

2011-2015年电梯行业竞争 格局与投资战略研究咨询报告

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

《2011-2015年电梯行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/201107/70798.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

纵观我国电梯行业的发展历程，从改革开放到今天，电梯行业在不知不觉中走过了一个从无到有，从有到多，从多到精的发展历程。随着住宅市场的巨大变化，中国已经成为全球容量最大、增长最快的电梯市场。2007年，中国电梯产量为216000台，超过了全世界电梯产量的一半，电梯的生产能力跃居世界第一。2008年，中国电梯产量达250000台，目前全国在用电梯突破1000000台，再次刷新了全球电梯行业的发展记录。虽然在金融危机中，中国的电梯市场有所萎缩，但不久就会恢复增长，因为中国是全球最活跃的房地产市场之一。在中国，如今有超过100万台的电梯服务于写字间、公寓、商场等各种场所。快速和节能已经逐渐成为了人们关注电梯行业的重点。然而，与公众乘梯安全、电梯设施安全运行息息相关的电梯售后维保业务，却似乎没有引起人们的足够重视。随着房地产的逐渐复苏，电梯行业也将迎来春天。由于扩大内需促进经济发展的4万亿投资中住房和交通建设占据很大的比例，因此直接带动中国房地产业的发展，电梯企业已经享受到了切实利益。

经济回暖后，电梯行业重新洗牌也在所难免。未来3-5年内，中国电梯行业所面临的生存环境将更为严峻。大企业会继续称雄业界，而中小企业想获得生存，要么被前者兼并，为其做专项产品的配套；要么发挥自己的特长，建设稳固的销售渠道和研发团队，来打造核心竞争力。未来几年，技术创新是推动电梯行业进步的关键，无线电梯的出现必然对我国电梯业产生触动，电梯行业也即将迎来全新的无线时代。虽然产业在不断整合，但我国电梯市场还远未饱和。未来两年我国电梯需求将呈现快速增长的态势，2010年我国电梯产量达到33.41万部。我国电梯市场仍将保持每年20%的递增速度，年平均销售额至少为500亿美元。未来50年我国新增住房面积将达到200亿平方米。目前国家规定20米以上高楼就应安装电梯，未来住宅市场的电梯需求量会非常大。此外，机场、商场、地铁等大型公共设施建设对自动扶梯、观光电梯等电梯的需求也十分可观。随着工业现代化生产规模不断扩大和人们生活水平不断提高，电能供需矛盾日益突出，节约电量的呼声日益高涨。但在我国节能型电梯还占不到总量的5%，我国节能电梯的市场接受度仍然不高。巨大的市场容量，也将为节能电梯发展带来了新的机遇。

奥运会、世博会等一系列国际盛会以来，在国内掀起一场以“节能化，环保化，科技化”为导向的电梯革命。这预示着，新一代绿色节能电梯和高科技智能电梯将逐渐成为市场主流。另外，政府采购项目已成为电梯市场一个新的增长点，此类项目主要集中在公共交通和基础建设领域，且投资力度不小，将为电梯行业打开新的局面。中国目前正处于城市化快速发展阶段。随着楼盘不断“拔高”，公共实施不断升级，电梯行业便成为其最迫切的需求，但由于经济发展水准不平衡、人口密度差别大、城市化水平不一致等因素

，中国国内电梯业发展水平严重不平衡，无论在用电梯分布还是新增电梯分布均出现严重不平衡。特别是人口众多的省市，如山东、四川、重庆和河南等人口大省份的电梯拥有和增加均处于较低水准，因此借助区域振兴，此类二、三线城市的升级电梯需求会出现更大幅度增长。在当前形势下，我国电梯行业的投资潜力如何？又存在哪些投资机会？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家发改委、国家商务部、国家工业和信息化部、国家质量监督检验检疫总局、中国电梯行业协会、国内各大行业数据服务机构、全国及海外上百种相关报刊杂志的基础信息以及电梯专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国电梯行业的市场、行业结构、产品、进出口等情况作了详尽地分析，并参考了国外电梯行业的发展趋势，对今后我国电梯行业的发展做出预测。同时，本报告也针对电梯行业的特点，从各个角度全面详实地进行了研究或调研，它既是一份高质量的、专门针对我国电梯行业的研究报告，也是电梯生产企业、相关配套企业、经销商、银行信贷部门以及战略投资者不可多得的参考资料。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 电梯行业发展概述

