

2016-2022年中国电梯市场 全景调查与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国电梯市场全景调查与投资潜力分析报告》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/dianzi/338477Wl8J.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

电梯是指以动力驱动，利用沿刚性导轨运行的箱体或者沿固定线路运行的梯级（踏步），进行升降或者平行运送人、货物的机电设备，电梯包括垂直运行的电梯、倾斜方向运行的自动扶梯、倾斜或水平方向运行的自动人行道。

电梯产品的性能主要包括安全性、可靠性、高效性和舒适性。安全性是指电梯产品安全稳定运行的能力，电梯的其他性能均以安全性为前提展开；可靠性是指电梯产品在规定时间内保持规定功能的概率；高效性是指电梯产品在5分钟高峰期内的运输能力；舒适性是指人们乘坐电梯时的内心感觉，研究表明，人们对电梯开关门间隔时间最短要求为30秒，到达目的地最长心理承受时间为90秒，因此，可通过加速度、减速度的运用和气压装置的调整满足人们乘坐电梯时的舒适性要求。

2014年我国电梯行业销售规模约64.06万台，同比2013年的56.86万台增长了12.66%。

目前中国已成为世界上电梯保有量最大的国家，截至2013年底，我国电梯保有量达到292.24万台，同比增长19.97%。我国电梯拥有数为21.48台/1万人，与全球平均23.88台/1万人相比，已经接近全球平均水平。而与韩国等地的市场比较来看，我国未来电梯的保有量会达到800万台左右，年新装/更新量会维持在50万台的水平。2014年我国电梯行业保有量约352.5万台。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了电梯行业市场潜在需求与市场机会，报告对电梯行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国电梯行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 电梯行业相关概述 1

第一节 电梯的介绍 1

一、电梯的定义 1

二、电梯的分类 1

三、电梯的组成 2

四、电梯主参数	3
第二节 电梯的发展历史	5
一、世界电梯发展史	5
二、中国电梯发展史	12
第二章 我国电梯行业发展环境分析	21
第一节 国内宏观经济环境分析	21
一、GDP历史变动轨迹分析	21
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	22
三、2016年中国宏观经济发展预测分析	23
第二节 我国电梯行业相关管理部门分析	24
第三节 我国电梯行业相关政策法规分析	25
第三章 中国电梯产业的发展现状概述	31
第一节 中国电梯业的发展概况	31
一、日本电梯企业在中国的专利申请现状	31
二、中国电梯行业的发展概述	33
三、国内电梯行业高速发展	34
四、国内电梯行业发展的五大特点	36
第二节 2014年中国电梯业发展综述	39
一、2014年电梯行业发展概述	39
二、2015年中国电梯业政策评析	40
三、2014年我国电梯行业发展概述	42
四、2014年中国电梯用户满意度调查分析	43
五、2014年中国电梯企业发展成就显著	45
第三节 中国自动扶梯的发展	48
一、自动扶梯行业发展概况	48
二、中国自动扶梯行业亟待变革	49
三、自动扶梯企业的发展战略	50
四、自动扶梯未来发展趋势	51
第四节 中国电梯业发展面临的挑战	52
一、国内电梯业发展的三大问题	52

二、品牌缺失制约国内本土电梯企业发展	53
三、电梯业面临洗牌的严峻考验	53
第五节 中国电梯业的发展对策	54
一、中国电梯业的发展策略	54
二、推动电梯行业自主创新发展的建议	57
三、中国电梯发展的产业政策与措施	61
四、国内电梯业需要发展OEM	62
第四章 节能和环保电梯的发展前景分析	65
第一节 发展节能电梯的必要性	65
一、节能电梯发展紧迫的三大因素	65
二、中国发展节能电梯势在必行	66
三、电梯能耗问题的解决已经刻不容缓	66
第二节 绿色环保电梯发展概况	67
一、环保电梯介绍	67
二、绿色节能电梯的发展历程	68
三、绿色环保电梯备受关注	69
四、奥运推动电梯产业进入绿色时代	70
五、绿色电梯发展的重点	71
六、无机房电梯环保优势突出	72
第三节 节能电梯的发展分析	75
一、耗能型电梯与节能型电梯简介	75
二、中国节能型载货电梯节能优势突显	76
三、节能电梯产业的发展建议	77
四、节能是电梯发展的主要趋向	78
五、电梯节能潜力巨大	79
第五章 我国电梯行业技术发展现状分析	81
第一节 电梯技术概述	81
一、电梯技术分类	81
二、电梯驱动技术	83
三、电梯节能技术	84

