2019年中国电梯制造行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究

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《2019年中国电梯制造行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究》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://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/434156434156.html

报告价格：电子版: 8200元　纸介版：8200元　电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章 中国电梯所属行业发展环境分析
1.1 电梯行业在国民经济中的地位
1.1.1 电梯行业的定义
1.1.2 电梯行业产业链简介
1.1.3 电梯行业在国民经济中的地位
1.2 中国电梯行业政策环境分析
1.2.1 中国电梯行业管理体制
1.2.2 中国电梯行业标准制订现状
1.2.3 中国电梯行业主要政策法规
1.2.4 政策法规对行业的影响
1.3 中国电梯行业经济环境分析
1.3.1 电梯行业经济环境
（1）国外宏观经济走势分析
（2）国内宏观经济运行分析
1.3.2 电梯行业社会环境
1.3.3 电梯行业产业环境
（1）中国房地产市场发展情况
（2）中国房地产市场发展趋势
（3）中国房地产市场基本判断
1.4 中国电梯行业技术环境分析
1.4.1 中国电梯行业技术标准简介
1.4.2 中国电梯行业技术水平分析
1.4.3 中国电梯行业技术专利情况
1.5 中国电梯运行安全状况分析
1.5.1 中国电梯运行安全现状
1.5.2 电梯安全运行管理现状
1.5.3 电梯运行安全对电梯企业的影响

第二章 中国电梯制造所属行业发展现状分析
2.1 电梯制造行业发展概况
2.1.1 电梯制造行业市场规模分析

（1）电梯制造生产量规模分析
（2）电梯制造保有量规模分析
2.1.2 电梯制造行业发展主要特点
2.2 电梯制造行业经营效益分析
2.2.1 行业经济效益影响因素
2.2.2 行业主要经营状况分析
2.3 电梯制造行业供需状况分析
2.3.1 中国电梯制造行业供给情况分析
（1）全国电梯制造行业总产值分析
（2）全国电梯制造行业产成品分析
2.3.2 中国电梯制造行业需求情况分析
2.3.3 中国电梯制造行业产销率分析
2.4 中国电梯制造所属行业进出口市场分析
2.4.1 电梯制造行业出口市场分析
（1）电梯制造行业出口整体情况
（2）载客电梯出口情况分析
（3）自动扶梯出口情况分析
2.4.2 电梯行业进口市场分析
（1）电梯行业进口整体情况
（2）载客电梯进口情况分析
（3）自动扶梯进口情况分析
2.4.3 电梯行业进出口前景及建议
（1）电梯行业出口前景及建议
（2）电梯行业进口前景及建议

第三章 中国电梯制造所属行业市场竞争分析
3.1 国际电梯市场竞争分析
3.1.1 国际电梯制造市场发展概况
（1）全球电梯制造新增数量分析
（2）全球在用电梯数量分析
3.1.2 德国电梯制造市场发展分析
（1）德国电梯制造行业发展历程
（2）德国电梯制造行业发展现状
（3）德国电梯制造行业发展趋势
3.1.3 美国电梯制造市场发展分析

（1）美国电梯制造行业发展历程
（2）美国电梯制造行业市场现状
（3）美国电梯制造行业发展趋势
3.1.4 日本电梯制造市场发展分析
（1）日本电梯制造行业发展历程
（2）日本电梯制造行业发展现状
（3）日本电梯制造行业发展趋势
3.1.5 国际电梯制造行业竞争格局分析
3.1.6 国际电梯制造市场发展趋势分析
3.2 中国电梯制造行业竞争强度分析
3.2.1 现有电梯制造企业间的竞争分析
3.2.2 上游供应商的议价能力分析
3.2.3 下游购买者的议价能力分析
3.2.4 电梯制造业新进入者的威胁分析
3.2.5 电梯制造行业替代品的威胁分析
3.3 中国电梯制造行业竞争格局分析
3.3.1 电梯制造行业竞争区域分布（竞争企业所属地区）
3.3.2 电梯制造行业竞争企业区域市场的分布（市场区域分布）
3.4 中国电梯制造行业品牌竞争分析
3.4.1 电梯企业品牌重要性分析
3.4.2 电梯行业品牌竞争格局分析
3.4.3 内外资电梯品牌对比分析
（1）品牌成熟度差异分析
（2）品牌产品技术差异分析
（3）外资品牌运作模式分析
（4）内资品牌认可度不断提高
3.4.4 内资电梯企业品牌提升方向

第四章 中国电梯所属行业产品市场分析
4.1 电梯行业产品特征
4.2 按结构分产品市场分析
4.2.1 垂直电梯市场分析
（1）垂直电梯市场规模分析
（2）垂直电梯应用领域分析
（3）垂直电梯需求规模预测

4.2.2 自动扶梯市场分析
（1）自动扶梯市场规模分析
（2）自动扶梯应用领域分析
（3）自动扶梯需求规模预测
4.3 按速度分产品市场分析
4.3.1 中低速电梯市场分析
（1）中低速电梯市场概况
（2）中低速电梯发展趋势
（3）中低速电梯需求前景
4.3.2 高速电梯市场分析
（1）高速电梯市场概况
（2）高速电梯发展趋势
（3）高速电梯需求前景
4.4 节能电梯市场分析
4.4.1 节能电梯发展概况
（1）节能电梯行业鉴定
（2）节能电梯市场概况
4.4.2 节能电梯发展环境分析
（1）电梯耗电量分析
（2）政策支持节能电梯
（3）节能电梯评估标准
4.4.3 电梯节能技术水平分析
（1）电梯节能原理概述
（2）电梯节能技术介绍
（3）电梯节能技术应用
4.4.4 节能电梯推广存在难度
4.4.5 节能电梯发展前景分析
（1）节能电梯发展机遇分析
（2）节能电梯节能效果分析
（3）节能电梯发展前景预测

