

2017-2022年中国电梯安装行业分析及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国电梯安装行业分析及发展趋势预测报告》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/315265.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

报告目录：

第一章中国电梯安装行业发展环境15

第一节政策环境15

一、电梯安装行业监管体制15

二、电梯安装监督管理流程16

三、电梯维修保养行业相关政策16

（一）《中华人民共和国特种设备安全法》16

（二）《特种设备安全监察条例》18

（三）《电梯技术条件》40

（四）《电梯维修保养安全管理规范》41

（五）《关于进一步加强公共交通领域电梯安全工作的指导意见》55

（六）《关于加强自动扶梯和自动人行道安全监察工作的通知》56

第二节经济环境56

一、中国gdp增长情况56

二、工业经济发展形势58

三、社会消费品零售总额59

四、城乡居民收入增长情况60

五、居民消费价格变化61

六、对外贸易发展形势63

第三节社会环境63

一、中国人口规模及结构63

二、中国城市化进程分析65

三、社会消费结构的升级66

四、城镇固定资产投资加速67

第四节技术环境68

一、行业技术水平分析68

二、行业技术特点分析68

三、行业技术改造分析68

四、行业技术发展趋势70

第二章中国电梯行业发展状况分析71

第一节电梯市场发展状况分析71

一、电梯行业发展状况分析71

（一）电梯行业发展现状71

- (二) 电梯市场运行状况74
- (三) 电梯企业发展分析75
- 二、电梯市场生产情况分析77
 - (一) 电梯市场产量情况77
 - (二) 电梯市场产品结构77
 - (三) 电梯市场成本分析78
- 三、电梯市场消费情况分析79
 - (一) 电梯消费市场价格79
 - (二) 电梯细分市场结构80
- 四、我国电梯进出口概况81
- 五、电梯采购招标情况分析82
 - (一) 电梯采购程序分析82
 - (二) 电梯采购招标情况83
- 六、电梯oem市场现状分析85
- 第二节电梯行业市场经营特点86
 - 一、以销定产的行业导向86
 - 二、整机制造企业对产业链控制较强86
 - 三、电梯产业链长及领域涉及广87
 - 四、电梯安装改造维修业务地位提高87
 - 五、电梯和物流业发展联系密切87
 - 六、电梯购买者和使用者相分离87
- 第三节电梯企业经营发展模式88
 - 一、电梯企业发展模式88
 - 二、电梯企业经营模式88
 - 三、电梯企业销售模式89
- 第四节节能环保电梯市场分析90
 - 一、节能环保电梯发展的制约因素90
 - (一) 价格因素90
 - (二) 国家产业标准缺位90
 - (三) 强制性节能电梯采购规定缺乏91
 - 二、节能环保电梯市场发展现状91
 - 三、节能环保电梯市场需求情况91
 - 四、节能环保电梯市场发展优势92
 - (一) 节能电梯市场发展优势92
 - (二) 节能载货电梯节能优势93