第一节 电梯行业基本知识

一、电梯的定义及分类

二、自动扶梯分类概述

第二节 电梯交通配置发展概况

一、电梯交通配置概念

二、电梯交通配置发展

第三节 电梯行业发展成熟度分析

一、中国电梯发展历程

二、行业发展周期分析

三、行业中外市场成熟度对比

四、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 电梯行业技术发展分析

第一节 行业技术发展现状

一、2010年中国首创电梯能量回馈装置

二、我国电梯行业标准

三、超高速电梯技术发展的难题

四、2010年节能环保成电梯技术的焦点

五、2011年电梯技术发展情况分析

第二节 电梯技术的发展趋势分析

一、智能大厦电梯发展趋势

二、智能建筑电梯监控技术方向

三、电梯技术的整体发展趋势

四、电梯驱动技术的发展趋势

五、2011年电梯技术发展趋势

第三章 国外电梯行业发展分析

第一节 全球电梯产业发展格局分析

一、2010-2011年市场发展现状分析

二、2010-2011年市场竞争格局分析

三、2010-2011年全球市场发展特点

第二节 美国电梯产业发展分析

一、2010年美国电梯产业发展现状

二、美国电梯产业优势和劣势分析

三、美国电梯产业发展趋势分析

第三节 日本电梯产业发展分析

一、2010年日本电梯产业发展现状

二、日本电梯产业优势和劣势分析

三、日本电梯产业发展趋势分析

第四章 中国电梯行业发展分析

第一节 2010年中国电梯行业发展状况

一、2010年电梯行业发展状况分析

二、2010年中国电梯行业发展动态

三、2010年电梯行业经营业绩分析

四、2010年我国电梯行业发展热点

第二节 2011年电梯行业发展机遇和挑战分析

一、2011年电梯行业发展机遇分析

二、2011年金融危机对电梯行业影响

三、2011年国家投资对电梯行业影响

第三节 2011年中国电梯市场供需状况

一、2011年中国电梯行业供给能力

二、2011年中国电梯市场供给分析

三、2011年中国电梯市场需求分析

四、2011中国电梯产品价格分析

第五章 电梯产业经济运行分析

第一节 2010年1-12月我国电梯行业经济运行分析

一、2010年1-12月我国电梯行业经济运行总述

二、2010年1-12月我国电梯产品销售情况

三、2010年1-12月我国电梯应收账款总额情况

四、2010年1-12月我国电梯产成品存货情况

五、2010年1-12月我国电梯产品出口交货值情况

六、2010年1-12月我国电梯各地区生产销售情况

第二节 2011年1-4月我国电梯行业经济运行分析

一、2011年1-4月我国电梯行业经济运行总述

二、2011年1-4月我国电梯产品销售情况

三、2011年1-4月我国电梯应收账款总额情况

四、2011年1-4月我国电梯产成品存货情况

五、2011年1-4月我国电梯产品出口交货值情况

六、2011年1-4月我国电梯各地区生产销售情况

第三节 2010-2011年中国电梯产销分析

一、2010-2011年中国电梯产量分析

二、2010-2011年中国电梯产量区域格局

三、2010-2011年中国电梯产量集中度分析

四、2010-2011年中国电梯销量分析

五、2010-2011年电梯产品销售分析

第六章 我国电梯产业进出口分析

第一节 我国电梯进口分析

一、2010年进口总量分析

二、2010年进口结构分析

三、2010年进口区域分析

第二节 我国电梯出口分析

一、2010年出口总量分析

二、2010年出口结构分析

三、2010年出口区域分析

第三节 我国电梯进出口预测

一、2011年1季度进口分析

二、2011年1季度出口分析

三、2011年进口预测

四、2011年出口预测

第七章 中国电梯行业市场需求分析

第一节 影响电梯需求的主要因素分析

一、2010-2011年城镇人口以及人口密度

二、2011年国家房地产景气指数分析

三、2011年房地产市场运行情况分析

第二节 消费者对电梯的消费偏好分析

一、消费者电梯品牌偏好

二、电梯用户满意度调查

三、电梯用户满意度测评

四、电梯用户需求变化

第三节 电梯企业的营销策略分析

一、电梯销售人员的素质分析

二、电梯企业的销售管理分析

三、电梯企业的渠道创新策略分析

第四节 电梯差异化营销策略分析

一、创造客户就是创造差异

二、产品差异化、市场差异化和形象差异化

三、以市场调查、细分和定位为基础的差异化策略

第五节 电梯企业的跨媒体宣传策略

