

2016-2022年中国电梯市场分析及投资策略研究报告

告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国电梯市场分析及投资策略研究报告》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/188679.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

1、全球电梯行业发展概况

作为现代生活的重要组成部分，电梯已经成为城市内高层建筑和公共场所不可或缺的建筑设备。近年来，随着全球人口增长、城市化进程加快以及对生活舒适化、便捷化要求的提高，电梯的使用愈发广泛。电梯起步于西方，经过长期的发展，电梯行业已表现出较明显的行业集中趋势，以美国奥的斯、日本三菱、德国蒂森克虏伯、芬兰通力等为代表的电梯品牌逐步成为全球电梯市场的主流品牌。

发展中国家电梯行业起步较晚，但近几年随着发展中国家经济的增长加速和基础设施建设步伐的加快，所需的电梯数量增长迅速。特别是地处亚太地区的中国已成为全球最大的电梯生产国和消费国。

2、我国电梯行业发展现状

随着社会的发展，居住、工作和生活环境对电梯的需求也随之越来越大。电梯作为高层建筑不可缺少的交通运输工具，已经在居民住宅小区、写字楼和商场等地得到广泛的应用。

2000年以后，我国房地产行业迎来了快速发展期，房地产行业的发展直接拉动电梯行业进入高速成长期。根据中国电梯协会的统计数据，2003年，我国电梯产量为8.44万台，到2013年我国电梯产量已经达到62.5万台，复合年增长率达到22.17%。当前，随着房地产行业进入产业发展的调整期，我国电梯行业发展也随之从高速成长期进入稳步发展期。在未来的行业发展中，我国城镇化、老龄化等因素成为推动电梯市场需求稳步上升的有利因素。

2003-2013年我国电梯产量

数据来源：中国电梯协会

3、行业市场需求

近年来，经济的快速发展和大规模的基础设施建设为我国电梯行业带来了空前的发展机遇，电梯行业实现了前所未有的快速发展。2003-2013年，我国电梯产量从8.44万台增加至62.5万台，年复合增长率高达22.17%。截止到2014年底，我国在用电梯总数超过了360万台，无论是保有量、年产量还是年增长量，我国都已位居世界第一。

2011年以来，由于国际上欧债危机的持续影响，国内经济结构的调整逐步深入，加之国家对电梯行业下游房地产市场实施严格调控政策的效果初步显现，2014年国内电梯行业总产量的增长速度低于前十年的平均增长速度。

但从长期看，我国城镇化、工业化的进程仍将持续；国内保障房和廉租房等住宅的建设规模仍然较大；工厂、基础设施及商业地产的固定资产投资需求较大；旧楼加装电梯、原有电梯的维修及更换等市场需求潜力较大；低层建筑安装电梯已成定势；目前国内人均电梯保有量水平和发达国家仍有较大差距；国际电梯市场面临良好的发展前景，国产电梯凭借较高的性价比逐步被国际市场认可，出口量增长较快。总体而言，我国电梯产业发展前景良好。

(1) 城市化进程促进电梯需求持续增长

改革开放以来，伴随着工业化进程加速发展，我国的城镇化经历了起点低、速度快的发展历程。1978年我国城镇化率仅为17.92%，经过三十余年的发展，到2013年我国城镇化率已达到54.77%，保持快速发展态势。

（2）社会保障性住房建设需求

保障房是指政府为中低收入住房困难家庭所提供的限定标准、限定价格或租金的住房，其能够有效满足部分因城镇化而带来的大量住房需求。《国民经济和社会发展规划纲要》提出要“强化各级政府责任，加大保障性安居工程建设力度，基本解决保障性住房供应不足的问题。多渠道筹集廉租房房源，完善租赁补贴制度。重点发展公共租赁住房，逐步使其成为保障性住房的主体。

