

2017-2022年中国电梯维修保养行业市场深度调查 评估及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国电梯维修保养行业市场深度调查评估及投资方向研究报告》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/291597.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

电梯保养 take good care of lift 指定期对运行的电梯部件进行检查、加油、清除积尘、调试安全装置的工作。包括电梯曳引钢丝绳的无损检测与润滑维护等。

起重设备的总体设计不允许钢丝绳具有无限长的使用寿命。严格讲，钢丝绳从投入使用之后，其性能就开始降低。钢丝绳在使用期间，一定要按规定进行定期检验，通过对钢丝绳实时监控，为安全、有效地使用钢丝绳提供依据。通常，对钢丝绳的检验分为外部检验和内部检验。外部检验是指观察钢丝绳表面的腐蚀、变形等外部缺陷，用游标卡尺测量钢丝绳直径减小量来检验其磨损程度，并目测检查钢丝绳的可见断丝数是否超过报废标准。从使用中对钢丝绳检验和报废的经验表明，钢丝绳内部损伤主要由于腐蚀和正常的疲劳造成，这是许多钢丝绳失效的首要原因。通常的外部检验发现不了内部损伤的程度，甚至到了迫近断裂的危险地步也如此，所以，钢丝绳内部检验非常必要。传统内部检验的方法是：将两个适当尺寸的夹钳相隔100~200mm牢固地夹在钢丝绳上，朝着与钢丝绳捻向相反方向对夹钳施力，外层绳股便会散开脱离绳芯，再用探针清除钢丝绳内部的碎屑后进行观测。操作时，用力必须适度，以避免绳股被过度移位造成永久变形。传统内部检验方法缺点较多，如无法检验绳股内层丝损伤状况；操作较繁琐，效率低，不便对全长各个部位进行检查；操作不当可能会导致钢丝绳结构破坏；由于内部损伤隐蔽性更大，检验人员受经验制约，不一定能准确发现缺陷等。因此，《电梯监督检验规程》要求必要时用钢丝绳探伤仪全长检测或分段检测。无损检测技术是利用物质的某些物理性质因存在缺陷或组织结构上的差异使其物理量发生变化这一现象，在不损伤被检物使用性能及形态的前提下，通过测量这些变化来了解和评价被检测的材料、产品和设备构件的性质、状态、质量的一种特殊的检测技术。在特种设备检验行业中，无损探伤一直是承压类特种设备的主要检测手段，以前在电梯检验中运用较少，随着检验技术的发展，应用越来越广泛。

从上世纪初南非研制出世界上第一台钢丝绳探伤仪至今，已有整整100年的历史。世界范围内，钢丝绳无损探伤采用的各种检测技术原理已经几乎覆盖了近代物理学的各个分支学科，如：声学检测、射线检测、机械检测、涡流检测、超声波检测、振动检测、磁检测等技术原理。通常将钢丝绳无损探伤技术分为磁检测技术和非磁检测技术两大类，非磁检测方法因检测信号易受干扰、检测结果难以记录、设备费用太高、检测局限性太大等原因未能推广应用。早期的磁检测钢丝绳探伤仪，一般是基于对永磁体钢丝绳实施强磁激励后，其缺陷对空间磁场分布及磁通总量产生影响的原理。钢丝绳的损伤如磨损、断裂或腐蚀等缺陷会影响磁通量的变化，造成磁场泄漏，通过对布置适当的传感器来感应空间磁场的变化及总磁通量的变化，可以对钢丝绳的损伤情况进行评估。对钢丝绳检测设备最基本、最重要的要求就是在各种干扰之下灵敏地、准确无误地识别钢丝绳缺陷的信号，排除各种噪声干扰，从而获得钢丝绳损伤的真实信息，并在此基础上对这些信息进行分析处理，形成对钢丝绳损伤的判断。目前有一种钢丝绳探伤仪是基于空间磁场矢量合成原理，采用新型高灵敏传感器技术和弱磁

检测方法，实现了对钢丝绳各种损伤的实际承载金属有效截面积损失率的定量检测和对钢丝绳疲劳损伤的在线检测。有的钢丝绳探伤仪配备电梯专用探头，可同时检测多根曳引钢丝绳，操作更为便捷。