五、绿色电梯未来发展方向分析94

第五节电梯产品市场发展分析95

一、电梯产品的特点95

二、电梯产品的目标客户95

三、垂直电梯市场发展分析96

（一）垂直电梯市场现状96

（二）垂直电梯应用领域96

（三）垂直电梯需求情况97

（四）垂直电梯竞争格局97

四、自动扶梯市场发展分析97

（一）自动扶梯市场现状97

（二）自动扶梯应用领域98

（三）自动扶梯需求情况98

（四）自动扶梯需求前景99

五、自动人行道市场发展分析100

（一）自动人行道市场现状100

（二）自动人行道应用领域100

（三）自动人行道需求情况100

（四）自动人行道竞争格局101

六、载客电梯市场发展分析101

（一）载客电梯市场现状101

（二）载客电梯应用领域101

（三）载客电梯贸易情况101

（四）载客电梯需求前景102

七、载货电梯市场发展分析102

（一）载货电梯市场现状102

（二）载货电梯生产情况103

（三）载货电梯需求情况104

（四）载货电梯需求前景104

八、建筑施工电梯市场发展分析104

（一）建筑施工电梯市场现状104

（二）建筑施工电梯安全管理105

（三）建筑施工电梯需求情况105

第三章中国电梯安装行业产业链分析106

第一节中国电梯制造市场发展分析106

一、电梯制造行业经济运行状况106

(一) 2015年中国电梯制造行业发展概况106

(二) 2016年中国电梯制造行业发展概况107

二、电梯制造行业规模分析108

(一) 电梯制造行业企业数量108

(二) 电梯制造行业资产规模109

(三) 电梯制造行业销售收入109

(四) 电梯制造行业利润总额109

三、电梯制造行业运营效益分析110

(一) 电梯制造行业盈利能力110

(二) 电梯制造行业运营能力110

(三) 电梯制造行业偿债能力111

(四) 电梯制造行业成长能力111

第二节中国电梯安全检测市场发展分析111

一、电梯质量安全问题分析111

(一) 电梯安全事故类型分析111

(二) 电梯安全事故原因分析112

(三) 电梯安全事故发生情况112

(四) 典型电梯安全事故统计112

(五) 奥的斯电梯事故案例分析113

二、电梯安全检测市场分析115

(一) 电梯安全故障情况分析115

(二) 电梯检验常见问题分析115

(三) 电梯质量安全管理分析118

(四) 电梯安全检测市场现状118

(五) 电梯安全检测需求情况118

三、电梯能效检测发展分析119

(一) 电梯节能需求情况分析119

(二) 电梯能耗检测方法分析120

(三) 电梯能效检测动向分析120

四、电梯安全检测技术分析121

(一) 电梯的目测检测121

(二) 电梯导轨的无损检测121

(三) 曳引钢丝绳的漏磁检测121

(四) 功能试验中的无损检测122

(五) 电梯的综合性能测试	123
第三节 中国电梯维修保养市场发展分析	124
一、电梯维修保养内容要求分析	124
(一) 电梯定期检修内容要求	124
(二) 电梯修理的用电安全要求	125
(三) 定期检修的机构及设备	125
二、电梯维修保养市场运营分析	126
(一) 电梯维修保养市场现状	126
(二) 电梯维修保养成本费用	126
(三) 电梯维修保养模式分析	127
(四) 电梯维修保养需求情况	128
(五) 电梯维保人员市场现状	129
三、电梯维修保养模式发展分析	129
(一) 周保养模式	129
(二) 月保养模式	130
(三) 半年保养模式	131
第四章 中国电梯安装行业发展现状	133
第一节 中国电梯安装市场驱动因素	133
一、城市化进程加大电梯市场需求	133
二、房地产业带动电梯行业加速发展	133
三、城市公共设施建设加大市场需求	136
四、电梯更新及改造市场存在商机	136
第二节 中国电梯安装市场发展总况	137
一、电梯安装市场发展特点	137
二、电梯安装市场成本费用	138
三、电梯安装市场发展规模	139
第三节 更新改造对电梯安装的需求分析	140
一、电梯的保有量情况分析	140
二、电梯报废年限情况分析	140
三、电梯更新改造市场现状	141
四、电梯更新改造需求情况	141
第四节 中国电梯安装企业资质分析	141
一、电梯安装维修企业资质标准	141
(一) 一类企业资质标准	141
(二) 二类企业资质标准	142

- (三) 三类企业资质标准143
- 二、电梯安装企业资质分级要求143
 - (一) a级企业资质要求143
 - (二) b级企业资质要求144
 - (三) c级企业资质要求145
- 三、电梯维修企业资质分级要求145
 - (一) a级企业资质要求145
 - (二) b级企业资质要求146
 - (三) c级企业资质要求146
- 四、电梯改造企业资质分级要求147
 - (一) a级企业资质要求147
 - (二) b级企业资质要求147
 - (三) c级企业资质要求148
- 第五章中国电梯安装市场竞争格局149
- 第一节电梯行业市场竞争状况149
 - 一、电梯行业市场洗牌分析149
 - 二、电梯市场竞争格局分析149
 - 三、电梯市场品牌竞争分析150
 - 四、电梯市场区域竞争情况151
 - 五、电梯技术竞争现状分析151
 - 六、电梯市场价格竞争分析152
- 第二节电梯安装行业波特五力分析152
 - 一、现有竞争者分析152
 - 二、潜在进入者分析153
 - 三、替代品威胁分析153
 - 四、供应商议价能力分析154
 - 五、客户议价能力分析154
- 第三节电梯安装行业竞争策略155
 - 一、应对国外企业竞争策略155
 - 二、电梯制造及安装专利战略155
 - 三、电梯安装行业品牌竞争策略156
- 第六章中国电梯安装项目运行情况157
- 第一节中国电梯安装施工工程概述157
 - 一、电梯安装施工流程分析157
 - 二、电梯安装施工流程优化158

