

2016-2022年中国攀爬架市场 监测及投资趋势研究报告

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

《2016-2022年中国攀爬架市场监测及投资趋势研究报告》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/201601/129826.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

报告目录：

第一部分 产业环境分析

第一章 攀爬架行业基本概述 1

第一节 行业定义、地位及作用 1

一、行业定义和范围1

二、行业在国民经济中的地位与作用1

第二节 行业性质及特点2

一、行业性质2

二、行业特点3

第三节 行业发展历史和生命周期5

一、行业发展历史5

二、行业生命周期分析6

第四节 市场发展的影响因素10

一、需求因素10

二、供给因素11

三、成本因素11

四、资金因素11

第二章 2013-2015年世界攀爬架行业发展分析 12

第一节 世界攀爬架行业发展概述12

第二节 世界攀爬架技术发展趋势12

第三节 全球攀爬架行业市场概述13

一、全球攀爬架行业供需现状13

二、全球攀爬架行业贸易现状13

三、全球攀爬架行业市场格局14

第四节 世界部分国家地区攀爬架行业发展状况14

第三章 中国攀爬架行业宏观环境 16

第一节 中国攀爬架行业政策环境分析16

第二节 中国攀爬架行业经济环境分析16

- 一、国民经济运行情况GDP 16
- 二、消费价格指数CPI、PPI 19
- 三、全国居民收入情况21
- 四、恩格尔系数23
- 五、工业发展形势23
- 六、固定资产投资情况24
- 七、财政收支状况30
- 八、中国汇率调整36
- 九、存贷款基准利率调整情况38
- 十、存款准备金率调整情况39
- 十一、社会消费品零售总额39
- 十二、对外贸易&进出口42

第三节 中国攀爬架行业社会环境分析48

- 一、人口环境分析48
- 二、教育环境分析56
- 三、文化环境分析65
- 四、中国城镇化率67

第二部分 产业深度分析

第四章 2013-2015年中国攀爬架行业发展现状 69

第一节 中国攀爬架行业发展概述69

- 一、中国攀爬架行业发展面临的问题69
- 二、中国攀爬架行业发展对应的策略71
- 三、中国攀爬架行业技术发展现状74
- 四、中国攀爬架行业技术发展趋势75

