

# 2015-2022年中国电梯市场 深度研究与投资前景报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2015-2022年中国电梯市场深度研究与投资前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jixie/J68941VKDN.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

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。

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2014年我国电梯产量已经达到70余万台，同比增长12.0%。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。

在我国电梯行业发展初期，由于电梯行业整体技术薄弱，电梯部件产品主要由外资电梯制造商通过独资或合资的方式设立电梯部件企业供应。随着国内整体制造技术的不断提升，越来越多的自主品牌电梯部件企业开始崛起。在电梯关键部件方面，国内企业陆续开发出具有国际先进水平的双向动作限速器、双向制动安全钳、电梯门系统、电梯控制柜等相关技术，为部件制造企业提供技术支撑。根据《建设机械研发60年的历程回顾与前瞻》（2013年11月发表于《建筑科学》），目前，国内电梯制造企业的部件产品市场份额已超过60%，一些国际著名公司也采用民族企业产品。

智研数据研究中心发布的《2015-2022年中国电梯市场深度研究与投资前景报告》共十二章。首先介绍了中国电梯行业市场发展环境、中国电梯整体运行态势等，接着分析了中国电梯行业市场运行的现状，然后介绍了中国电梯市场竞争格局。随后，报告对中国电梯做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电梯行业发展趋势与投资预测。您若想对电梯产业有个系统的了解或者想投资电梯行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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家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 电梯行业报告研究标准

### 第一节 电梯行业研究背景

### 第二节 电梯行业研究方法及依据

### 第三节 电梯行业研究基本前景概况

## 第二章 电梯行业发展综述

### 第一节 电梯定义

### 第二节 电梯行业特征分析

#### 一、电梯作用分析

#### 二、电梯行业在国民经济中的地位

#### 三、电梯行业周期性分析

#### 四、影响电梯行业需求的关键因素分析

#### 五、电梯行业主要竞争因素分析

### 第三节 2014-2015年中国电梯行业经济指标分析

#### 一、赢利性

#### 二、成长速度

#### 三、附加值的提升空间

#### 四、进入壁垒/退出机制

#### 五、风险性

#### 六、行业所处的发展周期阶段分析

#### 七、竞争激烈程度指标

#### 八、行业成熟度分析

### 第四节 电梯行业产业链分析

#### 一、上游行业发展现状

#### 二、上游行业未来发展前景分析

#### 三、下游行业发展现状

#### 四、下游行业未来发展前景分析

#### 五、上下游行业之间关联性分析

### 第三章 2014-2015年世界电梯行业市场运行形势分析

#### 第一节 2014-2015年世界电梯行业运行环境分析

一、北美地区经济发展形势分析

二、欧洲地区经济发展形势分析

三、亚洲地区经济发展形势分析

四、全球经济总体发展形势分析

五、全球经济政策对电梯行业的发展影响分析

#### 第二节 2014-2015年全球电梯行业发展概况分析

#### 第三节 2014-2015年世界电梯行业发展走势分析

一、全球电梯行业市场分布情况分析

二、全球电梯行业发展新机遇分析

#### 第四节 全球电梯行业重点国家和地区分析

一、北美地区

二、亚洲地区

三、其他地区

### 第四章 2014-2015年中国电梯产业发展环境分析

#### 第一节 2014-2015年中国经济环境分析

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、货币供应量

十、中国外汇储备

十一、存贷款基准利率调整情况

十二、存款准备金率调整情况

十三、社会消费品零售总额

十四、对外贸易&进出口

十五、城镇人员从业状况

第二节 2014-2015年电梯产业政策环境变化及影响分析

一、行业主要监管体制分析

二、行业相关政策法规分析

第三节 2014-2015年电梯产业社会环境变化及影响分析

第四节 2014-2015年电梯产业技术环境变化及影响分析

第五章 2014-2015年中国电梯行业发展总体形势分析

第一节 2014-2015年中国电梯行业发展现状分析

一、我国电梯行业发展阶段

二、我国电梯行业发展现状、特点及趋势分析

第二节 2014-2015年电梯行业最新动态分析

一、行业相关企业最新动态分析

二、行业发展热点聚焦

三、领先企业排行分析（前十企业）

第三节 电梯行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

五、整体分析

第四节 电梯行业竞争结构分析

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

六、行业竞争特点总结分析

第五节 电梯行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六节 电梯行业竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第七节 2015-2020年中国电梯行业市场竞争策略展望分析

一、2015-2020年中国电梯行业市场竞争趋势分析

二、2015-2020年中国电梯行业市场竞争格局展望分析

三、2015-2020年中国电梯行业市场竞争策略分析

四、2015-2020年中国电梯行业典型企业产品竞争策略分析

第六章 2014-2015年中国电梯产业运行情况分析

第一节 2007-2015年中国电梯行业发展状况分析

一、2007-2015年电梯行业市场供给分析

二、2007-2015年电梯行业市场需求分析

三、2007-2015年电梯行业市场规模分析

第二节 2014-2015年中国电梯行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第七章 2013-2015年中国电梯制造所属行业监测数据分析