- 三、电梯安装施工规范标准159
- 四、电梯安装注意事项解析159
- 第二节电梯安装工程项目运行情况160
 - 一、电梯安装工程项目建设情况160
 - 二、电梯安装工程项目基本特征161
 - 三、电梯安装工程项目最新动态162
- 第三节电梯安装工程项目管理分析163
 - 一、电梯安装工程项目定理重要性163
 - 二、电梯安装工程项目管理措施163
 - (一) 质量管理163
 - (二) 进度管理164
 - (三) 财务管理165
 - (四) 人力管理165
 - (五) 设备管理165
- 第七章中国电梯安装行业需求市场分析167
 - 第一节住宅电梯安装需求分析167
 - 一、民用住宅投资建设情况分析167
 - (一) 房地产开发投资规模分析167
 - (二) 房地产土地购置与开发情况167
 - (三) 商品住宅施工面积情况分析168
 - (四) 商品住宅竣工面积情况分析168
 - (五) 商品住宅销售面积情况分析169
 - 二、住宅电梯安装需求概况169
 - (一) 住宅电梯安装基本要求169
 - (二) 住宅电梯安全问题解析170
 - (三) 住宅电梯安装需求类型170
 - (四) 住宅电梯安装需求现状171
 - (五) 住宅电梯维修保养情况171
 - (六) 住宅电梯安装需求前景171
 - 第二节商场电梯安装需求分析172
 - 一、商场投资建设情况分析172
 - (一) 商场建设投资情况172
 - (二) 购物中心建设规模172
 - 二、商场电梯安装需求概况173
 - (一) 商场电梯安装需求现状173

(二) 商场电梯维修保养情况	173
(三) 商场电梯安装需求前景	174
第三节 酒店电梯安装需求分析	174
一、酒店投资建设情况分析	174
(一) 酒店建设投资情况	174
(二) 星级酒店建设规模	175
二、酒店电梯安装需求概况	175
(一) 酒店电梯安装需求现状	175
(二) 酒店电梯维修保养情况	176
(三) 酒店电梯安装需求前景	176
第四节 写字楼电梯安装需求分析	177
一、写字楼投资建设情况分析	177
(一) 写字楼投资规模分析	177
(二) 写字楼建设面积分析	178
(三) 写字楼销售规模统计	178
二、写字楼电梯安装需求概况	179
(一) 写字楼电梯安装需求现状	179
(二) 写字楼电梯维修保养情况	179
(三) 写字楼电梯安装需求前景	179
第五节 医院电梯安装需求分析	180
一、医院投资建设情况分析	180
(一) 医院建设面积分析	180
(二) 医院建设数量分析	181
二、医院电梯安装需求概况	183
(一) 医院电梯安装需求现状	183
(二) 医院电梯维修保养情况	184
(三) 医院电梯安装需求前景	184
第六节 图书馆电梯安装需求分析	185
一、图书馆投资建设情况分析	185
(一) 图书馆建设投资情况	185
(二) 图书馆建设数量分析	185
二、图书馆电梯安装需求概况	186
(一) 图书馆电梯安装需求现状	186
(二) 图书馆电梯维修保养情况	186
第七节 汽车站电梯安装需求分析	186

一、汽车站投资建设情况分析	186
二、汽车站电梯安装需求概况	188
（一）汽车站电梯安装需求现状	188
（二）汽车站电梯维修保养情况	188
第八节火车站电梯安装需求分析	189
一、火车站投资建设情况分析	189
（一）铁路建设投资规模	189
（二）铁路里程建设情况	189
（三）火车客运站建设情况	190
二、火车站电梯安装需求概况	191
（一）火车站电梯安装需求现状	191
（二）火车站电梯维修保养情况	192
（三）火车站电梯安装需求前景	192
第九节地铁站电梯安装需求分析	193
一、地铁站投资建设情况分析	193
（一）地铁建设投资规模	193
（二）地铁里程建设情况	193
（三）地铁站的建设数量	194
二、地铁站电梯安装需求概况	197
（一）地铁站电梯安装需求现状	197
（二）地铁站电梯维修保养情况	198
（三）地铁站电梯安装需求前景	199
第十节航空机场电梯安装需求分析	200
一、机场投资建设状况分析	200
（一）机场建设投资规模分析	200
（二）航空运输机场数量统计	201
二、机场电梯安装需求概况	201
（一）机场电梯安装需求类型	201
（二）机场电梯安装需求现状	202
（三）机场电梯维修保养情况	203
（四）机场电梯安装需求前景	203
第八章中国电梯安装行业区域需求市场分析	205
第一节中国电梯安装行业区域性分析	205
一、电梯行业产业链区域格局	205
（一）电梯制造区域格局	205

