

2016-2022年中国电梯行业市场运营态势及投资前景预测报告

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营态势及投资前景预测报告》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/281542.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

近 10 年来，随着国民经济的持续发展、房地产行业的高速运行以及城镇化进程的加快推进，中国已经成为全球大的电梯制造地和销售国。2003-2014

年，中国的电梯保有量快速增加，从 36.17 万台增长至 359.85 万台，年均增速约 20%。

2002-2014 年中国电梯保有量

中国电梯制造业快速发展，电梯产量从 2006 年的 16.8 万台上升至 2014 年的 70 万台，年复合增长率约 19.53%；电梯销量从 2006 年的 16.7 万台上升至 2014 年的 65 万台，年复合增长率约 18.52%。

2006-2014 年中国电梯产量

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 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、中国电梯行业行规约 18

四、电梯监督检验规程 19

第二章 2015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 2015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 2015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 2015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 2009-2015年中国载客电梯（84281010）进出口状况分析 96

第一节 2009-2015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 2009-2015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 2015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、跨国企业在中国研发并生产 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 2015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 2015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 2015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

第二十节 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

第二十一节 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

第二十二节 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

第二十三节 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

第二十四节 上海三菱电梯有限公司 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 2016-2022年中国电梯产业发展趋势预测分析 222

第一节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022年中国电梯产业市场盈利预测分析	229
第十二章 2016-2022年中国电梯产业投资机会与风险分析	231
第一节 2016-2022年中国电梯产业投资环境分析	231
第二节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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 2009-2014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 2009-2014年中国自动扶梯市场容量统计	31
图表 6 2009-2014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 2009-2014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 2009-2015年中国载客电梯进口数量统计 96

图表 19 2009-2015年中国载客电梯进口金额统计 96

图表 20 2014年中国载客电梯进口来源地情况 97

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/281542.html>