

2011年-2015年中国电梯行业“十二五”规划发展指导报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011年-2015年中国电梯行业“十二五”规划发展指导报告》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.bosidata.com/qitafangchan1011/C347750IFV.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2010-11-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《中国电梯行业“十二五”规划发展指导报告》共十五章。首先介绍了中国电梯行业相关概述，接着分析了中国电梯行业全球市场发展状况，然后对中国电梯行业市场运行环境及运行现状进行了重点分析，最后分析了中国电梯行业的发展趋势及投资前景，并提出相应投资策略。您若想对中国电梯行业有个系统的了解，透视行业发展现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础，本报告是您不可或缺的重要工具。

中国电梯行业从市场规模上已经有了很大提高，一些自主品牌也逐步提升了自己的产品质量和技术含量，我国政府提出的节约型社会正好让电梯行业中拥有节能电梯技术的企业有机会发展，另外，国外用户比以前更多地青睐中国产品也为中国电梯的崛起提供了机会。目前我国节能电梯技术在某些方面已经达到了国际领先水平，但是节能电梯的普及率还很低，可节电30%以上的无齿轮电梯普及率不及10%，可以能源再生的造能电梯普及率不及2%。因此专家预计，节能电梯市场会在“十一五”期间进入快速增长期。

节能电梯从2001年开始进入我国办公楼、住宅楼、酒店等场所，经过5年的发展，全国的无齿轮电梯市场从几千台增长到近6万台。截至2006年9月，全国取得电梯制造许可证的整机企业超过300家。电梯企业竞争日趋激烈，产品利润率走低，WALESS、奥的斯、三菱等大企业保持了较高的市场份额，中小企业仅占全国1/5的市场份额，同时行业整体企业数目急剧增多。有关专家表示，我国已超过日本成为世界最大的新装电梯市场。由于房地产业、城市公共建设等产业发展迅速，预计未来10年，我国的电梯市场仍将保持每年20%的递增速度，年平均销售额至少500亿美元，我国节能电梯未来市场容量十分可观。

第一章 电梯行业相关概述

第一节 电梯的阐释

一、电梯的概念

二、电梯的分类

三、电梯的组成

四、电梯主参数

第二节 电梯的发展历史

一、世界电梯发展史

二、中国电梯发展史

第二章 “十一五”期间电梯行业全球发展状况分析

第一节 “十一五”期间电梯行业全球发展情况概述

第二节 “十一五”期间电梯行业重点地区发展状况分析

一、北美洲

二、欧洲

三、亚洲

四、其他地区

第三节 “十一五”期间电梯行业全球发展趋势预测

第三章 “十一五”期间中国电梯行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济情况分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国电梯行业政策环境分析

一、电梯行业监管体制分析

二、电梯行业相关政策分析

第四章 “十一五”期间中国电梯产业的发展形势分析

第一节 2009-2010年中国电梯业的发展概况

一、日本电梯企业在中国的专利申请现状

二、国内电梯行业高速发展

三、国内电梯行业发展的五大特点

第二节 2009-2010年中国自动扶梯的发展分析

一、自动扶梯行业发展概况

二、中国自动扶梯行业亟待变革

三、自动扶梯企业的发展战略

四、自动扶梯未来发展趋势

第三节 2009-2010年中国电梯业发展面临的挑战分析

- 一、国内电梯业发展的三大问题
- 二、品牌缺失制约国内本土电梯企业发展
- 三、电梯业面临洗牌的严峻考验

第四节 2009-2010年中国电梯业的发展对策分析

- 一、中国电梯业的发展策略
- 二、推动电梯行业自主创新发展的建议
- 三、中国电梯发展的产业政策与措施
- 四、国内电梯业需要发展OEM

第五章 “十一·五”期间中国电梯市场运行动态分析

第一节 2009-2010年中国电梯市场概况

- 一、中国已成全球最大电梯市场
- 二、中国电梯市场发展概况
- 三、中国住宅电梯市场发展浅析
- 四、中国电梯市场发展变化分析
- 五、电梯市场结构优化的主要表现

