

2018-2023中国电梯行业市场现状规模分析与发展 商机分析研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023中国电梯行业市场现状规模分析与发展商机分析研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/306536306536.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

电梯是指服务于建筑物内若干特定的楼层，其轿厢运行在至少两列垂直于水平面或与铅垂线倾斜角小于 15° 的刚性轨道运动的永久运输设备。也有台阶式，踏步板装在履带上连续运行，俗称自动扶梯或自动人行道。服务于规定楼层的固定式升降设备。垂直升降电梯具有一个轿厢，运行在至少两列垂直的或倾斜角小于 15° 的刚性导轨之间。轿厢尺寸与结构形式便于乘客出入或装卸货物。习惯上不论其驱动方式如何，将电梯作为建筑物内垂直交通运输工具的总称。按速度可分低速电梯（4米/秒以下）、快速电梯4~12米/秒和高速电梯（12米/秒以上）。19世纪中期开始出现液压电梯，至今仍在低层建筑物上应用。1852年，美国的E.G.奥蒂斯研制出钢丝绳提升的安全升降机。80年代，驱动装置有进一步改进，如电动机通过蜗杆传动带动缠绕卷筒、采用平衡重等。19世纪末，采用了摩擦轮传动，大大增加电梯的提升高度。

经过近十年的快速发展，电梯行业从一个陌生的行业发展到一个家喻户晓的行业，发展成为普通老百姓每天都能接触到的行业。伴随着需求量的增加，电梯行业内的厂家也迅猛发展，在册的生产企业近千家。不仅电梯生产企业发展迅猛，电梯的销售渠道和维护渠道发展也是非常迅猛，除了一些偏远的城市，县城一级的城市都有了销售和企业的企业。电梯行业正从一个发展的行业渐入到一个成熟的行业。

2015年万人用电梯数量就已经达到了31台，远远超出了全球平均的16台。据统计，我国2012年电梯销量为51.5万台，除了2015年稍微有所下降，到2017年电梯销量已经达到了71.8万台。

2012-2017年电梯销量情况（万台）

资料来源：公开资料整理 未来电梯发展趋势

1.“智造”成为电梯行业转型发展主旋律

电梯行业经历去年的洗牌之年后，许多电梯企业都在求变。在寻找新增长点的压力下，国内各大电梯厂商纷纷转型，根据自身优势和构想建立了未来发展战略。快客电梯独辟蹊径从“高端智能”发力，依托英国强大的研发实力和立足中国本土的人才优势，在早已实现将电梯生产工序自动化的基础上，不断将机器人、物联网、智能制造与电梯企业制造能力相融合，切入智能制造领域，成为了走在转型发展前列的电梯企业，这也必然是未来电梯业的发展方向。

2.维保后市场成为电梯行业新蓝海

目前国内电梯保有量超过450万台，按每台5000元/年计算维保市场也有近200亿空间，在安全问题频发的背景下，维保后市场有望规范发展。电梯企业能够较早看到安装维保后市场的爆发，趁势而上抓住机遇，由公司高层挂帅，全面布局维保业务。近年来，当维保市场正在成为电梯企业的第二增长点，电梯的维保收入占比也在逐步提升，为公司资金实力大大加码。

3.电梯自主研发技术将更新换代

电梯行业在市场大环境下，竞争愈发激烈，依靠价格的恶性竞争已不可持续。快客电梯则依靠技术研发进行市场突围，将“价格战”升级为“价值战”。近年来，电梯企业紧密贴合市场，满足用户需求，在无机房电梯技术、永磁同步技术、乘客识别系统、指纹识别系统、别墅家用生活电梯技术研发创新上都有了飞速突破，力求产品质量完美者在竞争中不断取得优势，因而市场不断扩大。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023中国电梯行业市场现状规模分析与发展商机分析研究报告》主要研究##行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一章 2015-2017年中国电梯产业运行环境分析

第一节 2015-2017年中国电梯产业政策分析

- 一、电梯产业政策分析
- 二、电梯标准分析
- 三、中国电梯整体行业行规行约
- 四、电梯监督检验规程

第二节 2015-2017年中国宏观经济发展环境分析

- 一、2015-2017年中国gdp增长情况分析
- 二、2015-2017年工业经济发展形势分析
- 三、2015-2017年全社会固定资产投资分析
- 四、2015-2017年社会消费品零售总额分析
- 五、2015-2017年城乡居民收入与消费分析
- 六、2015-2017年对外贸易的发展形势分析

