

2015-2020年中国电梯市场观察及投资咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国电梯市场观察及投资咨询报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201507/331237.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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。

在机场建设方面，“十二五”期间，我国民航将推进“强战略。运
在机场建设方面，“十二五”期间，我国民航将推进“强战略。运
在机场建设方面，“十二五”期间，我国民航将推进“强战略。运
输机场是国家综合交通基础设施的重要组成部分，民航最。

输机场是国家综合交通基础设施的重要组成部分，民航最。根
据《中国民用航空发展第十二个五年规划（2011年至2015年）》，到2015年，
我国运输机场数量将达到230个以上，覆盖全国94%的经济总量、83%的人口和81%
的县级行政单元，初步建成布局合理、功能完善层次分明安全高效机的县级行政单元。

（7）电梯出口需求

近年来，随着国内企业加大对于高端电梯产品的研发和在关键技术上的突破，电梯进口数量逐渐降低。同时，国内电梯产品技术、质量逐步提升，凭借相对较低的生产成本在国际市场上竞争力逐步凸显，民族电梯品牌在海外市场逐渐被认可，并形成大量产品出口。根据海关信息网数据显示，2011年我国电梯出口量为4.78万台，到2014年电梯出口规模已达到6.92万台，复合年增长率达到13.13%。

2011-2014年我国电梯出口量

目前，中东、印度等部分新兴市场由于经济增长较快，基础设施建设对新增电梯的庞大需求，再加上国外既有电梯改造更新的需求，国际电梯市场面临良好的发展前景。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了电梯行业市场潜在需求与市场机会，报告对电梯行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国电梯行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

- 第一部分行业发展现状
- 第一章电梯行业发展概述1
- 第一节电梯行业基本知识1
- 一、电梯的定义及分类1
- 二、自动扶梯分类概述4
- 第二节电梯交通配置发展概况6
- 一、电梯交通配置概念6
- 二、电梯交通配置发展6
- 第三节电梯行业发展成熟度分析8

- 一、中国电梯发展历程8
- 二、行业发展周期分析18
- 三、行业中外市场成熟度对比23
- 四、行业及其主要子行业成熟度分析28
- 第二章电梯行业技术发展分析33
- 第一节行业技术发展现状33
- 一、2013年中国首创电梯能量回馈装置33
- 二、我国电梯行业标准38
- 三、超高速电梯技术发展的难题41
- 四、2013年节能环保成电梯技术的焦点51
- 五、2014-2015年电梯技术发展情况分析58
- 第二节电梯技术的发展趋势分析61
- 一、智能大厦电梯发展趋势61
- 二、智能建筑电梯监控技术方向63
- 三、电梯技术的整体发展趋势69
- 四、电梯驱动技术的发展趋势72
- 五、2015年电梯技术发展趋势78
- 第三章国外电梯行业发展分析82
- 第一节全球电梯产业发展格局分析82
- 一、2014年市场发展现状分析82
- 二、2014年市场竞争格局分析83
- 三、2014年全球市场发展特点85
- 第二节美国电梯产业发展分析85
- 一、2014年美国电梯产业发展现状85
- 二、美国电梯产业优势和劣势分析86
- 三、美国电梯产业发展趋势分析87
- 第三节日本电梯产业发展分析87
- 一、2014年日本电梯产业发展现状87
- 二、日本电梯产业优势和劣势分析87
- 三、日本电梯产业发展趋势分析88
- 第四章中国电梯行业发展分析89
- 第一节2014年中国电梯行业发展状况89
- 一、2014-2015年电梯行业发展状况分析89
- 二、2015年中国电梯行业发展动态93
- 三、2013-2014年电梯行业经营业绩分析95