第二节 中国攀爬架行业发展状况75

- 一、中国攀爬架行业发展情况分析75
- 二、中国攀爬架市场特征分析76
- 三、中国攀爬架市场发展分析77

第三节 2013-2015年中国攀爬架行业供需分析77

- 一、中国攀爬架市场供给总量分析77

二、中国攀爬架市场供给结构分析78

三、中国攀爬架市场需求总量分析78

四、中国攀爬架市场需求结构分析79

五、中国攀爬架市场供需平衡分析79

第四节 2013-2015年中国攀爬架行业盈利能力分析79

一、中国攀爬架行业收入分析79

二、中国攀爬架行业利润分析80

三、中国攀爬架行业资产分析80

第五章 中国攀爬架行业产销贸易分析及预测81

第一节 攀爬架行业产量分析81

一、2013-2015年中国攀爬架行业产量分析81

二、中国攀爬架产品结构分析81

三、中国攀爬架行业产量预测82

第二节 攀爬架行业销售分析83

一、2013-2015年中国攀爬架行业销量分析83

二、中国攀爬架产品销售结构分析83

三、中国攀爬架行业销量预测84

第三节 攀爬架行业进出口贸易分析 85

一、2013-2015年攀爬架行业进口量85

二、攀爬架行业产品进口来源分析86

三、2013-2015年攀爬架行业出口量86

四、攀爬架行业产品出口流向分析87

五、攀爬架行业进出口态势展望88

第六章 2013-2015年中国攀爬架行业重点区域分析及前景89

第一节 华北地区 89

一、华北地区攀爬架产销情况89

二、华北地区攀爬架行业发展动态90

三、华北地区攀爬架行业发展前景90

第二节 华东地区 91

一、华东地区攀爬架产销情况91

二、华东地区攀爬架行业发展动态92

三、华东地区攀爬架行业发展前景92

第三节 东北地区 92

一、东北地区攀爬架产销情况92

二、东北地区攀爬架行业发展动态93

三、东北地区攀爬架行业发展前景93

第四节 华中地区 94

一、华中地区攀爬架产销情况94

二、华中地区攀爬架行业发展动态95

三、华中地区攀爬架行业发展前景95

第五节 华南地区 95

一、华南地区攀爬架产销情况95

二、华南地区攀爬架行业发展动态96

三、华南地区攀爬架行业发展前景96

第六节 西南地区 97

一、西南地区攀爬架产销情况97

二、西南地区攀爬架行业发展动态98

三、西南地区攀爬架行业发展前景98

第七节 西北地区 98

一、西北地区攀爬架产销情况98

二、西北地区攀爬架行业发展动态99

三、西北地区攀爬架行业发展前景99

第七章 2015年中国攀爬架行业经济运行情况分析 100

第一节 企业数量和分布100

一、企业数量100

二、分布情况101

第二节 企业各类费用分析 102

一、财务费用102

二、管理费用102

三、销售费用103

第三节 行业税金情况 103

- 一、销售税金及附加103
- 二、税金总额104
- 第四节 行业资产及负债分析104

第三部分 竞争格局分析

第八章 中国攀爬架行业市场竞争分析 105

第一节 行业竞争环境分析 105

- 一、现有企业间竞争105
- 二、潜在进入者分析106
- 三、替代品威胁分析106
- 四、供应商议价能力107
- 五、客户议价能力107
- 六、竞争结构特点总结108

第二节 市场竞争策略分析 108

- 一、产品策略108
- 二、价格策略109
- 三、渠道策略113
- 四、推广策略116

第三节 攀爬架行业市场竞争趋势分析116

- 一、攀爬架行业竞争格局分析116
- 二、攀爬架典型企业竞争策略分析116

第九章 中国攀爬架行业重点企业发展情况分析117

第一节 南通华通脚手架制造有限公司117

- 一、企业概况117
- 二、经营状况分析117
- 三、主导产品分析117
- 四、企业经营策略和发展战略分析118
- 五、企业竞争力评价118

第二节 深圳建盈钢结构脚手架有限公司 119

- 一、企业概况119
- 二、主导产品分析119

三、企业竞争力评价121

第三节 北京鼎安脚手架有限公司122

一、企业概况122

二、经营状况分析122

三、主导产品分析122

四、企业经营策略和发展战略分析122

五、企业竞争力评价123

第四节 重庆安谐建筑脚手架有限公司125

一、企业概况125

二、主导产品分析125

三、企业经营策略和发展战略分析126

四、企业竞争力评价126

第五节 无锡速捷脚手架工程有限公司127

一、企业概况127

二、经营状况分析128

三、主导产品分析129

四、企业经营策略和发展战略分析131

五、企业竞争力评价131

第十章 中国攀爬架行业产业链分析133

第一节 中国攀爬架上游行业环境分析133

一、钢铁业发展状况分析133

1、2014年钢铁工业运行情况133

2、2015年钢铁工业运行情况134

3、中国钢铁企业的发展所面临的局势137

4、中国钢铁工业运行存在问题 138

5、问题产生原因 138

6、我国钢铁产业的解决措施141

二、五金业发展状况分析144

第二节 中国攀爬架上游行业发展趋势分析146

一、钢铁业发展趋势分析146

二、五金业发展趋势分析148

第三节 中国攀爬架下游行业环境分析149

一、建筑业发展状况分析149

- 1、中国建筑行业概况介绍 149
- 2、建筑行业在国民经济中的地位150
- 3、我国建筑行业的质量标准151
- 4、我国建筑行业的品牌策略152
- 5、我国建筑行业中建筑企业的问题及其对策 155
- 6、关键问题解决对策 158