一、市场研究

二、目标用户购买行为研究

三、媒介研究

四、广告研究

第二部分 行业竞争格局

第八章 电梯行业竞争格局分析

第一节 中国电梯行业的发展周期

一、电梯行业的增长性与波动性

二、2011年电梯行业的经济周期

三、2011年电梯行业的成熟度

第二节 电梯行业竞争分析

一、国际市场发展现状

二、2010-2011年国际市场竞争分析

三、2010-2011年国内市场竞争分析

四、国际市场变化对国内市场影响分析

第三节 各类型电梯市场竞争分析

一、快速电梯销量迅猛

二、小机房电梯将全面替代普通电梯

三、无机房电梯的发展

四、观光电梯的选择

五、住宅电梯的价格和配置

第四节 2010-2011年我国电梯竞争分析

一、2010-2011年我国电梯品牌竞争分析

二、2010-2011年国内外电梯厂商竞争力对比

三、2011年我国电梯市场集中度分析

四、2011年国内主要电梯企业动向

五、2011年国内电梯拟在建项目分析

第九章 电梯企业竞争策略分析

第一节 电梯市场竞争策略分析

一、2011年电梯市场增长潜力分析

二、2011年电梯主要潜力品种分析

三、现有电梯产品竞争策略分析

四、潜力电梯品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 电梯企业竞争策略分析

一、金融危机对电梯行业竞争格局的影响

二、金融危机后电梯行业竞争格局的变化

三、2011-2015年我国电梯市场竞争趋势

四、2011-2015年电梯行业竞争格局展望

五、2011-2015年电梯行业竞争策略分析

六、2011-2015年电梯企业竞争策略分析

第十章 国内电梯重点企业竞争分析

第一节 上海三菱电梯有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 日立电梯（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 通力电梯有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 东芝电梯（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 蒂森克虏伯集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 迅达集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第八节 华升富士达电梯有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 电梯发展趋势分析

第一节 2011年电梯产业发展趋势分析

一、2011年电梯技术趋势

二、2011年电梯价格趋势

第二节 2011-2010年中国电梯行业发展趋势分析

一、2011-2010年中国电梯行业发展分析

二、2011-2010年中国电梯行业技术开发方向

第三节 2011-2015年中国电梯行业前景展望分析

一、电梯行业市场格局及竞争趋势展望

二、2011-2015年电梯行业经济效益分析

三、决定电梯企业市场竞争力的关键因素

第四节 未来电梯行业的发展重点

一、无齿轮电梯成主流

二、电梯节能潜力巨大

三、绿色电梯发展趋势

四、电梯性能提高趋势

五、电梯品牌整合趋势

六、用手机操控的电梯

第十二章 未来电梯行业发展预测

第一节 2011-2015年国际电梯市场预测

一、2011-2015年全球电梯行业产能预测

二、2011-2015年全球电梯市场需求前景

三、2011-2015年全球电梯市场价格预测

第二节 2011-2015年国内电梯市场预测

一、2011-2015年国内电梯行业产能预测

二、2011-2015年国内电梯行业产量预测

三、2011-2015年国内电梯市场需求前景

四、2011-2015年国内电梯市场价格预测

五、2011-2015年国内电梯行业集中度预测

第三节 2011-2015年电梯行业运行状况预测

一、2011-2015年行业工业总产值预测

二、2011-2015年行业销售收入预测

三、2011-2015年企业数量及变化趋势预测

四、2011-2015年行业利润指标及变化趋势预测

五、2011-2015年行业总资产预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 电梯行业投资现状分析