电梯市场由三部分构成：新装需求，维保需求和更新需求。一台电梯的生命周期起自于新梯安装，一般在安装完毕的12个月后最长不超过30个月开始需要进行维修保养，进入维保周期，在电梯运行15年之后，将被淘汰更新。

电梯新增市场主要相关行业房地产行业，因此受经济周期的影响最大，但更新市场、维保市场主要与存量相关，与经济周期弱相关，更新市场的主要影响因素是电梯使用年限，而维保市场主要与安全监管的力度有关。随着我国大量电梯进入淘汰周期、“奥的斯事件”后电梯安全监管力度加大，我国电梯更新市场、维保市场将进入快速增长阶段，属于电梯市场中的一片“蓝海”。

三个细分市场影响因素不同

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1章：中国电梯维修保养行业发展综述

1.1 电梯维保行业发展历程

1.1.1 行业的定义

1.1.2 行业发展历程

1.1.3 行业主要特点

- (1) 服务的长期性，持久性
- (2) 行业竞争激烈
- (3) 专业维修人才缺乏

1.2 电梯维保行业发展环境

1.2.1 经济环境分析

- (1) 国内宏观经济环境
- (2) 国内宏观经济环境预测
- (3) 经济环境对行业的影响

1.2.2 政策环境分析

- (1) 《特种设备安全法》
- (2) 政策环境对行业的影响

1.2.3 技术环境分析

- (1) 技术专利申请数量分析
- (2) 技术专利申请人结构分析
- (3) 技术环境对行业的影响

1.2.4 社会环境分析

- (1) 商品房面积持续增多
- (2) 电梯事故不断
- (3) 社会环境对行业的影响

第2章：中国电梯行业市场规模分析

近年来随着我国房地产市场的快速发展，机场、轨道交通等大量基础设施的动工建设，国内电梯销售市场呈现快速增长态势，截至2014年底，国内电梯保有量达到352.5万台。

2008-2014年我国电梯保有量及增长速度统计表（万台，%）

2.1 电梯行业市场规模分析

2.1.1 电梯产量规模分析

2.1.2 电梯消费量规模分析

2014年我国电梯产量70万台，出口7.4万台，进口0.17万台，表观消费量约为62.77万台。产量和销售量分别占全球市场的65%和60%。2014年我国电梯保有量达到360万台，占全球总保有量1200万台的30%左右，预计2015年我国电梯市场的保有量将突破400万台，我国已然是全球最大的电梯市场。