四、2014-2015年我国电梯行业发展热点	97
第二节2014-2015年电梯行业发展机遇和挑战分析	103
一、2014-2015年电梯行业发展机遇分析	103
二、2014年国际经济环境对电梯行业影响	109
三、2014年国家投资对电梯行业影响	109
第三节2014年中国电梯市场供需状况	111
一、2014年中国电梯市场供给能力	111
二、2014年中国电梯市场需求分析	112
三、2014中国电梯产品价格分析	115
第五章电梯产业经济运行分析	117
第一节2013年我国电梯行业经济运行分析	117
一、2013年我国电梯行业经济运行总述	117
二、2013年我国电梯产品销售情况	119
三、2013年我国电梯应收账款总额情况	121
四、2013年我国电梯产品出口交货值情况	121
五、2013年我国电梯各地区生产销售情况	122
第二节2014年我国电梯行业经济运行分析	122
一、2014年我国电梯行业经济运行总述	122
二、2014年我国电梯产品销售情况	124
三、2014年我国电梯应收账款总额情况	124
四、2014年我国电梯产品出口交货值情况	126
五、2014年我国电梯各地区生产销售情况	127
第三节2013-2014年中国电梯产销分析	128
一、2013-2014年中国电梯产量分析	128
二、2013-2014年中国电梯产量区域格局与集中度分析	128
三、2013-2014年中国电梯销量分析	128
第六章我国电梯产业进出口分析	160
第一节我国电梯进口分析	160
一、2014年进口总量分析	160
二、2014年进口结构分析	161
三、2014年进口区域分析	161
第二节我国电梯出口分析	162
一、2014年出口总量分析	162
二、2014年出口结构分析	163
三、2014年出口区域分析	164

第三节我国电梯进出口预测164

一、2015年进口分析164

二、2015年出口分析166

三、2015年进口预测167

四、2015年出口预测168

第七章中国电梯行业市场需求分析169

第一节影响电梯需求的主要因素分析169

一、2014-2015年城镇人口以及人口密度169

二、2015年国家房地产景气指数分析172

三、2015年房地产市场运行情况分析177

第二节消费者对电梯的消费偏好分析179

一、消费者电梯品牌偏好179

二、电梯用户满意度调查180

三、电梯用户满意度测评180

四、电梯用户需求变化180

第三节电梯企业的营销策略分析182

一、电梯销售人员的素质分析182

二、电梯企业的销售管理分析186

三、电梯企业的渠道创新策略分析186

第四节电梯差异化营销策略分析188

一、创造客户就是创造差异188

二、产品差异化、市场差异化和形象差异化189

三、以市场调查、细分和定位为基础的差异化策略191

第五节电梯企业的跨媒体宣传策略193

一、市场研究193

二、目标用户购买行为研究199

三、媒介研究201

四、广告研究203

第二部分行业竞争格局

第八章电梯行业竞争格局分析204

第一节中国电梯行业的发展周期204

一、电梯行业的增长性与波动性204

二、2014年电梯行业的经济周期204

三、2014年电梯行业的成熟度206

第二节电梯行业竞争分析206

- 一、国际市场发展现状206
- 二、2013-2014年国际市场竞争分析208
- 三、2013-2014年国内市场竞争分析208
- 四、国际市场变化对国内市场影响分析212
- 第三节各类型电梯市场竞争分析212
 - 一、快速电梯销量迅猛212
 - 二、小机房电梯将全面替代普通电梯213
 - 三、无机房电梯的发展214
 - 四、观光电梯的选择215
 - 五、住宅电梯的价格和配置217
- 第四节2013-2014年我国电梯竞争分析226
 - 一、2013-2014年我国电梯品牌竞争分析226
 - 二、2013-2014年国内外电梯厂商竞争力对比227
 - 三、2014年我国电梯市场集中度分析231
 - 四、2014年国内主要电梯企业动向232
 - 五、2014年国内电梯拟在建项目分析234
- 第九章电梯企业竞争策略分析235
 - 第一节电梯市场竞争策略分析235
 - 一、2015年电梯市场增长潜力分析235
 - 二、2015年电梯主要潜力品种分析236
 - 三、现有电梯产品竞争策略分析237
 - 四、潜力电梯品种竞争策略选择238
 - 五、典型企业产品竞争策略分析238
 - 第二节电梯企业竞争策略分析241
 - 一、国际经济形势对电梯行业竞争格局的影响241
 - 二、全球经济下电梯行业竞争格局的变化242
 - 三、2015-2020年我国电梯市场竞争趋势242
 - 四、2015-2020年电梯行业竞争格局展望243
 - 五、2015-2020年电梯行业竞争策略分析247
 - 六、2015-2020年电梯企业竞争策略分析247
- 第十章国内电梯重点企业竞争分析248
 - 第一节上海三菱电梯有限公司248
 - 一、企业概况248
 - 二、竞争优势分析250
 - 三、2013-2014年经营状况254