第二节 电梯监控技术的应用	87
一、中国电梯运行监控系统的开发概述	87
二、中国智能建筑中的电梯监控与弱电之间的关系状况	89
三、电梯监控技术的应用分析	90
第三节 能源再生技术在电梯中的应用	92
一、能源再生电梯技术应用简述	92
二、电梯能源再生技术有待普及	93
三、能源再生技术在电梯中的应用展望	95
第四节 电梯技术改造的发展与思考	96
一、电梯技术改造的内容	96
二、电梯技术改造的发展	97
三、电梯技术改造存在的主要问题	98
第五节 电梯技术发展面临的挑战及趋势	98
一、电梯发展的技术壁垒	98
二、电梯技术的发展趋向	100
三、电梯技术的发展方向	103
四、电梯产品技术发展的十大动向	105
第六章 电梯产业区域市场发展情况分析	107
第一节 广州区域市场	107
一、广州电梯产业发展历程	107
二、广州电梯产业发展现状	108
三、旧房为广州电梯产业带来发展新机遇	111
第二节 天津区域市场	111
一、天津电梯产业发展历程	111
二、天津电梯产业发展现状	112
三、未来天津电梯产业发展展望	115
第三节 苏州区域市场	116
一、苏州电梯产业发展历程	116
二、苏州电梯产业发展现状	117
三、苏州电梯产业的发展特色	119
第四节 杭州区域市场	119

- 一、杭州电梯产业发展历程 119
- 二、杭州电梯产业发展现状 120
- 三、杭州地铁建设给电梯产业带来新机遇 121

第五节 南浔区域市场 122

- 一、南浔电梯产业发展历程 122
- 二、南浔电梯产业发展现状 122
- 三、南浔电梯产业未来发展展望 125

第六节 宁波区域市场 125

- 一、宁波电梯产业发展历程 125
- 二、宁波电梯产业发展现状 126
- 三、宁波电梯产业发展特色 128

第七节 沈阳区域市场 129

- 一、沈阳电梯产业发展历程 129
- 二、沈阳电梯产业发展现状 129
- 三、沈阳电梯产业未来发展展望 131

第七章 国外电梯产业重点企业分析 132

第一节 奥的斯电梯公司 132

- 一、公司简介 132
- 二、西子奥的斯电梯的发展概述 132
- 三、奥的斯电梯加快中国市场布局脚步 133
- 四、奥的斯电梯瞄准中国绿色环保节能市场 134

第二节 快速电梯公司 134

- 一、公司简介 134
- 二、快速电梯迈入高效的企业资源信息化管理时代 136
- 三、快速电梯发力中国住宅电梯市场 137
- 四、快速电梯已瞄准绿色环保市场 138
- 五、快速电梯打造体系竞争力的策略 139

第三节 迅达集团 141

- 一、公司简介 141
- 二、2013年迅达集团经营状况 141
- 三、2014年迅达集团经营状况分析 142

四、2015年迅达集团经营状况分析	144
第四节 通力集团	144
一、公司简介	144
二、通力电梯的发展历程	145
三、2013年通力集团经营状况分析	146
四、2014年通力集团经营状况分析	147
五、通力联手中国巨人进一步抢占电梯市场份额	147
第五节 蒂森克虏伯电梯集团	149
一、公司简介	149
二、2013财年蒂森克虏伯经营状况分析	149
三、2014财年蒂森克虏伯经营状况分析	150
四、2015财年蒂森克虏伯经营状况分析	151
五、未来蒂森克虏伯在中国的规划	151
六、蒂森克虏伯将继续加大投资中山	152
第六节 华升富士达电梯有限公司	153
一、公司简介	153
二、2013财年富士达经营状况分析	153
三、2014财年富士达经营状况分析	155
四、富士达扶梯的SWOT分析	156
五、富士达电梯产品发展策略	157
第八章 中国重点电梯企业竞争力分析	159
第一节 上海机电股份有限公司(600835)	159
一、公司简介	159
二、2013年1-12月上海机电经营状况分析	160
三、2014年1-12月上海机电经营状况分析	167
四、2015年1-9月上海机电经营状况分析	174
五、上海机电发展战略	178
第二节 上海三菱电梯有限公司	179
一、公司简介	179
二、上海三菱引领中国电梯业	181
三、上海三菱电梯公司发展综述	182