2.1.3 电梯保有量规模分析

2.2 电梯行业供需状况分析

2.2.1 中国电梯行业供给情况分析

- (1) 全国电梯行业总产值分析
- (2) 全国电梯行业产成品分析

2.2.2 中国主要城市电梯行业供给情况分析

- (1) 总产值排名居前的10个地区分析
- (2) 产成品排名居前的10个地区分析

2.2.3 中国电梯行业需求情况分析

- (1) 全国电梯行业销售产值分析
- (2) 全国电梯行业销售收入分析

2.2.4 中国主要城市电梯行业需求情况分析

- (1) 销售产值排名居前的10个地区分析
- (2) 销售收入排名居前的10个地区分析

2.2.5 中国电梯行业产销率分析

2.3 中国主要电梯品牌市场占有率分析

2.3.1 奥的斯电梯

- (1) 品牌主要特点分析
- (2) 品牌电梯优势分析
- (3) 品牌市场占有率分析
- (4) 品牌电梯维护保养分析

2.3.2 三菱电梯

- (1) 品牌主要特点分析
- (2) 品牌电梯优势分析
- (3) 品牌市场占有率分析
- (4) 品牌电梯维护保养分析

2.3.3 日立电梯

- (1) 品牌主要特点分析
- (2) 品牌电梯优势分析
- (3) 品牌市场占有率分析
- (4) 品牌电梯维护保养分析

2.3.4 蒂森电梯

- (1) 品牌主要特点分析
- (2) 品牌电梯优势分析
- (3) 品牌市场占有率分析
- (4) 品牌电梯维护保养分析

2.3.5 通力电梯

- (1) 品牌主要特点分析
- (2) 品牌电梯优势分析
- (3) 品牌市场占有率分析
- (4) 品牌电梯维护保养分析

2.3.6 迅达电梯

- (1) 品牌主要特点分析
- (2) 品牌电梯优势分析
- (3) 品牌市场占有率分析
- (4) 品牌电梯维护保养分析

2.3.7 东芝电梯

- (1) 品牌主要特点分析
- (2) 品牌电梯优势分析

- (3) 品牌市场占有率分析
- (4) 品牌电梯维护保养分析

2.3.8 富士达电梯

- (1) 品牌主要特点分析
- (2) 品牌电梯优势分析
- (3) 品牌市场占有率分析
- (4) 品牌电梯维护保养分析

2.3.9 帝奥电梯

- (1) 品牌主要特点分析
- (2) 品牌电梯优势分析
- (3) 品牌市场占有率分析
- (4) 品牌电梯维护保养分析

2.3.10 博林特电梯

- (1) 品牌主要特点分析
- (2) 品牌电梯优势分析
- (3) 品牌市场占有率分析
- (4) 品牌电梯维护保养分析

第3章：中国电梯安全检测市场发展分析

3.1 电梯质量安全问题分析

- 3.1.1 电梯安全事故类型分析
- 3.1.2 电梯安全事故原因分析
- 3.1.3 典型电梯安全事故统计
- 3.1.4 典型电梯事故案例分析

3.2 电梯安全检测市场分析

- 3.2.1 电梯安全故障情况分析
- 3.2.2 电梯检验常见问题分析
- 3.2.3 电梯质量安全管理分析
- 3.2.4 电梯安全检测市场现状
- 3.2.5 电梯安全检测需求情况