第一节 2010年电梯行业投资情况分析

一、2010年总体投资及结构

二、2010年投资规模情况

三、2010年投资增速情况

四、2010年分行业投资分析

五、2010年分地区投资分析

六、2010年外商投资情况

第二节 2011年1-4月电梯行业投资情况分析

一、2011年1-4月总体投资及结构

二、2011年1-4月投资规模情况

三、2011年1-4月投资增速情况

四、2011年1-4月分行业投资分析

五、2011年1-4月分地区投资分析

六、2011年1-4月外商投资情况

第十四章 电梯行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2010-2011年我国宏观经济运行情况
- 二、2011-2015年我国宏观经济形势分析
- 三、2011-2015年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2011年电梯行业政策环境
- 二、2011年国内宏观政策对其影响
- 三、2011年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2011年社会环境发展分析
- 三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析

第四节 装备制造业振兴规划

- 一、装备制造业振兴规划概述
- 二、装备制造业振兴规划细则
- 三、装备制造业振兴规划三大任务
- 四、装备制造业振兴规划六大工程
- 五、装备制造业振兴规划十项措施
- 六、装备制造业振兴规划的意义与作用
- 七、装备制造业振兴规划对电梯行业的影响

第十五章 电梯行业投资机会与风险

第一节 电梯行业投资效益分析

- 一、2010-2011年电梯行业投资状况分析
- 二、2011-2015年电梯行业投资效益分析
- 三、2011-2015年电梯行业投资趋势预测
- 四、2011-2015年电梯行业的投资方向
- 五、2011-2015年电梯行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响电梯行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响电梯行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响电梯行业运行的稳定因素分析

三、2011-2015年影响电梯行业运行的不利因素分析

四、2011-2015年我国电梯行业发展面临的挑战分析

五、2011-2015年我国电梯行业发展面临的机遇分析

第三节 电梯行业投资风险及控制策略分析

一、2011-2015年电梯行业市场风险及控制策略

二、2011-2015年电梯行业政策风险及控制策略

三、2011-2015年电梯行业经营风险及控制策略

四、2011-2015年电梯行业技术风险及控制策略

五、2011-2015年电梯同业竞争风险及控制策略

六、2011-2015年电梯行业其他风险及控制策略

第十六章 电梯行业投资战略研究

第一节 电梯行业发展战略研究

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

第二节 对我国电梯品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、电梯实施品牌战略的意义

三、电梯企业品牌的现状分析

四、我国电梯企业的品牌战略

五、电梯品牌战略管理的策略

第三节 2011-2015年电梯行业投资战略研究

一、2011年装备制造行业投资战略

二、2011年我国电梯行业投资战略

三、2011-2015年电梯行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录

图表：2002-2010年全球电梯产业销售收入

图表：2002-2010年全球电梯产业销售收入变化趋势

图表：1999-2010年中国电梯产业销售额变化趋势图

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标全国合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标北京市合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标天津市合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标河北省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标山西省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标吉林省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标上海市合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标江苏省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标浙江省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标安徽省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标福建省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标江西省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标山东省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标河南省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标湖北省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标湖南省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标广东省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标广西区合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标海南省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标重庆市合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标四川省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标云南省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标陕西省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标青海省合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2010年1-12月电梯行业主要经济指标新疆区合计

