

2016-2022年中国电梯行业市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国电梯行业市场运行态势及投资战略研究报告》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.huaon.com/detail/280964.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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。

二、报告目录及图表目录

电梯是指以动力驱动，利用沿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，电梯包括垂直运行的电梯、倾斜方向运行的自动扶梯、倾斜或水平方向运行的自动人行道。

电梯产品的性能主要包括安全性、可靠性、高效性和舒适性。安全性是指电梯产品安全稳定运行的能力，电梯的其他性能均以安全性为前提展开；可靠性是指电梯产品在规定时间内保持规定功能的概率；高效性是指电梯产品在5分钟高峰期内的运输能力；舒适性是指人们乘坐电梯时的内心感觉，研究表明，人们对电梯开关门间隔时间最短要求为30秒，到达目的地最长心理承受时间为90秒，因此，可通过加速度、减速度的运用和气压装置的调整满足人们乘坐电梯时的舒适性要求。

2014年我国电梯行业销售规模约64.06万台，同比2013年的56.86万台增长了12.66%，近几年我国电梯行业销量情况如下表所示：

| 年份 | 消费量（万台） |
|------|---------|
| 2008 | 20.4 |
| 2009 | 23.21 |
| 2010 | 32.97 |
| 2011 | 41.12 |
| 2012 | 47.56 |
| 2013 | 56.86 |
| 2014 | 64.06 |

资料来源：中国电梯行业协会

目前中国已成为世界上电梯保有量最大的国家，截至2013年底，我国电梯保有量达到292.24万台，同比增长19.97%。我国电梯拥有数为21.48台/1万人，与全球平均23.88台/1万人相比，已经接近全球平均水平。而与韩国等地的市场比较来看，我国未来电梯的保有量会达到800万台左右，年新装/更新量会维持在50万台的水平。2014年我国电梯行业保有量约352.5万台，近几年我国电梯行业保有量情况如下图所示：

2008-2014年我国电梯行业保有量情况

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。 报告目录：

第一章 电梯行业相关概述

第一节 电梯的介绍

- 一、电梯的定义
- 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 我国电梯行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 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、2016年中国宏观经济发展预测分析

第二节 我国电梯行业相关管理部门分析

第三节 我国电梯行业相关政策法规分析

第三章 中国电梯产业的发展现状概述

第一节 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、中国电梯行业的发展概述
- 三、国内电梯行业高速发展
- 四、国内电梯行业发展的五大特点

第二节 2014年中国电梯业发展综述

- 一、2014年电梯行业发展概述
- 二、2015年中国电梯业政策评析
- 三、2014年我国电梯行业发展概述

根据行业数据表明，2014年上半年我国整梯生产台数增长率超过了10%，下半年发货量与订单相比比例递减，2014年整梯总产量达到70.8万台，全国电梯保有量将达到350万台以上。

2008-2014年我国电梯行业产量情况

目前，我国电梯行业产业集中度提高，速度加快，发展趋势向好。产业发展格局发生显著变化，表现出强者更强，弱者更弱，行业已进入洗牌期，市场竞争机制和产业政策变化促进了产业结构布局加速向健康方向发展。部分品牌企业及时审时度势，投资区域指向中西部地区目前已陆续投产，使产业区域布局更加合理。使我国原来的长三角、珠三角、环渤海和东北地区三大集中产地，又新增了中西部新的制造基地。在整机制造企业的带动作用，零部件企业一同跟进，一个新的中西部电梯产业集群正在形成。制造与服务业并重，深度开发电梯后市场已成为行业企业发展方向。整梯制造企业积极推进服务产业化，纷纷建立以营销服务为主导的服务网络，网络建设由原来的大中型城市向二三线城市市

场延伸。以旧梯改造业务为突破口建设服务中心、物流中心和培训中心，在工程人力资源管理、流程管理、服务质量管理等方面创新和完善的运营模式已成为行业企业的自觉行动。中国电梯行业由制造业向现代服务业转化的进程正在加快。但是，电梯行业已经进入到成熟期，品种齐全、价位逐年下降、产能过剩，尤其是中低端产品，同质化严重，行业竞争更加激烈，洗牌行动已经开始。制造能力经过近两年的扩大，新增产能15

