

2015-2020年中国电梯市场 现状分析及投资前景研究报告

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

《2015-2020年中国电梯市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/dianqi1412/W45043712E.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-12-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国电梯市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。介绍了电梯行业相关概述、中国电梯产业运行环境、分析了中国电梯行业的现状、中国电梯行业竞争格局、对中国电梯行业做了重点企业经营状况分析及中国电梯产业发展前景与投资预测。您若想对电梯产业有个系统的了解或者想投资电梯行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

电梯，是指动力驱动，利用刚性导轨运行的箱体或者沿固定线路运行的梯级（踏步），进行升降或者平行运送人、货物的机电设备，包括人（货）电梯、自动扶梯、自动人行道。

全国每年新增的电梯数在30万台以上，占全球每年新增电梯总量的一半以上。2012年，我国在用电梯数量为245万台，同比增长25.64%。国家质检总局统计显示，2012年我国共生产电梯52.9万台，与2011年45.7万台相比，同比增长了15.8%，与2011年的增幅25.2%相比，增幅回落了9.4%。

目前中国仍处于工业化和城市化进程中，住宅建设、商业地产及地铁、机场等基础设施建设方面的投入仍将保持较高水平。未来几年，电梯产品的市场前景良好，行业毛利率水平将保持稳定。随着中国经济发展，房地产市场的逐步回暖，在中国城镇化建设加速的背景下，中国在今后相当长的时间内仍将是全球最大的电梯市场。

报告目录：

第一章 中国电梯产业相关概述分析 13

第一节 电梯行业相关概述 13

一、产品概述 13

二、产品组成 13

三、产品用途 13

第二节 电梯行业经营发展模式 14

一、发展模式 14

二、经营模式 14

三、销售模式 15

第三节 中国电梯产业政策分析 15

一、电梯产业政策分析 15

二、电梯标准分析 16

三、中国电梯行业行规行约 18

四、电梯监督检验规程 19

第二章 2014年中国电梯产业的发展形势分析 25

第一节 中国电梯业的发展概况 25

一、中国电梯行业发展现状分析 25

二、中国电梯行业发展情况分析 28

三、中国电梯行业发展特征分析 30

第二节 中国自动扶梯的发展分析 31

一、自动扶梯行业发展概况 31

二、自动扶梯企业的发展战略 32

三、自动扶梯未来发展趋势 33

第三节 中国电梯业发展面临的挑战分析 36

一、中国电梯行业发展问题分析 36

二、品牌缺失制约国内本土电梯企业发展 36

三、电梯业面临洗牌的严峻考验 37

第四节 中国电梯业的发展对策分析 38

一、中国电梯行业发展策略分析 38

二、推动电梯行业自主创新发展的建议 39

三、中国电梯发展的产业政策与措施 43

四、中国电梯业需要发展OEM 44

第三章 2014年中国电梯市场运行分析 47

第一节 中国电梯市场概况 47

一、中国电梯市场运行分析 47

二、中国电梯生产情况分析 48

三、中国电梯区域消费市场分析 48

四、中国电梯市场产品结构分析 49

第二节 中国电梯市场发展的特点 49

一、电梯的特殊性及表现 49

二、中国电梯产业结构逐步改善 51

三、无齿轮电梯已成市场主流	51
四、电梯市场小机房电梯逐步替代普通电梯	51
第三节 中国电梯企业的销售管理分析	53
一、电梯企业销售管理的意义和指导思想	53
二、电梯企业销售预测的地位及方法	54
三、电梯产品的销售流程	55
四、电梯企业与销售代理商的关系	57
第四节 中国电梯市场调查分析	57
一、电梯市场品牌调查	57
二、中国电梯用户满意度调查分析	58
第五节 中国电梯市场发展存在问题及对策	59
一、中国电梯市场成本失优	59
二、电梯采购中存在的主要问题	60
三、地铁电梯事故所暴露的问题	62
四、中国住宅电梯推广措施	63
第四章 2014年中国节能和环保电梯的发展分析	64
第一节 中国发展节能电梯的必要性	64
一、节能电梯发展紧迫的三大因素	64
二、中国发展节能电梯势在必行	64
三、电梯能耗问题的解决已经刻不容缓	65
第二节 中国绿色环保电梯发展概况	65
一、环保电梯概述	65
二、绿色节能电梯的发展历程	66
三、绿色环保电梯备受关注	67
四、中国企业积极开发绿色环保电梯	68
五、绿色技术缔造电梯节能的典范	68
六、无机房电梯环保优势突出	69
七、绿色电梯的发展方向	70
第三节 中国节能电梯的发展分析	71
一、电梯节电原理分析	71
二、电梯节能技术分析	72