四、三菱电梯发展已突破速度瓶颈	183
第三节 日立电梯（中国）有限公司	183
一、公司简介	183
二、日立电梯公司的发展概述	185
三、2014年日立电梯业绩增长情况	186
四、日立电梯积极参与中国电梯标准化工作	186
五、日立电梯在中国的制胜策略	187
第四节 东芝电梯（沈阳）有限公司	188
一、公司简介	188
二、东芝电梯（沈阳）有限公司与房地产商的合作战略	188
三、东芝电梯新型电梯产品增加情况	190
四、东芝电梯技术引领未来	191
第五节 康力电梯股份有限公司（002367）	191
一、公司简介	191
二、康力集团电梯发展获得的成就	199
三、2015年康力电梯发展概况	200
第六节 杭州新马电梯有限公司	201
一、公司简介	201
二、新马电梯的发展状况	203
三、新马电梯差异化战略获得新发展	205
第九章 中国电梯市场发展现状分析	207
第一节 中国电梯市场概况	207
一、中国已成全球最大电梯市场	207
二、中国电梯市场发展概况	218
三、中国住宅电梯市场发展浅析	219
四、中国电梯市场发展变化分析	220
五、电梯市场结构优化的主要表现	222
第二节 2010-2015年中国电梯市场发展分析	226
一、跨国企业加速抢占中国电梯市场	226
二、2014年中国电梯市场品牌调查分析	226
三、2014年中国电梯市场发展简况	227

四、2015年中国电梯市场发展状况	232
第三节 电梯市场发展的特点	234
一、电梯的特殊性及表现	234
二、中国电梯市场规模不断扩大	235
三、无齿轮电梯已成市场主流	238
四、电梯市场小机房电梯逐步替代普通电梯	239
第四节 电梯企业的销售管理分析	240
一、电梯企业销售管理的意义和指导思想	240
二、电梯企业销售预测的地位及方法	241
三、电梯产品的销售流程	242
四、电梯企业与销售代理商的关系	244
第五节 中国电梯市场发展存在问题及对策	244
一、中国电梯市场成本失优	244
二、国内电梯采购中存在的主要问题	245
三、中国住宅电梯推广措施	247
第十章 中国电梯市场竞争分析	249
第一节 外商参与中国电梯市场竞争概况	249
一、跨国电梯公司在华获得机会	249
二、国际电梯巨头在中国市场已形成垄断地位	250
三、外资电梯企业加速扩大中国市场份额	251
四、外资继续把持中国电梯市场	252
五、日本三大电梯厂商不断加强在华业务	252
六、日资电梯企业在中高端市场博弈占主导	253
第二节 中国电梯市场竞争	253
一、中国成为世界电梯公司竞争的主战场	253
二、中国电梯市场竞争概况	254
三、电梯的差异化竞争简述	258
第三节 电梯市场的竞争策略	259
一、日本电梯企业在中国市场竞争中的专利战略	259
二、电梯产品在境内外的市场竞争要领	259
三、中国电梯企业市场竞争中的生存之道	260

四、中国中小电梯企业的市场竞争策略 261

第十一章 电梯业投资及发展前景 263

第一节 电梯行业发展趋势 263

一、未来电梯的发展趋向 263

二、电梯业将迈入无线时代 264

三、中国电梯行业将进入快速发展阶段 264

第二节 电梯市场前景展望 266

一、未来影响电梯市场需求的四大因素 266

二、中国电梯需求将持续增长 267

三、IC卡智能电梯市场前景乐观 269

四、2016-2022年中国电梯市场预测分析 270

第三节 中国电梯业的投资(ZY LXY) 271

一、4万亿元投资计划利好电梯产业投资发展 271

二、房地产业发展给电梯企业带来机遇和挑战 273

三、跨国电梯企业在华投资分析 275

四、中国电梯业投资建议 277

附录目录：

附录一：中国电梯行业行规行约 286

附录二：电梯监督检验规程 288

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/dianzi/338477Wl8J.html>