- 四、2015-2020年发展战略257
- 第二节日立电梯（中国）有限公司258
 - 一、企业概况258
 - 二、竞争优势分析259
 - 三、2013-2014年经营状况261
 - 四、2015-2020年发展战略262
- 第三节奥的斯电梯公司264
 - 一、企业概况264
 - 二、竞争优势分析265
 - 三、2013-2014年经营状况267
 - 四、2015-2020年发展战略269
- 第四节通力电梯有限公司273
 - 一、企业概况273
 - 二、竞争优势分析274
 - 三、2013-2014年经营状况275
 - 四、2015-2020年发展战略275
- 第五节东芝电梯（中国）有限公司276
 - 一、企业概况276
 - 二、竞争优势分析277
 - 三、2013-2014年经营状况278
 - 四、2015-2020年发展战略278
- 第六节蒂森克虏伯集团278
 - 一、企业概况278
 - 二、竞争优势分析280
 - 三、2013-2014年经营状况280
 - 四、2015-2020年发展战略282
- 第七节迅达集团283
 - 一、企业概况283
 - 二、竞争优势分析284
 - 三、2013-2014年经营状况284
 - 四、2015-2020年发展战略285
- 第八节华升富士达电梯有限公司285
 - 一、企业概况285
 - 二、竞争优势分析286
 - 三、2013-2014年经营状况287