第三节 2015-2017年中国电梯产业社会环境分析

- 一、人口环境分析

- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、科技环境分析
- 五、生态环境分析
- 六、中国城镇化率

第二章 2015-2017年中国电梯产业的发展形势分析

第一节 2015-2017年中国电梯业的发展概况

- 一、中国电梯整体行业价格分析
- 二、中国电梯整体行业发展情况分析
- 三、中国电梯整体行业发展特征分析

第二节 2015-2017年中国自动扶梯的发展分析

- 一、自动扶梯整体行业发展概况
- 二、自动扶梯企业的发展战略
- 三、自动扶梯未来发展趋势

第三节 2015-2017年中国电梯业发展面临的挑战分析

- 一、中国电梯整体行业发展问题分析
- 二、品牌缺失制约国内本土电梯企业发展
- 三、电梯业面临洗牌的严峻考验

第四节 2015-2017年中国电梯业的发展对策分析

- 一、中国电梯整体行业发展策略分析
- 二、推动电梯整体行业自主创新发展的建议
- 三、中国电梯发展的产业政策与措施
- 四、中国电梯业需要发展oem

第三章 2015-2017年中国电梯总体监测分析

第一节 2015-2017年中国电梯市场概况

- 一、2015-2017年中国电梯市场运行分析
- 二、2015-2017年中国电梯生产情况分析
- 三、中国电梯更新需求情况分析
- 四、中国电梯区域消费市场分析
- 五、中国电梯市场产品结构分析