图表：2010年2月电梯行业收入前十家企业

图表：2010年5月电梯行业收入前十家企业

图表：2010年8月电梯行业收入前十家企业

图表：2010年11月电梯行业收入前十家企业

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标全国合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标北京市合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标天津市合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标河北省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标山西省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标吉林省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标上海市合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标江苏省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标浙江省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标安徽省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标福建省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标江西省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标山东省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标河南省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标湖北省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标湖南省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标广东省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标广西区合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标海南省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标重庆市合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标四川省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标云南省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标陕西省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标青海省合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2011年1-3月电梯行业主要经济指标新疆区合计

图表：2011年1月电梯行业收入前十家企业

图表：2011年2月电梯行业收入前十家企业

图表：2011年3月电梯行业收入前十家企业

图表：2010年1-12月电梯产品产量全国统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量北京市统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量天津市统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量河北省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量内蒙古统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量辽宁省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量吉林省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量黑龙江统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量上海市统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量江苏省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量浙江省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量安徽省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量福建省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量江西省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量山东省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量河南省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量湖北省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量湖南省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量广东省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量广西区统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量海南省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量四川省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量云南省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量陕西省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量甘肃省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量青海省统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量宁夏区统计

图表：2010年1-12月电梯产品产量新疆区统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量全国统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量北京市统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量天津市统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量河北省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量内蒙古统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量辽宁省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量吉林省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量黑龙江统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量上海市统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量江苏省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量浙江省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量安徽省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量福建省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量江西省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量山东省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量河南省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量湖北省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量湖南省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量广东省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量广西区统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量海南省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量四川省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量云南省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量陕西省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量甘肃省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量青海省统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量宁夏区统计

图表：2011年1-4月电梯产品产量新疆区统计

图表：2010年1-12月我国电梯产品进口数据

图表：2010年1-12月我国电梯产品出口数据

图表：2010年1月我国电梯产品进口数据

图表：2010年1月我国电梯产品出口数据

图表：2010年2月我国电梯产品进口数据

图表：2010年2月我国电梯产品出口数据

图表：2010年3月我国电梯产品进口数据

图表：2010年3月我国电梯产品出口数据

图表：2010年1季度我国电梯产品进口数据

图表：2010年1季度我国电梯产品出口数据

图表：2010年4月我国电梯产品进口数据

图表：2010年4月我国电梯产品出口数据

图表：2010年5月我国电梯产品进口数据

图表：2010年5月我国电梯产品出口数据

图表：2010年6月我国电梯产品进口数据

图表：2010年6月我国电梯产品出口数据

图表：2010年2季度我国电梯产品进口数据

图表：2010年2季度我国电梯产品出口数据

图表：2010年7月我国电梯产品进口数据

图表：2010年7月我国电梯产品出口数据

图表：2010年8月我国电梯产品进口数据

图表：2010年8月我国电梯产品出口数据

图表：2010年9月我国电梯产品进口数据

图表：2010年9月我国电梯产品出口数据

图表：2010年3季度我国电梯产品进口数据

图表：2010年3季度我国电梯产品出口数据

图表：2010年10月我国电梯产品进口数据

图表：2010年10月我国电梯产品出口数据

图表：2010年11月我国电梯产品进口数据

图表：2010年11月我国电梯产品出口数据

图表：2010年12月我国电梯产品进口数据

图表：2010年12月我国电梯产品出口数据

图表：2010年4季度我国电梯产品进口数据

图表：2010年4季度我国电梯产品出口数据

图表：2011年1-4月我国电梯产品进口数据

图表：2011年1-4月我国电梯产品出口数据

图表：2011年1月我国电梯产品进口数据

图表：2011年1月我国电梯产品出口数据

图表：2011年2月我国电梯产品进口数据

图表：2011年2月我国电梯产品出口数据

图表：2011年3月我国电梯产品进口数据

图表：2011年3月我国电梯产品出口数据

图表：2011年1季度我国电梯产品进口数据

图表：2011年1季度我国电梯产品出口数据

图表：2011年4月我国电梯产品进口数据

图表：2011年4月我国电梯产品出口数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201107/70798.html>