加快各类棚户区改造，规范发展经济适用住房。”“十二五”期间，规划建设城镇保障性住房和棚户区改造住房3600万套（户）。保障性住房建设需求将对电梯需求的增长带来促进作用，进而带动电梯关键部件产品市场需求的有效增长。

（3）既有住宅电梯更新需求

2014年1月1日，《中华人民共和国特种设备安全法》正式施行，对特种行业的安全规范上升到法律高度。按照《中华人民共和国特种设备安全法》的管理规定，特种设备存在严重事故隐患，无改造、修理价值，或者达到安全技术规范规定的其它报废条件的，特种设备使用单位应当依法履行报废义务，采取必要措施消除该特种设备的使用功能，并向原登记的负责特种设备安全监督管理的部门办理使用登记证书注销手续。

2015-2019年我国电梯更新改造需求预测

（4）旧楼改造电梯需求

人口结构的老龄化是支持我国电梯需求快速增长的又一重要因素，老龄人口的增长使得新建房屋建筑、公共基础设施都普遍具有安装电梯或扶梯的需求，同时更进一步加大了对旧楼加装电梯的需求。目前，地方政府正逐步将旧楼加装电梯作为民生工程提到议事日程，北京、上海、广州、深圳等城市纷纷发布既有住宅增设电梯的相关意见，为旧楼电梯的加装提供法规支持。

（5）低层建筑安装电梯已成定势

《住宅设计规范（GB 50096-2011）》规定七层及七层以上住宅必须安装电梯。随着人们对生活质量及便利程度要求的提高，目前在经济发达地区，六层以下的住宅大部分都安装电梯，并且楼盘是否配套电梯已成为开发商售房的卖点，大量别墅都安装家用电梯。2014年2月，上海市城乡建设和交通委员会发布《住宅设计标准（DGJ08-20-2013）》，明确提出多层（4-6层）住宅也应设置电梯。低层建筑也安装电梯增加了电梯产品的市场需求。

（6）商业地产及基础设施对电梯部件的需求

.....

（7）电梯出口需求

.....