第二节 2015-2017年中国电梯市场发展的特点

- 一、电梯的特殊性及表现
- 二、中国电梯产业结构逐步改善

三、无齿轮电梯已成市场主流

四、电梯市场小机房电梯逐步替代普通电梯

第三节 2015-2017年中国电梯企业的销售管理分析

一、电梯企业销售管理的意义和指导思想

二、电梯企业销售预测的地位及方法

三、电梯产品的销售流程

四、电梯企业与销售代理商的关系

第四节 2015-2017年中国电梯市场调查分析

一、电梯市场品牌调查

二、中国电梯用户满意度调查分析

第五节 2015-2017年中国电梯市场发展存在问题及对策

一、中国电梯市场成本失优

二、中国电梯采购中存在的主要问题

三、北京地铁电梯事故所暴露的问题

四、中国住宅电梯推广措施

第四章 2015-2017年中国节能和环保电梯的发展分析

第一节 2015-2017年中国发展节能电梯的必要性

一、节能电梯发展紧迫的三大因素

二、中国发展节能电梯势在必行

三、电梯能耗问题的解决已经刻不容缓

第二节 2015-2017年中国绿色环保电梯发展概况

一、环保电梯概述

二、绿色节能电梯的发展历程

三、绿色环保电梯备受关注

四、中国企业积极开发绿色环保电梯

五、绿色技术缔造电梯节能的典范

六、无机房电梯环保优势突出

七、绿色电梯的发展方向

第三节 2015-2017年中国节能电梯的发展分析

一、电梯节电原理分析

二、电梯节能技术分析

三、节能电梯效果分析

四、节能电梯市场需求分析

五、节能电梯要突破意识瓶颈

六、节能型载货电梯节能优势

第五章 2015-2017年中国电梯技术发展分析

第一节 电梯技术概述

一、电梯技术分类

二、电梯驱动技术

三、电梯节能技术

第二节 2015-2017年中国电梯监控技术的应用分析

一、电梯智能监控系统分析

二、电梯监控与弱电之间的关系

三、电梯监控技术的应用分析

第三节 2015-2017年中国能源再生技术在电梯中的应用

一、电梯能源再生原理

二、电梯再生能源节能效果

三、电梯能源再生技术有待普及

第四节 2015-2017年中国电梯技术改造的发展与思考

一、电梯技术改造的内容

二、电梯技术改造的发展

三、电梯技术改造存在的主要问题

第五节 2015-2017年中国电梯技术发展面临的挑战及趋势

一、电梯发展的技术壁垒

二、电梯技术的发展趋向

三、电梯技术的发展方向

四、电梯产品技术发展的十大动向

第六章 2015-2017年中国载客电梯（84281010）进出口状况分析

第一节 2015-2017年中国载客电梯进口分析

一、中国载客电梯进口数量情况

二、中国载客电梯进口金额情况

第二节 2015-2017年中国载客电梯出口分析

一、中国载客电梯出口数量情况

二、中国载客电梯出口金额情况

第三节 2015-2017年中国载客电梯进出口均价分析

第四节 2015-2017年中国载客电梯进出口流向分析

一、中国载客电梯进口来源地情况

二、中国载客电梯出口目的地情况

第五节 2015-2017年中国载客电梯进出口省市分析

一、中国载客电梯进口省市情况

二、中国载客电梯出口省市情况

第六节 2015-2017年中国载客电梯进出口口岸分析

一、中国载客电梯进口口岸情况

二、中国载客电梯出口口岸情况

第七章 2015-2017年中国起重运输设备整体行业主要数据监测分析

第一节 2015-2017年中国起重运输设备整体行业发展分析

一、2015-2017年中国起重运输设备整体行业发展概况

二、2015-2017年中国起重运输设备整体行业发展概况

第二节 2015-2017年中国起重运输设备整体行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第三节 2015-2017年中国起重运输设备整体行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第四节 2015-2017年中国起重运输设备整体行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、主要费用分析

第五节 2015-2017年中国起重运输设备整体行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第六节 2015-2017年中国起重运输设备整体行业集中度分析

一、资产集中度分析

二、销售集中度分析

三、利润集中度分析

第八章 2015-2017年中国电梯市场监测分析

第一节 外商参与中国电梯市场竞争概况

- 一、跨国企业增加在华投入
- 二、跨国企业在华研发并生产
- 三、主要品牌电梯的优势分析
- 四、国际电梯巨头已形成垄断
- 五、日韩企业争夺中国电梯市场
- 六、三菱电机扩大在华电梯市场