第二节 2009-2010年中国电梯市场发展的特点

- 一、电梯的特殊性及表现
- 二、中国电梯市场规模不断扩大
- 三、无齿轮电梯已成市场主流
- 四、电梯市场小机房电梯逐步替代普通电梯

第三节 2009-2010年中国电梯企业的销售管理分析

- 一、电梯企业销售管理的意义和指导思想
- 二、电梯企业销售预测的地位及方法
- 三、电梯产品的销售流程
- 四、电梯企业与销售代理商的关系

第四节 2009-2010年中国电梯市场调查分析

- 一、电梯市场品牌调查
- 二、中国电梯用户满意度调查分析

第五节 2009-2010年中国电梯市场发展存在问题及对策

- 一、中国电梯市场成本失优
- 二、国内电梯采购中存在的主要问题

三、中国住宅电梯推广措施

第六章 2009-2010年中国节能和环保电梯的发展分析

第一节 2009-2010年中国发展节能电梯的必要性

- 一、节能电梯发展紧迫的三大因素
- 二、中国发展节能电梯势在必行
- 三、电梯能耗问题的解决已经刻不容缓

第二节 2009-2010年中国绿色环保电梯发展概况

- 一、环保电梯概述
- 二、绿色节能电梯的发展历程
- 三、绿色环保电梯备受关注
- 四、奥运推动电梯产业进入绿色时代
- 五、绿色电梯发展的重点
- 六、无机房电梯环保优势突出

第三节 2009-2010年中国节能电梯的发展分析

- 一、耗能型电梯与节能型电梯简介
- 二、中国节能型载货电梯节能优势突显
- 三、节能电梯产业的发展建议
- 四、节能是电梯发展的主要趋向
- 五、电梯节能潜力巨大

第七章 2009-2010年中国电梯技术发展分析

第一节 电梯技术概述

- 一、电梯技术分类
- 二、电梯驱动技术
- 三、电梯节能技术

第二节 2009-2010年中国电梯监控技术的应用分析

- 一、中国电梯运行监控系统的开发概述
- 二、中国智能建筑中的电梯监控与弱电之间的关系状况
- 三、电梯监控技术的应用分析

第三节 2009-2010年中国能源再生技术在电梯中的应用

- 一、能源再生电梯技术应用简述

二、电梯能源再生技术有待普及

三、能源再生技术在电梯中的应用展望

第四节 2009-2010年中国电梯技术改造的发展与思考

一、电梯技术改造的内容

二、电梯技术改造的发展

三、电梯技术改造存在的主要问题

第五节 2009-2010年中国电梯技术发展面临的挑战及趋势

一、电梯发展的技术壁垒

二、电梯技术的发展趋向

三、电梯技术的发展方向

四、电梯产品技术发展的十大动向

第八章 电梯行业“十一·五”规划期间行业运行监测数据分析

第一节 2008-2010年中国电梯行业总体数据分析

一、2008年中国电梯行业全部企业数据分析

二、2009年中国电梯行业全部企业数据分析

三、2010年中国电梯行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国电梯行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国电梯行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国电梯行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国电梯行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国电梯行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国电梯行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国电梯行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国电梯行业不同所有制企业数据分析