3.3 电梯能效检测发展分析

- 3.3.1 电梯节能需求情况分析
 - (1) 电梯能耗情况分析
 - (2) 电梯节能潜力分析
 - (3) 电梯节能改造情况

3.3.2 电梯能耗检测方法分析

3.3.3 电梯能效检测动向分析

第4章：中国电梯维修保养行业市场现状分析

4.1 电梯维保市场现状分析

4.1.1 电梯维修市场规模分析

4.1.2 电梯运营安全隐患分析

(1) 电梯行业价值链分析

(2) 电梯行业专业化利润

(3) 电梯维修利润乘数

(4) 电梯维修售后利润

4.1.3 电梯维修保养市场特点

(1) 物业预算硬约束

(2) 维修效果与效应反比倾向

(3) 四个关键维修要点

4.2 电梯维保市场竞争分析

4.2.1 电梯维修保养区域竞争分析

(1) 电梯维修保养市场类型

(2) 电梯维修市场区域分布

4.2.2 国内电梯维修服务商生存现状

(1) 核心技术受品牌厂商控制

(2) 品牌厂商收缩保养业务

(3) 小维修服务商夹缝生存

第5章：中国电梯维修保养市场需求前景分析

5.1 中国民用住宅电梯维保需求分析

5.1.1 民用住宅电梯市场容量分析

5.1.2 民用住宅电梯应用类型分析

5.1.3 民用住宅电梯安全事故分析

(1) 住宅电梯安全事故产生的原因

(2) 住宅电梯安全事故防范措施

5.1.4 住宅电梯维修保养需求情况

5.1.5 住宅电梯维修保养需求前景

5.2 中国商业建筑电梯维保需求分析

5.2.1 商场电梯维修保养需求分析

(1) 商场电梯市场容量分析

- (2) 商场电梯维保需求分析

- (3) 商场电梯维保需求前景

5.2.2 酒店电梯维修保养需求分析

- (1) 酒店电梯市场容量分析

- (2) 酒店电梯维保需求分析

- (3) 酒店电梯维保需求前景

5.2.3 写字楼电梯维修保养需求分析

- (1) 写字楼电梯市场容量分析

- (2) 写字楼电梯维保需求分析

- (3) 写字楼电梯维保需求前景

5.3 中国公共建筑电梯维保需求分析

5.3.1 医院电梯维修保养需求分析

- (1) 医院电梯市场容量分析

- (2) 医院电梯维保需求分析

- (3) 医院电梯维保需求前景

5.3.2 图书馆电梯维修保养需求分析

- (1) 图书馆电梯市场容量分析

- (2) 图书馆电梯维保需求分析

- (3) 图书馆电梯维保需求前景

5.4 中国交通客运中心电梯维保需求分析

5.4.1 汽车站电梯维修保养需求分析

- (1) 汽车站电梯市场容量分析

- (2) 汽车站电梯维保需求分析

- (3) 汽车站电梯维保需求前景

5.4.2 火车站电梯维修保养需求分析

- (1) 火车站电梯市场容量分析

- (2) 火车站电梯维保需求分析

- (3) 火车站电梯维保需求前景

5.4.3 地铁站电梯维修保养需求分析

- (1) 地铁站电梯市场容量分析

- (2) 地铁站电梯维保需求分析

- (3) 地铁站电梯维保需求前景

5.4.4 航空机场电梯维修保养需求分析

- (1) 航空机场电梯市场容量分析

- (2) 航空机场电梯维保需求分析

(3) 航空机场电梯维保需求前景

第6章：中国重点城市电梯维修保养市场投资机会分析

6.1 北京市电梯维保市场投资机会

6.1.1 电梯维修保养市场运营现状

6.1.2 电梯维修保养市场需求分析

6.1.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.2 上海市电梯维保市场投资机会

6.2.1 电梯维修保养市场运营现状

6.2.2 电梯维修保养市场需求分析

6.2.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.3 广州市电梯维保市场投资机会

6.3.1 电梯维修保养市场运营现状

6.3.2 电梯维修保养市场需求分析

6.3.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.4 深圳市电梯维保市场投资机会

6.4.1 电梯维修保养市场运营现状

6.4.2 电梯维修保养市场需求分析

6.4.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.5 天津市电梯维保市场投资机会

6.5.1 电梯维修保养市场运营现状

6.5.2 电梯维修保养市场需求分析

6.5.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.6 杭州电梯维保市场投资机会

6.6.1 电梯维修保养市场运营现状

6.6.2 电梯维修保养市场需求分析

6.6.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.7 无锡市电梯维保市场投资机会

6.7.1 电梯维修保养市场运营现状

6.7.2 电梯维修保养市场需求分析

6.7.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.8 常州市电梯维保市场投资机会

6.8.1 电梯维修保养市场运营现状

6.8.2 电梯维修保养市场需求分析

6.8.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.9 厦门市电梯维保市场投资机会

6.9.1 电梯维修保养市场运营现状

6.9.2 电梯维修保养市场需求分析

6.9.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.10 合肥市电梯维保市场投资机会

6.10.1 电梯维修保养市场运营现状

6.10.2 电梯维修保养市场需求分析

6.10.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.11 青岛市电梯维保市场投资机会

6.11.1 电梯维修保养市场运营现状

6.11.2 电梯维修保养市场需求分析

6.11.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.12 沈阳市电梯维保市场投资机会

6.12.1 电梯维修保养市场运营现状

6.12.2 电梯维修保养市场需求分析

6.12.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.13 长沙市电梯维保市场投资机会

6.13.1 电梯维修保养市场运营现状

6.13.2 电梯维修保养市场需求分析

6.13.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.14 武汉市电梯维保市场投资机会

6.14.1 电梯维修保养市场运营现状

6.14.2 电梯维修保养市场需求分析

6.14.3 电梯维修保养市场投资潜力

6.15 成都市电梯维保市场投资机会

6.15.1 电梯维修保养市场运营现状

6.15.2 电梯维修保养市场需求分析

6.15.3 电梯维修保养市场投资潜力

第7章：中国典型电梯维修保养企业经营策略分析(AK HT)