第二节 2015-2017年中国电梯市场竞争分析

- 一、中国成为世界电梯公司竞争的主战场
- 二、中国电梯整体行业洗牌提速
- 三、中国电梯市场监测
- 四、电梯的差异化竞争简述
- 五、中国电梯技术竞争现状

第三节 2015-2017年中国电梯市场的竞争策略分析

- 一、日本电梯企业在中国市场竞争中的专利战略
- 二、电梯产品在境内外的市场竞争要领
- 三、电梯产品的市场细分策略

第四节 中小电梯企业的波特五力竞争分析

- 一、整体行业内竞争者的威胁
- 二、供应商讨价还价的能力
- 三、购买者讨价还价的能力
- 四、潜在整体行业进入者的威胁
- 五、产品替代者的威胁

第九章 2015-2017年中国电梯产业区域市场格局分析

第一节 上海区域市场

- 一、上海电梯产业发展历程
- 二、上海电梯产业发展现状
- 三、上海电梯形成集聚原因探析

第二节 广东区域市场

- 一、广东电梯产业发展历程
- 二、广东在用电梯市场规模
- 三、广州旧房改造创造新机遇

第三节 山东区域市场

- 一、山东电梯产业发展现状

二、山东电梯产业发展潜力

三、青岛市电梯安全监督管理办法

第四节 沈阳区域市场

一、沈阳电梯产业发展历程

二、沈阳电梯产业集聚探析

三、沈阳电梯产业未来发展

第五节 天津区域市场

一、天津电梯产业发展历程

二、天津电梯产业发展现状

三、天津电梯安全监督管理办法

第六节 杭州区域市场

一、杭州电梯产业发展历程

二、杭州电梯产业发展特色

三、杭州地铁带来的新机遇

第七节 溧阳区域市场

一、溧阳电梯产业发展历程

二、溧阳电梯产业发展现状

三、溧阳电梯市场前景分析

第八节 西安区域市场

一、西安电梯产业发展历程

二、西安电梯产业发展现状

三、西安电梯市场前景分析

第十章 2015-2017年国际主要电梯企业运行态势分析

第一节 富士达电梯有限公司

一、公司概况

二、富士达经营状况分析

三、富士达扶梯的优劣势分析

四、富士达电梯产品发展策略

第二节 快速电梯公司

一、公司概况

二、快速电梯迈入信息化管理时代

三、快速电梯助力绿色住宅发展

第三节 迅达集团

一、公司概况

- 二、迅达集团经营状况
- 三、迅达电梯推广宣传绿色节能

第四节 通力集团

- 一、公司概况
- 二、通力电梯的发展历程
- 三、通力集团经营状况分析
- 四、通力进一步抢占市场份额

第五节 蒂森克虏伯电梯集团

- 一、公司概况
- 二、蒂森克虏伯经营状况分析
- 三、蒂森克虏伯将继续加大投资

第十一章 2015-2017年中国重点电梯企业竞争性财务数据分析

第一节 沈阳博林特电梯股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第二节 江南嘉捷电梯股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第三节 康力电梯股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第四节 奥的斯电梯（中国）投资有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第五节 大连星玛电梯有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第六节 蒂森电梯有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第七节 蒂森克虏伯电梯(上海)有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第八节 蒂森克虏伯电梯(中国)有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第九节 东芝电梯（沈阳）有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十节 东芝电梯(中国)有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十一节 广州奥的斯电梯有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十二节 华升富士达电梯有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十三节 辽宁省富士电梯制造有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十四节 宁波申菱电梯配件有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十五节 日立电梯(中国)有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十六节 上海三菱电梯有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十七节 上海永大电梯设备有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十八节 迅达(中国)电梯有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十九节 沈阳三洋电梯有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二十节 苏州江南快速电梯有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二十一节 苏州迅达电梯有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二十二节 天津奥的斯电梯有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二十三节 通力电梯有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二十四节 西子奥的斯电梯有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十二章 2018-2023年中国电梯产业发展趋势预测分析

第一节 2018-2023年中国电梯整体行业发展趋势

一、未来电梯发展趋向

二、未来电梯经营方式

三、售后服务大利好

第二节 2018-2023年中国电梯市场前景展望分析

一、电梯整体行业发展的有利因素

二、电梯整体行业发展的不利因素

三、保障房电梯采购量依然可观

四、对节能电梯的需求日益旺盛

第三节 2018-2023年中国电梯产业市场预测分析

一、市场供需预测分析

二、市场出口预测分析

三、竞争格局预测分析

第四节 2018-2023年中国电梯产业市场盈利预测分析

第十三章 2018-2023年中国电梯产业投资机会与风险分析

第一节 2018-2023年中国电梯产业投资环境分析

第二节 2018-2023年中国电梯产业投资机会分析

一、房地产业区域发展不平衡带来机遇和挑战

二、既有建筑加装电梯需求显现

三、中国节能电梯投资机会分析

第三节 2018-2023年中国电梯整体行业进入壁垒分析

一、技术壁垒

二、资金壁垒

三、资质许可壁垒

四、销售与服务网络壁垒

五、规模效应与成本控制能力壁垒

第四节 2018-2023年中国电梯产业投资风险分析

一、原材料价格波动风险

二、市场竞争风险

三、政策风险

四、技术风险

第五节 2018-2023年中国电梯产业投资策略建议

第十四章 中国电梯企业融资及ipo上市策略指导分析

第一节 电梯企业融资渠道与选择分析

一、电梯企业融资方法与渠道简析

二、利用股权融资谋划企业发展机遇

三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道

四、适度债务融资配置自身资本结构

五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节 电梯企业境内ipo上市目的及条件

一、电梯企业境内上市主要目的

二、电梯企业上市需满足的条件

(一) 企业境内主板 ipo 主要条件

(二) 企业境内中小板ipo主要条件

(三) 企业境内创业板ipo主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第三节 电梯企业ipo上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

(一) 企业上市前综合评估

(二) 企业的内部规范重组

(三) 选择并配合中介机构

(四) 应如何选择中介机构

第四节 电梯企业ipo上市的规划实施

一、上市费用规划和团队组建

二、尽职调查及问题解决方案

三、改制重组需关注重点问题

四、企业上市辅导及注意事项

五、上市申报材料制作及要求

六、网上路演推介及询价发行

第五节 电梯企业ipo上市审核工作流程

一、企业ipo上市基本审核流程

二、企业ipo上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项

图表详见正文 (GYLPJP)

特别说明：观研网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/306536306536.html>