- 三、节能电梯效果分析 73
- 四、节能电梯市场需求分析 74
- 五、节能电梯要突破意识瓶颈 75
- 六、节能型载货电梯节能优势 75

第五章 2014年中国电梯技术发展分析 77

第一节 电梯技术概述 77

- 一、电梯技术分类 77
- 二、电梯驱动技术 78
- 三、电梯节能技术 78

第二节 中国电梯监控技术的应用分析 80

- 一、电梯智能监控系统分析 80
- 二、电梯监控与弱电之间的关系 82
- 三、电梯监控技术的应用分析 83

第三节 中国能源再生技术在电梯中的应用 85

- 一、电梯能源再生原理 85
- 二、电梯再生能源节能效果 87
- 三、电梯能源再生技术有待普及 87

第四节 中国电梯技术改造的发展与思考 88

- 一、电梯技术改造的内容 88
- 二、电梯技术改造的发展 89
- 三、电梯技术改造存在的主要问题 90

第五节 中国电梯技术发展面临的挑战及趋势 90

- 一、电梯发展的技术壁垒 90
- 二、电梯技术的发展趋向 92
- 三、电梯技术的发展方向 94
- 四、电梯产品技术发展的十大动向 94

第六章 2013-2014年中国载客电梯（84281010）进出口状况分析 96

第一节 2013-2014年中国载客电梯进口分析 96

- 一、载客电梯进口数量情况 96
- 二、载客电梯进口金额情况 96

三、载客电梯进口来源分析	97
四、载客电梯进口均价分析	98
第二节 2013-2014年中国载客电梯出口分析	99
一、载客电梯出口数量情况	99
二、载客电梯出口金额情况	99
三、载客电梯出口流向分析	100
四、载客电梯出口均价分析	101
第七章 2014年中国电梯市场竞争格局分析	103
第一节 外商参与中国电梯市场竞争概况	103
一、跨国企业增加在华投入	103
二、跨国企业在华研发并生产	103
三、主要品牌电梯的优势分析	104
四、国际电梯巨头已形成垄断	107
五、日韩企业争夺中国电梯市场	107
六、三菱电机扩大在华电梯市场	107
第二节 中国电梯市场竞争分析	108
一、中国电梯行业洗牌提速	108
二、中国电梯市场竞争格局	108
三、电梯市场品牌竞争分析	109
四、电梯市场区域竞争情况	111
五、电梯的差异化竞争简述	111
六、中国电梯技术竞争现状	112
第三节 中国电梯市场的竞争策略分析	113
一、日本电梯企业在中国市场竞争中的专利战略	113
二、电梯产品在境内外的市场竞争要领	114
三、电梯产品的市场细分策略	114
第四节 中小电梯企业的波特五力竞争分析	116
一、行业内竞争者的威胁	116
二、供应商讨价还价的能力	116
三、购买者讨价还价的能力	117
四、潜在行业进入者的威胁	118