四、2015-2020年发展战略288

第三部分行业前景预测

第十一章电梯发展趋势分析293

第一节2015年电梯产业发展趋势分析293

一、2015年电梯技术趋势293

二、2015年电梯价格趋势295

第二节2015-2020年中国电梯行业发展趋势分析297

一、2015-2020年中国电梯行业发展分析297

二、2015-2020年中国电梯行业技术开发方向300

第三节2015-2020年中国电梯行业前景展望分析301

一、电梯行业市场格局及竞争趋势展望301

二、2015-2020年电梯行业经济效益分析302

三、决定电梯企业市场竞争力的关键因素303

第四节未来电梯行业的发展重点304

一、无齿轮电梯成主流304

二、电梯节能潜力巨大306

三、绿色电梯发展趋势308

四、电梯性能提高趋势309

五、电梯品牌整合趋势309

六、用手机操控的电梯310

第十二章未来电梯行业发展预测312

第一节2015-2020年国际电梯市场预测312

一、2015-2020年全球电梯行业产能预测312

二、2015-2020年全球电梯市场需求前景312

三、2015-2020年全球电梯市场价格预测312

第二节2015-2020年国内电梯市场预测313

一、2015-2020年国内电梯行业产能预测313

二、2015-2020年国内电梯行业产量预测314

三、2015-2020年国内电梯市场需求前景314

四、2015-2020年国内电梯市场价格预测314

五、2015-2020年国内电梯行业集中度预测315

第三节2015-2020年电梯行业运行状况预测315

一、2015-2020年行业工业总产值预测315

二、2015-2020年行业销售收入预测315

三、2015-2020年企业数量及变化趋势预测316

四、2015-2020年行业利润指标及变化趋势预测317

五、2015-2020年行业总资产预测317

第四部分投资战略研究

第十三章电梯行业投资现状分析318

第一节2013年电梯行业投资情况分析318

一、2013年总体投资及结构318

二、2013年投资规模情况318

三、2013年投资增速情况320

四、2013年分行业投资分析320

五、2013年分地区投资分析320

六、2013年外商投资情况320

第二节2014年电梯行业投资情况分析321

一、2014年总体投资及结构321

二、2014年投资规模情况322

三、2014年投资增速情况323

四、2014年分行业投资分析323

五、2014年分地区投资分析323

六、2014年外商投资情况323

第十四章电梯行业投资环境分析324

第一节经济发展环境分析324

一、2013-2014年我国宏观经济运行情况324

二、2015-2020年我国宏观经济形势分析359

三、2015-2020年投资趋势及其影响预测367

第二节政策法规环境分析369

一、2014年电梯行业政策环境369

二、2014年国内宏观政策对其影响370

三、2014年行业产业政策对其影响371

第三节社会发展环境分析372

一、国内社会环境发展现状372

二、2014年社会环境发展分析375

三、2015-2020年社会环境对行业的影响分析382

第十五章电梯行业投资机会与风险384

第一节电梯行业投资效益分析384

一、2013-2014年电梯行业投资状况分析384

二、2015-2020年电梯行业投资效益分析385

- 三、2015-2020年电梯行业投资趋势预测388
- 四、2015-2020年电梯行业的投资方向390
- 五、2015-2020年电梯行业投资的建议390
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析390
- 第二节影响电梯行业发展的主要因素395
 - 一、2015-2020年影响电梯行业运行的有利因素分析395
 - 二、2015-2020年影响电梯行业运行的稳定因素分析396
 - 三、2015-2020年影响电梯行业运行的不利因素分析397
 - 四、2015-2020年我国电梯行业发展面临的挑战分析397
 - 五、2015-2020年我国电梯行业发展面临的机遇分析398
- 第三节电梯行业投资风险及控制策略分析399
 - 一、2015-2020年电梯行业市场风险及控制策略399
 - 二、2015-2020年电梯行业政策风险及控制策略400
 - 三、2015-2020年电梯行业经营风险及控制策略400
 - 四、2015-2020年电梯行业技术风险及控制策略400
 - 五、2015-2020年电梯同业竞争风险及控制策略401
 - 六、2015-2020年电梯行业其他风险及控制策略402
- 第十六章电梯行业投资战略研究405
 - 第一节电梯行业发展战略研究405
 - 一、战略综合规划405
 - 二、技术开发战略405
 - 三、业务组合战略407
 - 四、区域战略规划409
 - 五、产业战略规划409
 - 六、营销品牌战略410
 - 七、竞争战略规划411
 - 第二节对我国电梯品牌的战略思考412
 - 一、企业品牌的重要性412
 - 二、电梯实施品牌战略的意义413
 - 三、电梯企业品牌的现状分析414
 - 四、我国电梯企业的品牌战略415
 - 五、电梯品牌战略管理的策略415
 - 第三节2015-2020年电梯行业投资战略研究416 (ZYLXY)
 - 一、2014年装备制造行业投资战略416
 - 二、2014年我国电梯行业投资战略417

