塔到广州地铁站，从神舟发射塔到长江三峡工程，从为西安商业中心的地下通道打造的第一套扶梯系统到深入百姓生活的家乐福超市，中国奥的斯电梯集团为中国各大城市的建筑提供着完美的解决方案。

## 芬兰通力电梯中国有限公司

### 电梯制造

- 1、市场与销售网络优势：现已经成为中国电扶梯产业最大的供应商之一，拥有遍布全国的销售维保网络。
- 2、项目经验优势：在中国大陆承接了许多有影响力的项目，如：中国国家大剧院；中国国家体育场中国北京奥运村，中国首都机场扩建；上海虹桥机场扩建；上海国际金融中心等知名的标志性项目。
- 3、产品应用范围优势：适合不同档次的住宅楼宇，普通办公楼宇的新型电梯；适用于高档酒店，写字楼的豪华型电梯；商场宾馆中使用的标准型自动扶梯；运行与地铁机场等重载的自动扶梯和自动人行道；运行与地铁机场等重载的自动扶梯和自动人行道；根据客户要求定制及波浪型自动扶梯和电梯；适合需要的高速，中速，低速电梯，提供不同建筑楼宇的电梯解决方案。资料来源：公开资料整理

下游方面：在下游整梯销售中，我国电梯主要需求来自商业住宅，其次为写字楼、机场、轨道交通、酒店、商场等公共建筑。近年来，随着城镇化建设的不断深入，我国在基础设施建设和人居环境改善方面的投入不断加大，在此背景下，保障房建设、旧楼改造等项目的推进及老旧梯更新、维保市场的发展为我国电梯行业的发展注入了新的活力。

数据显示，截至到2020年1-9月我国商品房销售面积为117073万平方米，同比下降1.8%，但仍维持高位。

2016-2020年1-9月我国商品房销售面积与同比增长 数据来源：公开资料整理

现阶段，我国电梯行业下游相关企业主要有碧桂园集团、万科企业股份有限公司与恒大地产集团有限公司等。

### 我国电梯行业下游相关企业情况

#### 企业名称

#### 主营业务

#### 企业竞争优势

#### 碧桂园集团

物业发展、建安、装修、物业管理、物业投资、酒店开发和管理，以及现代农业、机器人。

- 1、品牌优势：2019年8月，入选2019年中国最佳董事会50强；“一带一路”中国企业100强榜单排名第11位；2019年12月，碧桂园集团入选2019中国品牌强国盛典榜样100品牌；2019年12月18日，人民日报发布中国品牌发展指数100榜单，碧桂园排名第15位。
- 2、产品多元化优势：碧桂园提供多元化的产品以切合不同市场的需求。各类产品包括联体住宅及洋房等住宅区项目以及车位及商铺。
- 3、市场优势：除广东省外，碧桂园已于25个省/直辖市/自治区的多个策略性挑选地区拥有物业开发项目。

#### 万科企业股份有限公司

## 住宅开发和物业服务

1、市场优势：万科连续六年蝉联中国第一地产公司

2、质量优势：公司严守“质量第一 苕齒 擊 鸞餒麤 屈蒙臧表”为核心的质量管控。报告期内,公司实测实量满意度由92.6提升至98.0,交付评估满意度由73.9提高至79.5,质量满意度由58.0提高至67.0。

3、物业创新优势：万科物业始终坚信物业管理本质在于对建筑物本身的打理,并始终向业主提供一流水准的物业服务。物业费是业主对物业服务质量的根本认可,报告期内,万科物业住宅项目物业服务费当期收缴率达到96.14%,公司的服务质量获得业主的高度认同。

2、产品优势：在巩固住宅开发和物业服务固有优势的基础上,业务已延伸至商业、长租公寓、物流仓储、冰雪度假、教育等领域,为更好地服务人民美好生活需要、实现可持续发展奠定了良好基础。

## 恒大地产集团有限公司

房地产开发经营；房地产咨询服务；室内装饰、设计；制冷、空调设备制造；园林绿化工程服务；企业管理咨询服务

1、规模优势：是集地产、金融、健康、旅游及体育为一体的世界500强企业集团,总资产达万亿,年销售规模超4000亿,员工8万多人,解决就业130多万人。

2、市场优势：在全国180多个城市拥有地产项目500多个,已成为全球第一房企。资料来源：公开资料整理 (shz)

本文根据互联网公开资料整理而成。我们保持中立立场,与文中提及的公司之间不存在业务往来,不涉及利益。文章仅作参考,不构成任何投资及应用建议。

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国电梯市场调研报告-行业现状调查与发展趋势分析》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。

它是业内企业、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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国电梯行业发展概述

#### 第一节 电梯行业发展情况概述

- 一、电梯行业相关定义
- 二、电梯行业基本情况介绍
- 三、电梯行业发展特点分析

#### 第二节 中国电梯行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电梯行业产业链条分析
- 三、中国电梯行业上游环节分析
- 四、中国电梯行业下游环节分析

#### 第三节 中国电梯行业生命周期分析

- 一、电梯行业生命周期理论概述
- 二、电梯行业所属的生命周期分析

#### 第四节 电梯行业经济指标分析

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

#### 第五节 中国电梯行业进入壁垒分析

- 一、电梯行业资金壁垒分析
- 二、电梯行业技术壁垒分析
- 三、电梯行业人才壁垒分析
- 四、电梯行业品牌壁垒分析
- 五、电梯行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2020年全球电梯行业市场发展现状分析