(二) 电梯销售与安装区域格局205

二、电梯安装行业区域需求情况对比206

(一) 东北地区206

(二) 华北地区207

(三) 华东地区207

(四) 中南地区208

(五) 西南地区208

(六) 西北地区209

第二节重点城市电梯安装需求市场分析209

一、北京209

二、上海210

三、广州212

四、深圳212

五、天津213

六、杭州214

七、南京216

八、厦门217

九、合肥218

十、石家庄218

十一、青岛219

十二、沈阳219

十三、长沙220

十四、武汉221

十五、成都221

十六、重庆222

第九章中国电梯安装行业典型企业经营分析224

第一节电梯安装企业总体经营情况224

一、电梯安装企业经营模式224

二、电梯安装企业盈利能力224

三、电梯安装企业偿债能力225

四、电梯安装企业运营能力225

五、电梯安装企业成长能力226

第二节中国电梯外商投资品牌企业经营情况227

一、富士达227

(一) 公司概况227

(二) 主要业务227

(三) 技术优势227

(四) 在华经营228

(五) 企业动态228

二、奥的斯229

(一) 公司概况229

(二) 主要业务229

(三) 产品优势229

(四) 在华经营230

(五) 企业动态230

三、迅达231

(一) 公司概况231

(二) 主要产品231

(三) 技术优势232

(四) 重要项目232

四、通力233

(一) 公司概况233

(二) 主要业务233

(三) 技术优势234

(四) 在华经营235

(五) 销售网络235

五、蒂森235

(一) 公司概况235

(二) 主要产品236

(三) 竞争优势236

(四) 在华经营237

六、三菱238

(一) 公司概况238

(二) 主要产品238

(三) 技术优势239

(四) 在华经营240

(五) 重要项目241

七、日立242

(一) 公司概况242

(二) 主要业务242

- (三) 技术优势243
- (四) 在华经营243
- (五) 发展战略244
- 八、东芝244
 - (一) 公司概况244
 - (二) 主要产品245
 - (三) 技术优势245
 - (四) 在华经营246
 - (五) 发展战略246
- 第三节中国电梯民族品牌企业经营情况246
 - 一、康力电梯股份有限公司246
 - (一) 企业发展基本情况246
 - (二) 企业经营业务分析247
 - (三) 企业经营情况分析247
 - (四) 企业经营模式分析249
 - 1、采购模式249
 - 2、生产模式250
 - 3、营销服务模式251
 - (五) 企业核心竞争力分析252
 - (六) 企业发展战略分析254
 - 二、沈阳博林特电梯股份有限公司254
 - (一) 企业发展基本情况254
 - (二) 企业经营业务分析254
 - (三) 企业经营情况分析255
 - (四) 企业经营模式分析257
 - 1、采购模式257
 - 2、生产模式259
 - 3、销售模式260
 - 4、安装模式263
 - 5、维保模式263
 - (五) 企业核心竞争力分析264
 - (六) 企业发展战略分析266
 - 三、东南电梯股份有限公司267
 - (一) 企业发展基本情况267
 - (二) 企业主要业务及产品分析267