二、房地产业发展状况分析159

- 1、2015年中国房地产市场整体情况159
- 2、2015年中国房地产市场热点问题165
- 3、2015年房地产开发完成情况167
- 4、2015年商品房销售和空置情况170
- 5、2015年房地产开发企业资金来源情况172
- 6、2015年全国房地产开发景气指数178
- 7、2015年二季度企业景气指数分析180
- 8、2015年我国大中城市房屋市场销售价格指数181

第四节 中国攀爬架下游行业发展趋势分析217

一、建筑业发展趋势分析217

二、房地产业发展趋势分析218

第十一章 中国攀爬架产业国际竞争力分析 221

第一节 中国攀爬架产业环节 分析221

一、开发设计221

二、原料生产与加工227

三、市场营销227

四、售后服务228

第二节 攀爬架企业世界竞争力比较优势 229

一、生产要素229

二、需求条件230

三、配套与相关产业230

四、企业战略、结构与竞争状态230

五、政府推动作用231

第三节 中国攀爬架企业竞争策略研究231

一、供应链一体化战略231

二、业务延伸及扩张策略232

三、品牌管理策略234

四、多元化经营策略235

第四部分 投资价值研究

第十二章 2016-2022年中国攀爬架行业投资风险分析及建议236

第一节 中国攀爬架行业投资风险分析236

一、宏观风险236

二、微观风险237

第二节 中国攀爬架行业投资风险的防范和对策237

一、风险规避237

二、风险控制237

三、风险转移238

四、风险保留238

第三节 中国攀爬架行业投资建议分析238

一、投资产品建议238

1、门型式脚手架 238

2、轮扣式脚手架 240

二、投资区域建议240

三、投资方式建议240

第四节 2016-2022年中国攀爬架行业投资策略分析242

一、投资方式选择策略242

二、兼并及收购策略242

第十三章 中国攀爬架行业发展趋势分析245

第一节 中国攀爬架行业发展趋势分析245

一、中国攀爬架行业发展分析245

二、中国攀爬架行业技术开发方向245

第二节 2016-2022年中国攀爬架行业运行状况预测247

- 一、中国攀爬架行业工业总产值预测247
- 二、中国攀爬架行业销售收入预测247
- 三、中国攀爬架行业利润总额预测248
- 四、中国攀爬架行业总资产预测248

第十四章 中企顾问网对攀爬架行业投资战略研究249

第一节 攀爬架行业发展战略研究249

- 一、战略综合规划249
- 二、技术开发战略257
- 三、业务组合战略263
- 四、区域战略规划266
- 五、产业战略规划276
- 六、营销品牌战略278
- 七、竞争战略规划279

第二节 对我国攀爬架品牌的战略思考287

- 一、企业品牌的重要性287
- 二、攀爬架实施品牌战略的意义289
- 三、攀爬架企业品牌的现状分析291
- 四、我国攀爬架企业的品牌战略293
- 五、攀爬架品牌战略管理的策略296