五、产品替代者的威胁 118

第八章 2014年中国电梯产业区域市场格局分析 120

第一节 上海区域市场 120

- 一、上海电梯产业发展历程 120
- 二、上海电梯产业发展现状 122
- 三、上海电梯形成集聚原因探析 123

第二节 广东区域市场 124

- 一、广东电梯产业发展历程 124
- 二、广东在用电梯市场规模 126
- 三、广州旧房改造创造新机遇 126

第三节 山东区域市场 127

- 一、山东电梯产业发展现状 127
- 二、山东电梯产业发展潜力 128
- 三、青岛市电梯安全监督管理办法 129

第四节 沈阳区域市场 131

- 一、沈阳电梯产业发展历程 131
- 二、沈阳电梯产业集聚探析 133
- 三、沈阳电梯产业未来发展 134

第五节 天津区域市场 135

- 一、天津电梯产业发展历程 135
- 二、天津电梯产业发展现状 137
- 三、天津电梯安全监督管理办法 139

第六节 杭州区域市场 140

- 一、杭州电梯产业发展历程 140
- 二、杭州电梯产业发展特色 142
- 三、杭州地铁带来的新机遇 143

第七节 溧阳区域市场 144

- 一、溧阳电梯产业发展历程 144
- 二、溧阳电梯产业发展现状 145
- 三、溧阳电梯市场前景分析 146

第八节 西安区域市场 147

- 一、西安电梯产业发展历程 147
- 二、西安电梯产业发展现状 148
- 三、西安电梯市场前景分析 151

第九章 2014年国际主要电梯企业运营分析 153

第一节 富士达电梯有限公司 153

- 一、公司基本情况 153
- 二、企业经营情况分析 153
- 三、企业优、劣势分析 154
- 四、企业发展策略分析 155

第二节 迅达集团 157

- 一、公司概况 157
- 二、企业经营情况分析 157
- 三、企业推广宣传绿色节能 158

第三节 通力集团 159

- 一、公司基本情况 159
- 二、企业发展历程分析 159
- 三、企业经营情况分析 162
- 四、企业竞争优势分析 162

第四节 蒂森克虏伯电梯集团 163

- 一、公司基本情况 163
- 二、企业经营情况分析 163
- 三、企业投资情况分析 164

第五节 快速电梯公司 165

- 一、公司基本情况 165
- 二、企业迈入信息化管理时代 165
- 三、企业助力绿色住宅发展 166

第十章 2014年中国重点电梯企业运营分析 169

第一节 沈阳博林特电梯股份有限公司 169

- 一、企业发展基本情况 169
- 二、企业主要产品分析 169

三、企业经营情况分析	169
四、企业竞争优势分析	171
五、企业发展战略分析	173
第二节 江南嘉捷电梯股份有限公司	174
一、企业基本情况	174
二、企业主要产品分析	175
三、企业经营情况分析	176
四、企业竞争优势分析	177
五、企业发展战略分析	177
第三节 康力电梯股份有限公司	178
一、企业基本情况	178
二、企业主要产品分析	178
三、企业经营情况分析	179
四、企业竞争优势分析	180
五、企业发展战略分析	181
第四节 奥的斯电梯（中国）投资有限公司	181
一、公司基本情况	181
二、企业主要产品分析	182
三、企业经营情况分析	182
四、企业发展战略分析	183
五、企业发展动态分析	183
第五节 大连星玛电梯有限公司	183
一、公司基本情况	183
二、企业主要产品分析	184
三、企业经营情况分析	184
四、企业竞争优势分析	185
五、企业销售网络分析	185
第六节 东南电梯股份有限公司	186
一、公司基本情况	186
二、企业主要产品分析	187
三、企业经营情况分析	187
四、企业竞争优势分析	187

第七节 蒂森克虏伯电梯(中国)有限公司 188

- 一、公司基本情况 188
- 二、企业发展历程分析 188
- 三、企业主要产品分析 189
- 四、企业经营情况分析 189

第八节 东芝电梯(沈阳)有限公司 190

- 一、公司基本情况 190
- 二、企业主要产品分析 191
- 三、企业经营情况分析 191
- 四、企业营销网络分析 192

第九节 东芝电梯(中国)有限公司 193

- 一、公司基本情况 193
- 二、企业主要产品分析 193
- 三、企业经营情况分析 193
- 四、企业研发能力分析 194
- 五、企业发展战略分析 194

第十节 广州奥的斯电梯有限公司 194

- 一、公司基本情况 194
- 二、企业主要产品分析 194
- 三、企业经营情况分析 195
- 四、企业竞争优势分析 195

第十一节 华升富士达电梯有限公司 195

- 一、公司基本情况 195
- 二、企业主要产品分析 196
- 三、企业经营情况分析 196
- 四、企业发展动态分析 197

第十二节 辽宁富士电梯有限公司 197

- 一、公司基本情况 197
- 二、企业主要产品分析 198
- 三、企业经营情况分析 198
- 四、企业竞争优势分析 199
- 五、企业销售网络分析 199