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 电梯概述

第一节 电梯定义

第二节 电梯行业发展历程

第三节 电梯分类情况

第四节 电梯产业链分析

一、产业链模型介绍

二、电梯产业链模型分析

第二章 国内电梯行业发展环境分析

第一节 经济环境

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、对外贸易&进出口

第二节 政策环境

一、重点政策汇总

二、重大事件分析

1、国内成功生产科替代进口电梯用钢

2、国内首支大型全纤维电梯下线

三、政策未来趋势

第三节 技术环境

- 一、总体发展情况
- 二、国内主要技术
- 三、国外先进技术

第四节 社会环境

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第二部分 行业深度分析

第三章 中国电梯生产现状分析

第一节 电梯行业总体规模

第二节 电梯产能概况

- 一、2014-2015年产能分析
- 二、2016-2022年产能预测

第三节 电梯产量概况

- 一、2014-2015年产量分析
- 二、产能配置与产能利用率调查
- 三、2016-2022年产量预测

第四节 电梯产业的生命周期分析

第四章 国际电梯行业发展分析

第一节 全球电梯行业发展总体情况分析

- 一、全球电梯行业发展特点
- 二、全球电梯行业竞争格局
- 三、全球电梯行业市场区域分布

第二节 全球电梯主要国家（地区）市场分析

一、欧洲

- 1、市场发展概况
- 2、市场规模及市场结构
- 3、发展前景预测

二、北美

- 1、市场发展概况
- 2、市场规模及市场结构
- 3、发展前景预测

三、亚洲

- 1、市场发展概况
- 2、市场规模及市场结构
- 3、发展前景预测

四、其他国家和地区

- 1、市场发展概况
- 2、市场规模

第五章 2014-2015年中国电梯行业总体发展状况

第一节 中国电梯行业规模情况分析

- 一、行业单位规模情况分析
- 二、行业人员规模状况分析
- 三、行业资产规模状况分析
- 四、行业市场规模状况分析

第二节 中国电梯行业产销情况分析

- 一、行业生产情况分析
- 二、行业销售情况分析
- 三、行业产销情况分析

第三节 中国电梯行业财务能力分析

- 一、行业盈利能力分析与预测
- 二、行业偿债能力分析与预测
- 三、行业营运能力分析与预测
- 四、行业发展能力分析与预测

第三部分 行业竞争格局

第六章 中国电梯行业区域分布分析

第一节 东北地区

- 一、2011-2015年电梯市场销售量
- 二、市场需求来源
- 三、增长推动因素分析
- 四、市场构成及占有率

第二节 华北地区

一、2011-2015年电梯市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第三节 华南地区

一、2011-2015年电梯市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第四节 华东地区

一、2011-2015年电梯市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第五节 华中地区

一、2011-2015年电梯市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第六节 西北地区

一、2011-2015年电梯市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第七节 西南地区

一、2011-2015年电梯市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第七章 电梯国内细分市场分析

第一节 载客电梯

一、应用分析

二、2011-2015年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第二节 载货电梯

一、应用分析

二、2011-2015年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

第三节 住宅电梯

一、应用分析

二、2011-2015年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第八章 2015年中国电梯行业发展概况

第一节 2015年中国电梯行业发展态势分析

第二节 2015年中国电梯行业发展特点分析

第三节 2015年中国电梯行业市场供需分析

第九章 电梯行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 电梯市场竞争策略分析

一、电梯市场增长潜力分析

二、电梯产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

- 1、深刻理解企业核心竞争力
- 2、培育企业核心竞争力的重要性
- 3、企业核心竞争力存在的问题
- 4、提升企业核心竞争力的措施

第三节 电梯企业竞争策略分析

- 一、2016-2022年我国电梯市场竞争趋势
- 二、2016-2022年电梯行业竞争格局展望
- 三、2016-2022年电梯行业竞争策略分析
 - 1、产品定位策略
 - 2、产品服务策略

第十章 电梯产业用户认知度分析

- 第一节 电梯产业用户认知程度
- 第二节 电梯产业用户关注因素

第四部分 行业发展趋势

第十一章 2016-2022年电梯行业发展趋势及投资风险分析

- 第一节 当前电梯存在的问题
- 第二节 电梯未来发展预测分析
 - 一、中国电梯制造技术发展方向分析
 - 二、2016-2022年中国电梯行业发展规模
- 第三节 2016-2022年中国电梯行业投资风险分析
 - 一、市场竞争风险
 - 1、市场竞争风险
 - 2、市场竞争风险类型
 - 3、影响因素
 - 二、原材料压力风险分析
 - 三、技术风险分析
 - 四、政策和体制风险
 - 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十二章 电梯国内重点生产厂家分析

- 第一节 电梯重点公司介绍
 - 一、奥的斯

- 1、企业简介
- 2、产品介绍
- 3、经营情况
- 4、未来发展趋势

二、迅达

- 1、企业简介
- 2、产品介绍
- 3、经营情况
- 4、未来发展趋势

三、通力

- 1、企业简介
- 2、产品介绍
- 3、经营情况
- 4、未来发展趋势

四、蒂森

- 1、企业简介
- 2、产品介绍
- 3、经营情况
- 4、未来发展趋势

五、三菱

- 1、企业简介
- 2、产品介绍
- 3、经营情况
- 4、未来发展趋势

第二节 电梯产品竞争力优势分析

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、个体产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议
 - 1、品牌的含义
 - 2、构建品牌的优势

第五部分 投资战略建议

第十三章 业内专家观点与结论

第一节 主要结论及观点

第二节 策略建议

- 一、产品开发策略
- 二、销售渠道策略
- 三、产品服务策略
- 四、品类管理策略
- 五、战略综合规划
- 六、品牌经营策略

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/188679.html>