三、2015-2020年电梯行业投资战略418

四、2015-2020年细分行业投资战略419

图表目录：

图表：1900-2003年我国分阶段电梯拥有量及增长率19

图表：2012-2013年我国扶梯产销量及所占比例21

图表：2013年我国电梯内销和出口比例情况表21

图表：2013年我国电梯内销和出口比例情况表22

图表：2010-2014年我国电梯行业生产量及同比增长率23

图表：2009、2014年全球电梯产销量及我国电梯产销量占全球比例26

图表：2009、2014年全球电梯保有量及我国电梯保有量占全球比例26

图表：2014年直梯使用地区比例图27

图表：2009-2010年我国电梯事故发生次数及所占比例30

图表：电梯安全隐患各因素所占比例31

图表：我国电梯行业标准38

图表：高层建筑按米数划分42

图表：高层建筑按层数划分42

图表：2014年上海电梯维修技师及高级技师所占比例60

图表：2014年上海维修从业人员及需求量对比60

图表：2012-2013年进出口对比96

图表：2013年进出口比例概况96

图表：2013年我国政府电梯采购金额108

图表：2013年中国电梯采购地区分布图109

图表：2012-2014年政府电梯采购量及同比增长率对比110

图表：2013-2014年市场供给能力及增长率111

图表：2013-2014年我国电梯市场保有量及增长率112

图表：2014年部分国家电梯人均保有量113

图表：2014年我国电梯销量按地区划分113

图表：2014年政府电梯采购金额114

图表：2014年政府电梯采购数量对比114

图表：2014年电梯采购排名前六的省份采购金额对比115

图表：2013-2014年福建省电梯采购金额及增产率对比115

图表：2012-2013年电梯行业销售额对比117

图表：2012-2013年产品销售利润对比118

图表：2012-2013年电梯行业利润总额对比118

图表：2013年我国电梯市场份额对比图119

- 图表：2012-2013年我国电梯销量对比图120
- 图表：2012-2014年政府电梯采购数量对比120
- 图表：2012-2014年政府电梯采购金额对比121
- 图表：2014年四大梯队市场份额对比124
- 图表：2014年工程机械行业年报披露公司总体经营状况125
- 图表：2013-2014年工程机械行业应收账款概况126
- 图表：2014年中国电梯出口概况126
- 图表：2014年电梯出口扶梯、客梯所占比例127
- 图表：2013-2014年我国电梯出口量及增长率对比129
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标全国合计129
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标北京市合计130
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标天津市合计130
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标河北省合计131
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标山西省合计131
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标内蒙古合计132
- 图表：201-2014年电梯行业主要经济指标辽宁省合计132
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标吉林省合计133
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标黑龙江合计133
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标上海市合计134
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标浙江省合计134
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标安徽省合计135
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标福建省合计135
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标江西省合计136
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标河南省合计136
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标湖北省合计137
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标湖南省合计137
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标广东省合计138
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标广西区合计138
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标海南省合计139
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标重庆市合计139
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标四川省合计140
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标云南省合计140
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标陕西省合计141
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标青海省合计141
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标宁夏区合计142

- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标新疆区合计142
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标山东省合计143
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标江苏省合计143
- 图表：2013-2014年电梯行业主要经济指标甘肃省合计144
- 图表：2013-2014年电梯产品产量全国统计144
- 图表：2013-2014年电梯产品产量北京市统计145
- 图表：2013-2014年电梯产品产量天津市统计145
- 图表：2013-2014年电梯产品产量河北省统计146
- 图表：2013-2014年电梯产品产量内蒙古统计146
- 图表：2013-2014年电梯产品产量辽宁省统计147
- 图表：2013-2014年电梯产品产量吉林省统计147
- 图表：2013-2014年电梯产品产量黑龙江统计148
- 图表：2013-2014年电梯产品产量山西省统计148
- 图表：2013-2014年电梯产品产量上海市统计149
- 图表：2013-2014年电梯产品产量江苏省统计149
- 图表：2013-2014年电梯产品产量浙江省统计150
- 图表：2013-2014年电梯产品产量安徽省统计150
- 图表：2013-2014年电梯产品产量福建省统计151
- 图表：2013-2014年电梯产品产量江西省统计151
- 图表：2013-2014年电梯产品产量山东省统计152
- 图表：2013-2014年电梯产品产量河南省统计152
- 图表：2013-2014年电梯产品产量湖北省统计153
- 图表：2013-2014年电梯产品产量湖南省统计153
- 图表：2013-2014年电梯产品产量广东省统计154
- 图表：2013-2014年电梯产品产量广西区统计154
- 图表：2013-2014年电梯产品产量重庆市统计155
- 图表：2013-2014年电梯产品产量海南省统计155
- 图表：2013-2014年电梯产品产量四川省统计156
- 图表：2013-2014年电梯产品产量云南省统计156
- 图表：2013-2014年电梯产品产量陕西省统计157
- 图表：2013-2014年电梯产品产量甘肃省统计157
- 图表：2013-2014年电梯产品产量青海省统计158
- 图表：2013-2014年电梯产品产量宁夏区统计158
- 图表：2013-2014年电梯产品产量新疆区统计159
- 图表：2014年我国电梯进口情况分析160