第三节 市场策略分析 298

- 一、攀爬架价格策略分析298
- 二、攀爬架渠道策略分析302

第四节 攀爬架经营策略分析304

- 一、攀爬架市场细分策略304
- 二、攀爬架市场创新策略304
- 三、品牌定位与品类规划305
- 四、攀爬架新产品差异化战略305

图表目录：

图表：行业生命周期图示9

图表：行业生命周期理论分析表10

图表：全球攀爬架供应地区分布状况13

图表：全球攀爬架供应地区分布状况14

图表：2008-2014国内生产总值及其增长速度17

图表：2013-2015年全国产业增长值及变化17

图表：2013-2015国内生产总值同比增长速度18

图表：2014年下半年国内生产总值 18

图表：2011-2014年GDP环比增长速度 19

图表：2014年中国CPI同比增幅19

图表：2014年1-12月中国CPI同比增幅 20

图表：2014年中国PPI同比增幅20

图表：2014年1-12月中国PPI同比增幅 21

图表：2013-2015年中国农村人均收入变化22

图表：2013-2015年中国城镇人均收入变化22

图表：2013-2015年中国恩格尔系数变化情况23

图表：2001-2014年规模以上工业企业主要效益23

图表：2001-2014年工业增加值24

图表：2013-2015年固定资产投资（不含农户）同比增速25

图表：2013-2015年分地区投资相邻两月累计同比增速26

图表：2014年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据27

图表：2013-2015年固定资产到位资金同比增速28

图表：2002-2014年中国人民银行人民币存贷款基准利率历次调整38

图表：近年存款准备金率历次调整39

图表：2013-2015社会消费品零售总额比较40

图表：2014年消费零售总额城乡比较40

图表：2013-2015年社会消费零售总额名义增速41

图表：2013-2015年下半年社会消费零售总额变化41

图表：2013-2015年全国对外贸易总额及变化42

图表：2013-2015年全国出口额及变化43

图表：2013-2015年全国进口额及变化43

图表：2013-2015年全国人口变化49

图表：2013-2015年中国人口性别变化50

图表：2013-2015年中国人口各年龄段变化50

图表：2013-2015年中国人口城乡结构变化51

图表：2013-2015年全国人户分离人口变化51

图表：2013-2015年全国流动人口变化52

图表：人口及其自然增长率变化情况52

图表：2013-2015年全国参加城镇职工基本养老保险情况53

图表：2013-2015年全国参加城镇基本医疗保险情况54

图表：2013-2015年中国参加失业保险情况54

图表：2013-2015年中国参加工伤保险情况55

图表：2013-2015年中国参加生育保险情况55

图表：2013-2015年中国农村扶贫对象人数情况56

图表：2008-2014年普通高等教育、中等职业教育及普通高中生招生人数57

图表：2013-2015年全国各类型教育招生情况57

图表：2013-2015年全国各类型教育在校生情况58

图表：2013-2015年全国各类型教育毕业生情况58

图表：2008-2014年研究与试验发展（R&D）经费支出 59

图表：2013-2015年全国工程研究实验室建设情况60

图表：2013-2015年全国专利申请情况60

图表：2013-2015年全国授予专利发明情况61

图表：2013-2015年全国有效专利发明情况61

图表：2013-2015年中国技术合同签订情况62

图表：2013-2015年全国产品检测室情况63

图表：2013-2015年全国产品认证情况63

图表：2013-2015年全国计量情况64

图表：2013-2015年全国制定国家标准情况64

图表：2013-2015年全国艺术系统情况65

图表：2013-2015年全国影视制作情况66

图表：2013-2015年全国出版物情况66

图表：2002-2014年全国城镇人口比重68

图表：2000-2014年我国城镇化水平变化情况68

图表：2010-2014年下半年中国脚手架市场供给总量77

图表：中国脚手架市场供给结构78

图表：2010-2014年下半年中国脚手架国内需求总量78

图表：中国脚手架市场需求结构79

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业平均利润率80

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业总资产80

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业产量81

图表：2016-2022年中国脚手架行业产量预测82

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业销量83

图表：2016-2022年中国脚手架行业销量预测84

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业进口量85

图表：中国脚手架产品进口来源86

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业出口量86

图表：中国脚手架产品出口流向87

图表：中国铝制脚手架产品出口流向87

图表：中国钢制脚手架产品出口流向88

图表：2010-2014年下半年华北地区脚手架产量89

图表：2010-2014年下半年华北地区脚手架销量90

图表：2010-2014年下半年华东地区脚手架产量91

图表：2010-2014年下半年华东地区脚手架销量91

图表：2010-2014年下半年东北地区脚手架产量92

图表：2010-2014年下半年东北地区脚手架销量93

图表：2010-2014年下半年华中地区脚手架产量94

图表：2010-2014年下半年华中地区脚手架销量94

图表：2010-2014年下半年华南地区脚手架产量95

图表：2010-2014年下半年华南地区脚手架销量96

图表：2010-2014年下半年西南地区脚手架产量97

图表：2010-2014年下半年西南地区脚手架销量97

图表：2010-2014年下半年西北地区脚手架产量98

图表：2010-2014年下半年西北地区脚手架销量99

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业有生产许可的企业数量100

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业有生产许可的企业数量101

图表：中国脚手架行业企业区域分布101

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业财务费用占比102

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业管理费用占比102

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业销售费用占比103