第十三节 宁波申菱电梯配件有限公司 200

- 一、公司基本情况 200
- 二、企业主要产品分析 200
- 三、企业经营情况分析 200
- 四、企业销售网络分析 201

第十四节 日立电梯(中国)有限公司 201

- 一、公司基本情况 201
- 二、企业主要产品分析 202
- 三、企业经营情况分析 202
- 四、企业发展战略分析 202

第十五节 上海三菱电梯有限公司 203

- 一、公司基本情况 203
- 二、企业主要产品分析 204
- 三、企业经营情况分析 204
- 四、企业研发能力分析 204

第十六节 上海永大电梯设备有限公司 205

- 一、公司基本情况 205
- 二、企业发展历程分析 205
- 三、企业经营情况分析 205
- 四、企业销售网络分析 206

第十七节 迅达(中国)电梯有限公司 206

- 一、公司基本情况 206
- 二、企业主要产品分析 207
- 三、企业经营情况分析 207
- 四、企业发展态势分析 208

第十八节 沈阳三洋电梯有限公司 208

- 一、公司基本情况 208
- 二、企业主要产品分析 208
- 三、企业经营情况分析 209
- 四、企业销售网络分析 209

第十九节 苏州江南快速电梯有限公司 210

- 一、公司基本情况 210

二、企业主要产品分析 210

三、企业经营情况分析 211

四、企业销售网络分析 211

五、企业发展战略分析 211

第二十章 广州广日电梯工业有限公司 211

一、企业发展基本情况 211

二、企业主要产品分析 212

三、企业经营情况分析 212

四、企业发展战略分析 213

第二十一章 天津奥的斯电梯有限公司 213

一、公司基本情况 213

二、企业主要产品分析 213

三、企业经营情况分析 214

四、企业销售网络分析 214

第二十二章 通力电梯有限公司 215

一、公司基本情况 215

二、企业主要产品分析 215

三、企业经营情况分析 215

四、企业销售网络分析 216

第二十三章 西子奥的斯电梯有限公司 216

一、公司基本情况 216

二、企业主要产品分析 217

三、企业经营情况分析 217

四、企业营销网络分析 218

第二十四章 上海中菱电梯有限公司 220

一、公司基本情况 220

二、企业主要产品分析 220

三、企业经营情况分析 220

四、企业销售网络分析 221

第十一章 博思数据关于中国电梯产业发展趋势预测分析 222

第一节 2015-2020年中国电梯行业发展趋势 222

一、未来电梯发展趋向	222
二、未来电梯经营方式	223
三、售后服务大利好	223
第二节 2015-2020年中国电梯市场前景展望分析	224
一、电梯行业发展的有利因素	224
二、电梯行业发展的不利因素	226
三、保障房电梯采购量依然可观	226
四、对节能电梯的需求日益旺盛	227
第三节 2015-2020年中国电梯产业市场预测分析	227
一、市场供需预测分析	227
二、市场出口预测分析	228
三、竞争格局预测分析	229
第四节 2015-2020年中国电梯产业市场盈利预测分析	229
第十二章 2015-2020年中国电梯产业投资机会与风险分析	231
第一节 2015-2020年中国电梯产业投资环境分析	231
第二节 2015-2020年中国电梯产业投资机会分析	232
一、房地产业区域发展不平衡带来机遇和挑战	232
二、既有建筑加装电梯需求显现	232
三、中国节能电梯投资机会分析	233
第三节 2015-2020年中国电梯行业进入壁垒分析	234
一、技术壁垒	234
二、资金壁垒	234
三、资质许可壁垒	234
四、销售与服务网络壁垒	235
五、规模效应与成本控制能力壁垒	235
第四节 2015-2020年中国电梯产业投资风险分析	235
一、原材料价格波动风险	235
二、市场竞争风险	236
三、政策风险	236
四、技术风险	237
第五节 2015-2020年中国电梯产业投资策略建议	238

图表目录

- 图表 1 电梯现行相关标准 16
- 图表 2 2013-2014年中国在用电梯数量统计 25
- 图表 3 世界上主要的品牌电梯企业在华布局情况 26
- 图表 4 中国电梯行业民族品牌发展历程 27
- 图表 5 2013-2014年中国自动扶梯市场容量统计 31
- 图表 6 2013-2014年中国电梯产量统计 48
- 图表 7 中国电梯市场消费区域分布情况 49
- 图表 8 中国电梯市场品牌分布图 58
- 图表 9 中国电梯整机企业按客梯和货梯分类排名 59
- 图表 10 中国电梯整机企业按自动扶梯和自动人行道分类排名 59
- 图表 11 2013-2014年中国节能电梯市场需求量统计 74
- 图表 12 电梯智能监控中心系统结构图 80
- 图表 13 一般通信模块流程图 81
- 图表 14 报警通信模块流程图 82
- 图表 15 四象限变频器的电路原理图 85
- 图表 16 输入电压和输入电流的波形 86
- 图表 17 回馈电流和电网电压波形 86
- 图表 18 2013-2014年中国载客电梯进口数量统计 96
- 图表 19 2013-2014年中国载客电梯进口金额统计 96
- 图表 20 2012年中国载客电梯进口来源地情况 97
- 图表 21 2012年中国载客电梯进口来源地结构分布图 97
- 图表 22 2014年中国载客电梯进口来源地情况 98
- 图表 23 2014年中国载客电梯进口来源地结构分布图 98
- 图表 24 2013-2014年中国载客电梯进口均价情况 99
- 图表 25 2013-2014年中国载客电梯出口数量统计 99
- 图表 26 2013-2014年中国载客电梯出口金额统计 99
- 图表 27 2012年中国载客电梯出口流向情况 100
- 图表 28 2012年中国载客电梯出口流向结构分布图 100
- 图表 29 2014年中国载客电梯出口流向情况 101
- 图表 30 2014年中国载客电梯出口流向结构分布图 101
- 图表 31 2013-2014年中国载客电梯出口均价情况 102