万台左右，

产能过剩之势仍在发展。而由于新增电梯数量急剧上升和老龄化电梯数量大幅增加，服务业的能力不足问题仍然未得到缓解。

由于城镇化需求和出口增加，中国电梯保有量已突破300

万

台，以及电梯老龄化的自然淘汰和政策及安全标准颁布将加速淘汰进程，为电梯产业发展提供了刚性需求，电梯行业在“十二·

五”

期间仍将保持低速增长不会出现下行拐点，仍然处在换档期，增

量空间仍在，增幅回落是一个常态，保持5%左右的增长是必要的，总体上看，电梯产业的总产值增长比例不会低于社会经济发展速度。电梯行业是一个前途光明的行业。

四、2014年中国电梯用户满意度调查分析

五、2014年中国电梯企业发展成就显著

国际电梯市场呈现垄断竞争的基本格局。整个国际市场基本被美国奥的斯、芬兰通力、瑞士迅达、德国蒂森、日本三菱、东芝、日立、富士达等八大巨头垄断瓜分。它们的销售服务网点遍布世界各个国家和地区，合计约占全球市场份额的70-80%左右。

国际电梯巨头保持了长期的稳健增长，通力、迅达在20-30年的时间里，在本国甚至大部分国家房地产增速缓慢的情况下，保持了20-30年的年均8-9%的复合增长率增长。通力公司近30年收入年均复合增长率达7.8%，1987-2009年迅达集团收入年均增长9.3%。

国际电梯巨头电梯业务2014年收入规模巨大（亿元）

通力、迅达、奥的斯2014年收入规模均超过500亿元，其中奥的斯接近800亿元

国际电梯巨头电梯业务2004-2014年收入规模

目前，国内市场近

70%左右仍为外资品牌企业占据。其中，奥的斯、三菱、日立三大品牌占据了国内40-50%的市场份额，迅达、通力、蒂森、东芝、富士达等其他外资品牌占据20-30%的市场份额，内资企业约占30%左右的份额。

在内资企业中，崛起了江南嘉捷、康力、博林特、东莞飞鹏、苏州申龙、苏州东南、河南许继等7家民族品牌电梯企业，占内资电梯企业的50%左右的市场份额。其他500多家中小企业占据内资电梯市场其余

50%左右的市场份额。

外资品牌企业占据国内电梯 70%左右的市场份额

民族品牌电梯企业以江南嘉捷、康力、博林特为龙头

大型电梯整机制造企业对产业链控制较强。大型整机制造企业处于电梯产业链关键环节，掌握着最核心的驱动技术、控制技术及整合技术。因此它们通常既把握着整机的研发制造，将零配件外包给配件生产企业，又控制销售渠道，对下游具有较高的议价能力和严格的付款条件，现金流状况良好。

独特的经营模式和在产业链中的控制地位，使得电梯企业具有充足的现金流。 2014年江南嘉捷、康力电梯等主要电梯企业经营性现金流净额均超过了 2 亿元，上海机电更是超过了20 亿元。 2012-2014 年主要电梯企业的销售现金比率在 10%-20%之间，远高于机械行业平均水平。

主要电梯企业现金流状况良好，手持现金量更多 资料来源：公开资料整理

电梯企业销售现金比率远高于机械行业 资料来源：公开资料整理

第三节 中国自动扶梯的发展

- 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

第四节 中国电梯业发展面临的挑战

- 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

第五节 中国电梯业的发展对策

- 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

第四章 节能和环保电梯的发展前景分析

第一节 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 绿色环保电梯发展概况

- 一、环保电梯介绍

- 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 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

第五章 我国电梯行业技术发展现状分析

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 电梯监控技术的应用

- 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 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 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 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

第六章 电梯产业区域市场发展情况分析

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

第七章 国外电梯产业重点企业分析

第一节 奥的斯电梯公司

- 一、公司简介
- 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、公司简介
- 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、公司简介
- 二、2013年迅达集团经营状况
- 三、2014年迅达集团经营状况分析
- 四、2015年迅达集团经营状况分析