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业销售税金及附加103

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业税金总额104

图表：2010-2014年下半年中国脚手架行业平均资产负债率104

图表：深圳建盈钢结构脚手架有限公司部分工程案例121

图表：北京鼎安脚手架有限公司产品优势123

图表：2011-2014年中国粗钢产量133

图表：2008-2014年建筑业增加值及其增长速度150

图表：2013-2015全国地产投资开发情况167

图表：2014年中国东部地区房地产开发投资完成额及比同期增长168

图表：2014年中国中部地区房地产开发投资完成额及比同期增长168

图表：2014年中国西部地区房地产开发投资完成额及比同期增长169

图表：2011-2014年全国房地产开发企业土地购置面积170

图表：2014年全国商品房销售额及比上年同期增长情况171

图表：2014年全国商品房销售面积及比上年同期增长 171

图表：2014年房地产开发投资资金来源及比同期增长 173

图表：2014年房地产开发投资国内贷款及比同期增长 173

图表：2014年房地产开发投资利用外资及比同期增长 174

图表：2014年房地产开发投资自筹资金及比同期增长 174

图表：2014年房地产开发投资其他资金及比同期增长 175

图表：2014年房地产开发投资非银行金融机构贷款及比同期增长175

图表：2014年房地产开发投资外商直接投资及比同期增长 176

图表：2014年房地产开发投资银行贷款及比同期增长 176

图表：2014年房地产开发投资工程款及比同期增长177

图表：2014年房地产开发投资自有资金款及比同期增长177

图表：2011-2014年全国房地产开发综合景气指数178

图表：2014年全国房地产开发和销售情况178

图表：2011-2014年全国房地产开发综合景气指数180

图表：2014年1月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数 181

图表：2014年1月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数 182

图表：2014年1月七十个大中城市二手住房销售价格指数 183

图表：2014年2月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数 184

图表：2014年2月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数 185

图表：2014年2月七十个大中城市二手住房销售价格指数 186

图表：2014年3月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数 187

图表：2014年3月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数 188

图表：2014年3月七十个大中城市二手住房销售价格指数 189

图表：2014年4月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数 190

图表：2014年4月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数 191

图表：2014年4月七十个大中城市二手住房销售价格指数 192

图表：2014年5月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数 193

图表：2014年5月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数 194

图表：2014年5月七十个大中城市二手住房销售价格指数 195

图表：2014年6月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数 196

图表：2014年6月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数 197

图表：2014年6月七十个大中城市二手住房销售价格指数 198

图表：2014年7月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数 199

图表：2014年7月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数 200

图表：2014年7月七十个大中城市二手住房销售价格指数 201

图表：2014年8月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数 202

图表：2014年8月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数 203

图表：2014年8月七十个大中城市二手住房销售价格指数 204

图表：2014年9月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数 205

图表：2014年9月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数 206

图表：2014年9月七十个大中城市二手住房销售价格指数 207

图表：2014年10月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数208

图表：2014年10月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数209

图表：2014年10月七十个大中城市二手住房销售价格指数210

图表：2014年11月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数211

图表：2014年11月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数212

图表：2014年11月七十个大中城市二手住房销售价格指数213

图表：2014年12月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数214

图表：2014年12月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数215

图表：2014年12月七十个大中城市二手住房销售价格指数216

图表：2016-2022年中国脚手架行业工业总产值预测247

图表：2016-2022年中国脚手架行业销售收入预测247

图表：2016-2022年中国脚手架行业利润总额预测248

图表：2016-2022年中国脚手架行业总资产预测248

图表：确定公司战略目标的步骤252

图表：制定公司战略规划的步骤252

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201601/129826.html>