- (三) 企业主要经济指标268
- (四) 企业经营效益分析268
- (五) 企业成本费用分析269
- (六) 企业发展动态分析269
- 四、江南嘉捷电梯股份有限公司270
 - (一) 企业发展基本情况270
 - (二) 企业经营业务分析270
 - (三) 企业经营情况分析270
 - (四) 企业核心竞争力分析272
 - (五) 企业发展战略分析273
- 五、北京安达利电梯有限公司274
 - (一) 企业发展基本情况274
 - (二) 企业业务资质分析274
 - (三) 企业主要产品分析274
 - (四) 企业应用案例分析275
- 六、深圳市方兴达电梯有限公司276
 - (一) 企业发展基本情况276
 - (二) 企业业务资质分析276
 - (三) 企业主要产品分析277
 - (四) 企业服务网络分析277
- 七、四川安达电梯设备有限公司277
 - (一) 企业发展基本情况277
 - (二) 企业产品服务分析278
 - (三) 企业应用实例分析278
 - (四) 企业发展动态分析278
- 八、北京富胜电梯维修有限公司279
 - (一) 企业发展基本情况279
 - (二) 企业业务资质分析279
 - (三) 企业竞争优势分析279
 - (四) 企业成功案例分析279
- 九、广州广日电梯工业有限公司281
 - (一) 企业发展基本情况281
 - (二) 企业主要业务及产品分析282
 - (三) 企业主要经济指标282
 - (四) 企业经营效益分析282

（五）企业成本费用分析283

（六）企业发展战略分析283

十、上海立扶特电梯有限公司284

（一）企业发展基本情况284

（二）企业主要产品分析284

（三）企业竞争优势分析285

第十章2017-2022年中国电梯安装行业发展趋势及前景286

第一节2017-2022年中国电梯行业发展趋势286

一、未来电梯发展趋向286

二、未来电梯经营方式287

三、售后服务大利好288

第二节2017-2022年中国电梯安装市场前景展望288

一、电梯安装行业发展的有利因素288

二、电梯安装行业发展的不利因素289

三、保障房电梯安装需求依然可观290

四、对节能电梯安装需求日益旺盛290

第三节2017-2022年中国电梯安装行业前景预测291

一、市场供需预测分析291

二、安装售后规模预测292

三、竞争格局预测分析293

第十一章2017-2022年中国电梯安装行业投资壁垒及风险294

第一节电梯行业进入壁垒分析294

一、资质壁垒294

二、资金壁垒294

三、技术壁垒294

四、规模壁垒295

五、渠道壁垒295

第二节中国电梯安装行业投资风险警示295

一、政策风险295

二、技术风险296

三、原料风险297

四、竞争风险297

第十二章中国电梯安装行业总结及企业重点客户管理建议298

第一节电梯安装企业发展策略298

一、把握国家投资的契机298

二、竞争性战略联盟的实施298

三、企业自身应对策略299

第二节电梯安装行业的重点客户战略实施302

一、实施重点客户战略的必要性302

二、企业重点客户的鉴别与确定304

三、企业重点客户的开发与培育306

四、实施重点客户战略要需解决的问题310

五、企业重点客户的市场营销策略分析315

第三节电梯安装企业战略规划策略分析317

一、战略综合规划317

二、技术开发战略318

三、区域战略规划318

四、产业战略规划318

五、营销品牌战略319

六、竞争战略规划320(AK LT)

部分图表目录：

图表12009-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图61

图表22012-2015年国内生产总值构成及增长速度统计61

图表32013-2015年规模以上工业增加值及增长速度趋势图63

图表42009-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图64

图表52009-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图65

图表62008-2016年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图65

图表72013-2015年中国居民消费价格月度变化趋势图66

图表82009-2015年中国进出口总额增长趋势图67

图表92008-2016年中国人口总量增长趋势图68

图表102016年中国人口数量及其构成情况统计69

图表112008-2016年中国城镇化率变化趋势图70

图表122015年中国主要消费品零售额及增长速度统计70

图表132009-2015年中国固定资产投资增长趋势图72

图表14世界上主要的品牌电梯企业在华布局情况76

图表15中国电梯行业民族品牌发展历程77

图表162016年外资品牌与本土品牌电梯产量比例77

图表17中国主要电梯厂商发展情况79

图表182007-2016年中国电梯产量情况统计81

图表19中国电梯行业需求结构图82

图表202009-2016年沈阳博林特电梯股份有限公司电梯市场均价情况84

图表21电梯市场三部分构成84

图表22三个细分市场影响因素85

图表23中国电梯细分市场结构图85

图表242010-2016年中国政府电梯采购额情况88

图表252009-2016年中国节能电梯市场需求量变化趋势图96

图表262009-2016年中国自动扶梯市场容量统计103

图表272009-2016年中国载客电梯出口情况106

图表282009-2016年中国载货电梯产量统计情况108

图表292009-2016年中国载货电梯需求量统计情况108

图表302016年中国电梯、自动扶梯及升降机制行业经济指标统计110

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/315265.html>