- 图表：2014年各月电梯进口情况分析161
- 图表：我国工程机械进出口区域分布161
- 图表：2010-2014年我国电梯行业产量分析162
- 图表：2012-2014年我国电梯出口情况分析163
- 图表：我国工程机械进出口洲际分布164
- 图表：2014-2015年我国电梯进口情况分析167
- 图表：2013-2015年我国电梯出口情况分析168
- 图表：2014-2015年我国房地产投资增速情况分析172
- 图表：2014-2015年我国房地产企业土地购置面积增速情况分析173
- 图表：2014-2015年我国商品房额增速情况分析174
- 图表：2014-2015年我国商品房面积增速情况分析174
- 图表：2014-2015年我国房地产企业本年到位资金分析175
- 图表：2015年1-3月份东中西部地区房地产开发投资情况175
- 图表：2015年1-3月份东中西部地区商品房销售面积情况176
- 图表：2015年1-3月份东中西部地区商品房销售额情况176
- 图表：2015年1-3月份我国房地产开发投资情况176
- 图表：2015年1-3月份我国房屋施工面积情况177
- 图表：2015年1-3月份我国房屋竣工面积情况177
- 图表：2014年消费者电梯品牌偏好分析179
- 图表：2014年电梯用户满意度调查分析180
- 图表：2014年电梯乘坐次数调查分析181
- 图表：电梯乘坐的主要场所分析181
- 图表：2009和2014年全球电梯销量207
- 图表：2009和2014年全球电梯保有量情况207
- 图表：部分国家和地区人均电梯保有量208
- 图表：上海三菱电梯有限公司市场销售网络249
- 图表：上海三菱电梯有限公司产品250
- 图表：上海三菱电梯有限公司能量回馈原理简图254
- 图表：2012-2014年上海三菱电梯有限公司营业收入256
- 图表：2012-2014年上海三菱电梯有限公司销量256
- 图表：2014年上海三菱电梯有限公司销量占全国销量比257
- 图表：2012-2014年上海三菱电梯有限公司主营利润257
- 图表：日立电梯（中国）有限公司服务销售网络259
- 图表：2013-2014年日立电梯销售额261
- 图表：2013-2014年日立电梯销量262

- 图表：2014年日立电梯销量占全国比262
- 图表：日立集团核心价值观263
- 图表：2013-2014年通力电梯销售额275
- 图表：2015-2020年全球电梯行业产能预测312
- 图表：2015-2020年国内电梯行业产量预测314
- 图表：2015-2020年行业工业总产值预测315
- 图表：2015-2020年电梯行业销售收入预测316
- 图表：2015-2020年企业数量及变化趋势预测316
- 图表：2015-2020年行业利润指标及变化趋势预测317
- 图表：2014年国内生产总值初步核算数据324
- 图表：GDP环比增速325
- 图表：2014年1月各地居民价格消费指数326
- 图表：2014年1月消费者价格分类物价指数327
- 图表：2014年2月各地居民价格消费指数327
- 图表：2014年2月消费者价格分类物价指数328
- 图表：2014年3月各地居民价格消费指数329
- 图表：2014年3月消费者价格分类物价指数330
- 图表：2014年4月各地居民价格消费指数330
- 图表：2014年4月消费者价格分类物价指数331
- 图表：2014年5月各地居民价格消费指数332
- 图表：2014年5月消费者价格分类物价指数333
- 图表：2014年6月各地居民价格消费指数333
- 图表：2014年6月消费者价格分类物价指数334
- 图表：2014年7月各地居民价格消费指数335
- 图表：2014年7月消费者价格分类物价指数335
- 图表：2014年8月各地居民价格消费指数336
- 图表：2014年8月消费者价格分类物价指数337
- 图表：2014年9月各地居民价格消费指数337
- 图表：2014年9月消费者价格分类物价指数338
- 图表：2014年10月各地居民价格消费指数339
- 图表：2014年10月消费者价格分类物价指数340
- 图表：2014年11月各地居民价格消费指数340
- 图表：2014年11月消费者价格分类物价指数341
- 图表：2014年12月各地居民价格消费指数341
- 图表：2014年12月消费者价格分类物价指数342

图表：2010-2014年城镇私营单位就业人员年平均工资及名义增速343

图表：2000-2014年城镇非私营单位就业人员年平均工资及名义增速344

图表：2014年城镇私营单位分地区就业人员年平均工资344

图表：2014年城镇非私营单位分地区就业人员年平均工资345

图表：2014年城镇私营单位分行业就业人员年平均工资345

图表：2014年城镇非私营单位就业人员分行业年平均工资346

图表：2014年城镇非私营单位分登记注册类型就业人员年平均工资347

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201507/331237.html>