7.1 深圳市美迪斯电梯有限公司

7.1.1 企业发展概况

7.1.2 企业经营业务分析

7.1.3 企业经营能力分析

7.1.4 企业经营网络分布

7.1.5 企业经营优劣势分析

7.1.6 企业最新发展动向

7.2 东莞市张丰合号电梯有限公司

7.2.1 企业发展概况

7.2.2 企业经营业务分析

7.2.3 企业经营能力分析

7.2.4 企业经营策略分析

7.2.5 企业经营优劣势分析

7.3 广东升达电梯有限公司

7.3.1 企业发展概况

7.3.2 企业经营业务分析

7.3.3 企业产品结构分析

7.3.4 企业运营优劣势分析

7.4 深圳市迅航电梯有限公司

7.4.1 企业发展概况

7.4.2 企业经营业务分析

7.4.3 企业经营网络分析

7.4.4 企业经营优劣势分析

7.5 江苏汇菱电梯有限公司

7.5.1 企业发展概况

7.5.2 企业经营业务分析

7.5.3 企业经营业绩分析

7.5.4 企业经营优劣势分析

7.6 江苏天明电梯有限公司

7.6.1 企业发展概况

7.6.2 企业经营业务分析

7.6.3 企业经营业绩分析

7.6.4 企业经营优劣势分析

7.7 北京安达利电梯有限公司

7.7.1 企业发展概况

7.7.2 企业经营业务分析

7.7.3 企业经营能力分析

7.7.4 企业经营网络分析

7.7.5 企业经营优劣势分析

7.8 北京中建华宇机电工程有限公司

7.8.1 企业发展概况

7.8.2 企业经营业务分析

7.8.3 企业经营能力分析

7.8.4 企业经营优劣势分析

7.9 北京燕园图新电梯自动化技术有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.10 深圳市方兴达电梯有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.11 北京龙臣电梯企业集团公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.12 北京新兴工美电梯服务有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.13 北京北安华电电梯工程有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.14 南京宝达电梯服务有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.16 沈阳华维三洋电梯服务有限公司

7.16.1 企业发展概况

7.16.2 企业经营业务分析

7.16.3 企业经营优劣势分析

7.17 北京富胜电梯维修有限公司

7.17.1 企业发展概况

7.17.2 企业经营业务分析

7.17.3 企业经营优劣势分析

7.18 武汉天域梯业有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.19 上海跃菱电梯销售有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.20 东莞市顺捷电梯有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.21 沈阳申菱电梯维修有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.22 唐山长顺电梯维修有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.23 北京日立电梯工程技术有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第8章：中国电梯维修保养市场前景及投资机会风险

8.1 电梯维保行业发展趋势

8.1.1 行业发展驱动因素分析

- (1) 直接因素
- (2) 间接因素

8.1.2 行业整体发展趋势预测

8.1.3 行业企业转型趋势预测

8.2 电梯维保行业投资机会分析

8.2.1 行业投资门槛分析

8.2.2 行业投资风险分析

8.2.3 行业投资前景分析

8.2.4 行业投资机会分析(AK HT)

部分图表目录：

图表1：电梯行业产业链示意图

图表2：电梯维修保养行业发展历程

图表3：电梯的生命历程

图表4：2011-2016年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表5：2014-2016年中国房地产投资增速变化情况（单位：%）

图表6：《特种设备安全法》对电梯维修保养做出的规定

图表7：中国电梯维修保养技术专利申请人及专利名称

图表8：2014-2016年全国商品房销售面积及销售额增速（单位：%）

图表9：2014-2016年全国电梯事故发生数及死亡数（单位：起，人）

图表10：2008-2015年中国电梯产量（单位：万台，%）

图表11：2008-2015年中国电梯消费量（单位：万台，%）

图表12：2008-2015年中国电梯保有量（单位：万台）

图表13：2010-2015年电梯行业工业总产值（单位：亿元）

图表14：2010-2015年电梯行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表15：2014-2016年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表16：2015年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表17：2014-2016年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表18：2015年产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

图表19：2010-2015年电梯行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表20：2010-2015年电梯行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表21：2014-2016年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表22：2015年销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表23：2014-2016年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/291597.html>