第四节 通力集团

- 一、公司简介
- 二、通力电梯的发展历程
- 三、2013年通力集团经营状况分析
- 四、2014年通力集团经营状况分析
- 五、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、公司简介
- 二、2013财年蒂森克虏伯经营状况分析
- 三、2014财年蒂森克虏伯经营状况分析
- 四、2015财年蒂森克虏伯经营状况分析
- 五、未来蒂森克虏伯在中国的规划
- 六、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、公司简介
- 二、2013财年富士达经营状况分析
- 三、2014财年富士达经营状况分析
- 四、富士达扶梯的SWOT分析
- 五、富士达电梯产品发展策略

第八章 中国重点电梯企业竞争力分析

第一节 上海机电股份有限公司（600835）

- 一、公司简介

二、2013年1-12月上海机电经营状况分析

三、2014年1-12月上海机电经营状况分析

四、2015年1-9月上海机电经营状况分析

五、上海机电发展战略

第二节 上海三菱电梯有限公司

一、公司简介

二、上海三菱引领中国电梯业

三、上海三菱电梯公司发展综述

四、三菱电梯发展已突破速度瓶颈

第三节 日立电梯（中国）有限公司

一、公司简介

二、日立电梯公司的发展概述

三、2014年日立电梯业绩增长情况

四、日立电梯积极参与中国电梯标准化工作

五、日立电梯在中国的制胜策略

第四节 东芝电梯（沈阳）有限公司

一、公司简介

二、东芝电梯（沈阳）有限公司与房地产商的合作战略

三、东芝电梯新型电梯产品增加情况

四、东芝电梯技术引领未来

第五节 康力电梯股份有限公司（002367）

一、公司简介

二、康力集团电梯发展获得的成就

三、2015年康力电梯发展概况

第六节 杭州新马电梯有限公司

一、公司简介

二、新马电梯的发展状况

三、新马电梯差异化战略获得新发展

第九章 中国电梯市场发展现状分析

第一节 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 2010-2015年中国电梯市场发展分析

- 一、跨国企业加速抢占中国电梯市场
- 二、2014年中国电梯市场品牌调查分析
- 三、2014年中国电梯市场发展简况
- 四、2015年中国电梯市场发展状况

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十章 中国电梯市场竞争分析

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 中国电梯市场竞争

- 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 电梯市场的竞争策略

- 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 电梯业投资及发展前景

第一节 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 电梯市场前景展望

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

四、2016-2022年中国电梯市场预测分析

第三节 中国电梯业的投资

一、4万亿元投资计划利好电梯产业投资发展

二、房地产业发展给电梯企业带来机遇和挑战

三、跨国电梯企业在华投资分析

四、中国电梯业投资建议

附录：

附录一：中国电梯行业行规行约

附录二：电梯监督检验规程

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：电梯行业产业链

图表：2011-2015年我国电梯行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国电梯行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国电梯行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国电梯行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

- 图表：企业负债情况图
- 图表：企业负债指标走势图
- 图表：企业运营能力指标走势图
- 图表：企业成长能力指标走势图
- 图表：企业4
- 图表：企业主要经济指标走势图
- 图表：企业经营收入走势图
- 图表：企业盈利指标走势图
- 图表：企业负债情况图
- 图表：企业负债指标走势图
- 图表：企业运营能力指标走势图
- 图表：企业成长能力指标走势图
- 图表：企业5
- 图表：企业主要经济指标走势图
- 图表：企业经营收入走势图
- 图表：企业盈利指标走势图
- 图表：企业负债情况图
- 图表：企业负债指标走势图
- 图表：企业运营能力指标走势图
- 图表：企业成长能力指标走势图
- 图表：企业6
- 图表：企业主要经济指标走势图
- 图表：企业经营收入走势图
- 图表：企业盈利指标走势图
- 图表：企业负债情况图
- 图表：企业负债指标走势图
- 图表：企业运营能力指标走势图
- 图表：企业成长能力指标走势图
- 图表：其他企业.....
- 图表：主要经济指标走势图
- 图表：2011-2015年电梯行业市场供给
- 图表：2011-2015年电梯行业市场需求
- 图表：2011-2015年电梯行业市场规模
- 图表：电梯所属行业生命周期判断
- 图表：电梯所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国电梯行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国电梯行业供给预测

图表：2016-2022年中国电梯行业需求预测

图表：2016-2022年中国电梯行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/280964.html>