第九章 集团企业制定“十二·五”规划指导

第一节 集团企业制定“十二·五”规划主要内容

一、“十一·五”战略规划回顾和效果评估

二、“十二·五”规划编制的指导思想和发展思路

三、“十二·五”规划编制的基本出发点

四、“十二·五”规划编制的流程

五、“十二五”规划编制的基础和方法

六、“十二五”规划编制的成果体现

七、“十二五”规划编制的内容

第二节 制订战略规划后的战略管理

一、战略规划的质询、批准与公布

二、战略规划的执行

三、战略执行效果的评估

四、战略检讨与调整

第十章 电梯行业“十二五”区域竞争格局研究

第一节 外商参与中国电梯市场竞争概况

一、跨国电梯公司在华获得机会

二、国际电梯巨头在中国市场已形成垄断地位

三、外资电梯企业加速扩大中国市场份额

四、外资继续把持中国电梯市场

五、日本三大电梯厂商不断加强在华业务

六、日资电梯企业在中高端市场博弈占主导

第二节 2009-2010年中国电梯市场竞争分析

一、中国成为世界电梯公司竞争的主战场

二、中国电梯市场竞争概况

三、电梯的差异化竞争简述

第三节 2009-2010年中国电梯市场的竞争策略分析

一、日本电梯企业在中国市场竞争中的专利战略

二、电梯产品在境内外的市场竞争要领

三、中国电梯企业市场竞争中的生存之道

四、中国中小电梯企业的市场竞争策略

第十一章 国内电梯行业“十二五”规划期重点区域竞争力分析

第一节 广州区域市场

一、广州电梯产业发展历程

二、广州电梯产业发展现状

三、旧房为广州电梯产业带来发展新机遇

第二节 天津区域市场

- 一、天津电梯产业发展历程
- 二、天津电梯产业发展现状
- 三、未来天津电梯产业发展展望

第三节 苏州区域市场

- 一、苏州电梯产业发展历程
- 二、苏州电梯产业发展现状
- 三、苏州电梯产业的发展特色

第四节 杭州区域市场

- 一、杭州电梯产业发展历程
- 二、杭州电梯产业发展现状
- 三、杭州地铁建设给电梯产业带来新机遇

第五节 南浔区域市场

- 一、南浔电梯产业发展历程
- 二、南浔电梯产业发展现状
- 三、南浔电梯产业未来发展展望

第六节 宁波区域市场

- 一、宁波电梯产业发展历程
- 二、宁波电梯产业发展现状
- 三、宁波电梯产业发展特色

第七节 沈阳区域市场

- 一、沈阳电梯产业发展历程
- 二、沈阳电梯产业发展现状
- 三、沈阳电梯产业未来发展展望

第十二章 国际主要电梯企业运行态势分析

第一节 奥的斯电梯公司

- 一、公司概况
- 二、西子奥的斯电梯的发展概述
- 三、奥的斯电梯加快中国市场布局脚步
- 四、奥的斯电梯瞄准中国绿色环保节能市场

第二节 快速电梯公司

- 一、公司概况
- 二、快速电梯迈入高效的企业资源信息化管理时代
- 三、快速电梯发力中国住宅电梯市场
- 四、快速电梯已瞄准绿色环保市场
- 五、快速电梯打造体系竞争力的策略

第三节 迅达集团

- 一、公司概况
- 二、迅达集团经营状况
- 三、迅达电梯推广宣传绿色节能

第四节 通力集团

- 一、公司概况
- 二、通力电梯的发展历程
- 三、通力集团经营状况分析
- 四、通力联手中国巨人进一步抢占电梯市场份额

第五节 蒂森克虏伯电梯集团

- 一、公司概况
- 二、蒂森克虏伯经营状况分析
- 三、未来蒂森克虏伯在中国的规划
- 四、蒂森克虏伯将继续加大投资中山

第六节 华升富士达电梯有限公司

- 一、公司概况
- 二、富士达经营状况分析
- 三、富士达扶梯的SWOT分析
- 四、富士达电梯产品发展策略

第十三章 中国重点电梯企业竞争性财务数据分析

第一节 奥的斯电梯（中国）投资有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 上海三菱电梯有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 广州日立电梯有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 通力电梯有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 迅达（中国）电梯有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 蒂森电梯有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 上海永大电梯设备有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 大连星玛电梯有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 沈阳三洋电梯有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 华升富士达电梯有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十四章 电梯行业“十二五”发展趋势预测分析

第一节 2010-2015年中国电梯行业发展趋势

- 一、未来电梯的发展趋向
- 二、电梯业将迈入无线时代
- 三、中国电梯行业将进入快速发展阶段

第二节 2010-2015年中国电梯市场前景展望分析

- 一、未来影响电梯市场需求的四大因素
- 二、中国电梯需求将持续增长
- 三、IC卡智能电梯市场前景乐观

第三节 2010-2015年中国电梯产业市场预测分析

- 一、市场供需预测分析
- 二、市场进出口预测分析
- 三、竞争格局预测分析

第四节 2010-2015年中国电梯产业市场盈利预测分析

第十五章 电梯行业“十二五”重点项目及投资机会研究

第一节 电梯行业“十二五”规划重大项目情况

第二节 电梯行业“十二五”发展趋势分析

- 一、技术发展预测研究
- 二、市场发展预测研究

第三节 电梯行业“十二五”投资重点分析

第四节 电梯行业“十二五”投资机会分析

第五节 电梯行业“十二五”投资策略研究

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitafangchan1011/C347750IFV.html>