第一节 2013-2015年中国电梯制造行业数据监测回顾

一、竞争企业数量

二、亏损面情况

三、市场销售额增长

四、利润总额增长

五、投资资产增长性

六、工业总产值变动趋势

第二节 2013-2015年中国电梯制造行业投资价值测算

一、销售利润率

二、销售毛利率

三、资产利润率

四、未来几年电梯制造盈利能力预测

第三节 2013-2015年中国电梯制造行业成本费用分析

一、成本费用结构变动趋势

二、销售成本分析

三、销售费用分析

四、管理费用分析

五、财务费用分析

第四节 2013-2015年电梯制造出口货值数据

一、出口交货值增长

二、出口交货值占工业产值的比重

第八章 2014-2015年中国电梯行业地区需求现状及经销渠道分析

第一节 电梯行业的总体区域需求现状分析

第二节 电梯行业地区细分需求分析

1、电梯行业华北地区需求分析

2、电梯行业华东地区需求分析

3、电梯行业东北地区需求分析

4、电梯行业中南地区需求分析

5、电梯行业西北地区需求分析

6、电梯行业西南地区需求分析

第三节 2014-2015年国内电梯行业的需求地域分布结构分析

第四节 2014-2015年国内电梯行业的经销模式分析

第五节 2014-2015年中国电梯行业渠道格局分析

第九章 2014-2015年电梯行业重点生产企业分析

第一节 企业一分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标



(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第二节 企业二分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第三节 企业三分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第四节 企业四分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第五节 企业五分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第六节 企业六分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第七节 企业七分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

#### 四、企业主要经营业务分析

#### 五、企业发展最新动态及未来发展分析

### 第八节 企业八分析

#### 一、企业简介

#### 二、经营情况分析

##### (1) 企业主要经济指标

##### (2) 企业偿债能力分析

##### (3) 企业盈利能力分析

##### (4) 企业运营能力分析

#### 三、企业竞争优势分析

#### 四、企业主要经营业务分析

#### 五、企业发展最新动态及未来发展分析

## 第十章 2014-2015年中国电梯行业新增投资现状分析

### 第一节 2014年电梯行业投资情况分析

#### 一、2014年电梯行业总体投资及结构

#### 二、2014年电梯行业新增投资规模情况

#### 三、2014年电梯行业投资增速情况

#### 五、2014年电梯行业分地区投资分析

### 第二节 2015年电梯行业投资情况分析

#### 一、2015年电梯行业总体投资及结构

#### 二、2015年电梯行业投资规模情况

#### 三、2015年电梯行业投资增速情况

#### 五、2015年电梯行业分地区投资分析

### 第三节 2015-2020年电梯行业新增投资情况判断分析

## 第十一章 2015-2020年电梯行业发展预测分析

### 第一节 2015-2020年中国电梯行业未来发展预测分析

#### 一、2015-2020年中国电梯行业投资环境分析

#### 二、2015-2020年中国电梯行业投资价值分析

#### 三、2015-2020年中国电梯行业与产业链相关的投资机会分析

### 第二节 2015-2020年中国电梯行业供需预测

- 一、2015-2020年中国电梯行业供给预测
- 二、2015-2020年中国电梯行业需求预测
- 三、2015-2020年中国电梯行业发展规模预测
- 四、2015-2020年中国电梯行业毛利率走势分析预测

### 第三节 2015-2020年中国电梯行业政策投资风险分析

- 一、政策和体制风险分析
- 二、市场竞争风险分析
- 三、企业经营管理风险分析
- 四、市场运营机制风险分析
- 五、供需波动风险分析
- 六、其他相关风险分析

## 第十二章 2015-2020年中国电梯行业发展策略及投资建议

### 第一节 电梯行业发展战略研究

- 一、产业战略规划
- 二、业务组合战略
- 三、营销战略规划
- 四、区域战略规划

### 第二节 电梯企业经营管理策略

- 一、企业经营策略综述
- 二、企业产品经营策略
- 三、企业渠道经营策略

### 第三节 电梯行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 电梯行业项目投资建议概述ZY LZG

- 一、电梯行业投资区域建议
- 二、电梯行业定位建议
- 三、电梯行业目标群体建议

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：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014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：2011-2014年我国电梯行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年我国电梯行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年我国电梯行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2014年我国电梯行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2014年我国电梯行业产成品增长趋势图

图表：2011-2014年我国电梯行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2014年我国电梯行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2014年我国电梯行业费用使用统计图

图表：2011-2014年我国电梯行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2014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&hellip;&hellip;  
图表：主要经济指标走势图  
图表：2011-2015年电梯行业市场供给分析  
图表：2011-2015年电梯行业市场需求分析  
图表：2011-2015年电梯行业市场规模分析  
图表：电梯所属行业生命周期判断分析  
图表：电梯所属行业区域市场分布情况分析  
图表：2015-2020年中国电梯行业市场规模分析预测  
图表：2015-2020年中国电梯行业供给分析预测  
图表：2015-2020年中国电梯行业需求分析预测  
图表：2015-2020年中国电梯行业毛利率分析预测  
图表：&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/J68941VKDN.html>