- 第一节 全球电梯行业发展历程回顾
- 第二节 全球电梯行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲电梯行业地区市场分析
  - 一、亚洲电梯行业市场现状分析
  - 二、亚洲电梯行业市场规模与市场需求分析
  - 三、亚洲电梯行业市场前景分析
- 第四节 北美电梯行业地区市场分析
  - 一、北美电梯行业市场现状分析
  - 二、北美电梯行业市场规模与市场需求分析
  - 三、北美电梯行业市场前景分析
- 第五节 欧盟电梯行业地区市场分析
  - 一、欧盟电梯行业市场现状分析
  - 二、欧盟电梯行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧盟电梯行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界电梯行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球电梯行业市场规模预测

### 第三章 中国电梯产业发展环境分析

- 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、全社会消费品电梯总额
  - 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 中国电梯行业政策环境分析
  - 一、行业监管体制现状
  - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国电梯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 中国电梯行业运行情况

### 第一节 中国电梯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

#### 四、行业发展动态

### 第二节 中国电梯行业市场规模分析

### 第三节 中国电梯行业供应情况分析

### 第四节 中国电梯行业需求情况分析

### 第五节 中国电梯行业供需平衡分析

### 第六节 中国电梯行业发展趋势分析

## 第五章 中国电梯所属行业运行数据监测

### 第一节 中国电梯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 中国电梯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 中国电梯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 2017-2020年中国电梯市场格局分析

### 第一节 中国电梯行业竞争现状分析

#### 一、中国电梯行业竞争情况分析

#### 二、中国电梯行业主要品牌分析

### 第二节 中国电梯行业集中度分析

#### 一、中国电梯行业市场集中度分析

## 二、中国电梯行业企业集中度分析

### 第三节 中国电梯行业存在的问题

### 第四节 中国电梯行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国电梯行业竞争力分析

#### 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

### 第六节 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

## 第七章 2017-2020年中国电梯行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国电梯行业消费者基本情况

### 第二节 中国电梯行业消费者属性及偏好调查

### 第三节 电梯行业成本分析

### 第四节 电梯行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、其他因素

### 第五节 中国电梯行业价格现状分析

### 第六节 中国电梯行业平均价格走势预测

#### 一、中国电梯行业价格影响因素

#### 二、中国电梯行业平均价格走势预测

#### 三、中国电梯行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国电梯行业区域市场现状分析

### 第一节 中国电梯行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区电梯市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区电梯市场规模分析

#### 四、华东地区电梯市场规模预测

##### 第三节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区电梯市场规模分析
- 四、华北地区电梯市场规模预测

##### 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、华南地区电梯市场规模分析
- 四、华南地区电梯市场规模预测

#### 第九章 2017-2020年中国电梯行业竞争情况

##### 第一节 中国电梯行业竞争结构分析（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 中国电梯行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

##### 第三节 中国电梯行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

#### 第十章 电梯行业企业分析（随数据更新有调整）

##### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

##### 第二节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

###### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

##### 第三节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

###### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

##### 第四节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

###### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

##### 第五节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

###### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

##### 第六节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

###### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

##### 第七节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

###### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

##### 第八节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

###### 三、运营情况

## 四、公司优劣势分析

### 第九节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营业务

#### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

### 第十节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营业务

#### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国电梯行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国电梯行业未来发展前景分析

#### 一、电梯行业国内投资环境分析

#### 二、中国电梯行业市场机会分析

#### 三、中国电梯行业投资增速预测

### 第二节 中国电梯行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国电梯行业市场发展预测

#### 一、中国电梯行业市场规模预测

#### 二、中国电梯行业市场规模增速预测

#### 三、中国电梯行业产值规模预测

#### 四、中国电梯行业产值增速预测

#### 五、中国电梯行业供需情况预测

### 第四节 中国电梯行业盈利走势预测

#### 一、中国电梯行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国电梯行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国电梯行业投资机遇、风险与营销分析

### 第一节 电梯产业投资面临的机遇

#### 一、政策机遇

#### 二、技术创新机遇

#### 三、市场机遇

#### 四、其他机遇

### 第二节 电梯行业投资风险分析

一、电梯行业政策风险分析

二、电梯行业技术风险分析

三、电梯行业竞争风险分析

四、电梯行业其他风险分析

第三节 电梯行业企业经营发展分析及建议

一、电梯行业经营模式

二、电梯行业销售模式

三、电梯行业创新方向

第四节 电梯行业应对策略

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 2021-2026年中国电梯行业发展战略及规划建议

第一节 中国电梯行业品牌战略分析

一、电梯企业品牌的重要性

二、电梯企业实施品牌战略的意义

三、电梯企业品牌的现状分析

四、电梯企业的品牌战略

五、电梯品牌战略管理的策略

第二节 中国电梯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 中国电梯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 2021-2026年中国电梯行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国电梯行业产品策略分析

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 中国电梯行业定价策略分析

### 第三节 中国电梯行业营销渠道策略

一、电梯行业渠道选择策略

二、电梯行业营销策略

### 第四节 中国电梯行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国电梯行业重点投资区域分析

二、中国电梯行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/518555518555.html>