图表 32 2013-2014年中国主要上市电梯公司市场占有率变化情况 109

图表 33 中国电梯品牌竞争格局图 110

图表 34 中国电梯内资品牌与外资品牌发展差异图 111

图表 35 中国电梯市场主要品牌分析比较 112

图表 36 国外电梯三大技术系列比较 113

图表 37 电梯细分市场特点分析 115

图表 38 2013-2014财年富士达电梯有限公司收入与利润统计 153

图表 39 2013-2014财年富士达电梯有限公司收入分地区统计 154

图表 40 2013-2014年迅达集团营业收入与利润统计 157

图表 41 2013-2014年通力集团营业收入统计 162

图表 42 2013-2014财年蒂森克虏伯公司营业收入统计 163

图表 43 2013-2014财年蒂森克虏伯公司营业收入分地区统计 164

图表 44 2014年沈阳博林特电梯股份有限公司分产品情况表 170

图表 45 2014年沈阳博林特电梯股份有限公司业务结构情况 170

图表 46 2014年沈阳博林特电梯股份有限公司分地区情况表 170

图表 47 苏州江南嘉捷电梯股份有限公司电梯类产品情况表 175

图表 48 2014年江南嘉捷电梯股份有限公司分产品情况表 176

图表 49 2014年江南嘉捷电梯股份有限公司业务结构情况 176

图表 50 2014年江南嘉捷电梯股份有限公司产品分地区情况表 177

图表 51 2014年康力电梯股份有限公司分产品情况表 179

图表 52 2014年康力电梯股份有限公司业务结构情况 180

图表 53 2014年康力电梯股份有限公司分地区情况表 180

图表 54 奥的斯电梯(中国)投资有限公司资产及收入统计 183

图表 55 大连星玛电梯有限公司主要产品情况表 184

图表 56 大连星玛电梯有限公司资产及收入统计 184

图表 57 大连星玛电梯有限公司销售网络图 186

图表 58 东南电梯股份有限公司医用电梯图示 187

图表 59 东南电梯股份有限公司资产及收入统计 187

图表 60 蒂森克虏伯电梯(中国)有限公司资产及收入统计 190

图表 61 2-SPACEL- 东芝无机房乘客电梯图示 191

图表 62 东芝电梯(沈阳)有限公司资产及收入统计 192

图表 63 东芝电梯(沈阳)有限公司销售网络图 192

图表 64	年东芝电梯(中国)有限公司资产及收入统计	193
图表 65	广州奥的斯电梯有限公司资产及收入统计	195
图表 66	华升富士达电梯有限公司资产及收入统计	196
图表 67	辽宁富士电梯有限公司主要产品情况表	198
图表 68	辽宁富士电梯有限公司资产及收入统计	198
图表 69	辽宁富士电梯有限公司国内销售网络图	199
图表 70	宁波申菱电梯配件有限公司资产及收入统计	201
图表 71	日立电梯(中国)有限公司资产及收入统计	202
图表 72	上海三菱电梯有限公司资产及收入统计	204
图表 73	上海永大电梯设备有限公司资产及收入统计	205
图表 74	上海永大电梯设备有限公司销售网络图	206
图表 75	迅达(中国)电梯有限公司主要产品图	207
图表 76	迅达(中国)电梯有限公司资产及收入统计	207
图表 77	沈阳三洋电梯有限公司电梯产品统计	209
图表 78	沈阳三洋电梯有限公司资产及收入统计	209
图表 79	苏州江南快速电梯有限公司电梯产品统计	210
图表 80	苏州江南快速电梯有限公司资产及收入统计	211
图表 81	广州广日电梯工业有限公司资产及收入统计	213
图表 82	天津奥的斯电梯有限公司资产及收入统计	214
图表 83	通力电梯有限公司资产及收入统计	216
图表 84	西子奥的斯电梯有限公司电梯图示	217
图表 85	西子奥的斯电梯有限公司资产及收入统计	218
图表 86	西子奥的斯电梯有限公司销售网络图	218
图表 87	西子奥的斯电梯有限公司销售网点详细表	219
图表 88	上海中菱电梯有限公司资产及收入统计	220
图表 89	中国每千人拥有电梯量与发达国家/地区比较	225
图表 90	2015-2020年中国电梯产量预测	227
图表 91	2015-2020年中国在用电梯数量预测	

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/dianqi1412/W450437I2E.html>