第五章 中国电梯所属行业招投标市场分析
5.1 电梯行业招投标环境分析
5.1.1 行业销售模式分析
5.1.2 行业设备投招标特点

5.1.3 电梯招投标注意事项
5.2 电梯行业招标技术评价指标
5.2.1 电梯品牌
5.2.2 曳引机（驱动装置）
5.2.3 控制柜（电气控制）
5.2.4 门机系统
5.2.5 电梯功能
5.2.6 安装质量
5.2.7 售后服务
5.2.8 其他技术评价指标
5.3 政府电梯采购分析
5.3.1 政府电梯采购现状
（1）政府采购市场概况
（2）政府采购项目分析
（3）项目竞标企业分析
5.3.2 政府电梯采购特点
5.3.3 国内企业投标壁垒
5.3.4 政府电梯招标趋势
5.3.5 政府电梯招标前景

第六章 中国电梯所属行业维修服务市场分析
6.1 电梯维修服务市场现状
6.1.1 电梯保有量分析
6.1.2 电梯维修市场规模分析
6.1.3 电梯运营安全隐患分析
6.1.4 电梯维修服务市场价值
（1）电梯行业价值链分析
（2）电梯行业专业化利润
（3）电梯维修利润乘数
（4）电梯维修售后利润
6.1.5 电梯维修服务市场特点
（1）物业预算硬约束
（2）维修效果与效应反比倾向
（3）四个关键维修要点
6.2 主要电梯维修服务市场分析

6.2.1 美国电梯维修服务市场分析
（1）美国电梯维修服务周期
（2）美国电梯维修费用分摊
6.2.2 中国香港电梯维修服务市场分析
（1）中国香港电梯维修服务周期
（2）中国香港电梯维修费用分摊
6.2.3 先进模式电梯维修服务启示
（1）对电梯维修更新的启示
（2）对费用分摊及管理的启示
6.3 电梯维修服务市场竞争分析
6.3.1 电梯维修服务区域竞争分析
（1）电梯维修服务市场类型
（2）电梯维修市场区域分布
6.3.2 国内电梯维修服务商生存现状
（1）核心技术受品牌厂商控制
（2）品牌厂商收缩保养业务
（3）小维修服务商夹缝生存
6.4 中国电梯维修服务市场前景
6.4.1 电梯维修市场发展趋势分析
6.4.2 电梯维修市场发展前景预测

第七章 中国电梯行业下游应用市场需求分析
7.1 电梯行业需求影响因素分析
7.1.1 轨道交通建设分析
7.1.2 旧大楼加装或改装电梯
7.1.3 电梯出口预测稳步增长
7.1.4 维保服务市场重要性凸显
7.2 房地产领域电梯需求分析
7.2.1 房地产与电梯行业相关性分析
7.2.2 住宅领域电梯需求分析
（1）住宅市场投资额分析
（2）住宅市场建设面积分析
（3）住宅地产电梯需求分析
7.2.3 商业地产电梯需求分析
（1）商业地产投资额分析

（2）商业地产建设面积分析
（3）商业地产电梯需求分析
7.3 交通基础设施领域电梯需求分析
7.3.1 轨道交通行业发展分析
7.3.2 轨道交通行业发展趋势
7.3.3 轨道交通市场电梯需求
7.4 电梯更新改造市场需求分析
7.4.1 电梯更新市场需求分析
7.4.2 电梯改造市场需求分析
7.5 电梯行业发展趋势与前景预测
7.5.1 行业发展趋势分析
7.5.2 行业发展前景预测

第八章 电梯行业领先企业经营状况分析
8.1 大电梯品牌在华竞争分析
8.1.1 日本三菱（MITSUBISHI）
（1）三菱在华布局情况
（2）近年三菱在营情况
（3）三菱的技术发展情况
（4）三菱发展战略分析
8.1.2 芬兰通力（KONE）
（1）通力在华布局情况
（2）近年通力在营情况
（3）通力的技术发展情况
（4）通力发展战略分析
8.1.3 日本日立（HITACHI）
（1）日立在华布局情况
（2）近年日立在营情况
（3）日立的技术发展情况
（4）日立发展战略分析
8.1.4 德国蒂森克虏伯（THYSSEN）
（1）蒂森克虏伯在华布局情况
（2）近年蒂森克虏伯在营情况
（3）蒂森克虏伯的技术发展情况
（4）蒂森克虏伯发展战略分析

8.1.5 美国奥的斯（OTIS）
（1）奥的斯在华布局情况
（2）近年奥的斯在营情况
（3）奥的斯的技术发展情况
（4）奥的斯发展战略分析
8.1.6 德国沃克斯（VOLKSLIFT）
（1）沃克斯在华布局情况
（2）近年沃克斯在营情况
（3）沃克斯的技术发展情况
（4）沃克斯发展战略分析
（5）沃克斯优劣势分析
8.1.7 瑞士迅达集团（Shindler）
（1）迅达集团在华布局情况
（2）近年迅达集团在营情况
（3）迅达集团的技术发展情况
（4）迅达发展战略分析
8.1.8 日本东芝（TOSHIBA）
（1）东芝在华布局情况
（2）近年东芝在营情况
（3）东芝的技术发展情况
（4）东芝发展战略分析
8.1.9 日本富士达（FUJITEC）
（1）富士达在华布局情况
（2）近年富士达在营情况
（3）富士达的技术发展情况
（4）富士达发展战略分析
8.2 其他国际品牌电梯企业个案分析
8.2.1 加拿大希姆斯公司（Symax）
（1）企业基本情况分析
（2）企业在华投资情况
（3）企业主要产品分析
（4）企业销售渠道及售后服务分析
8.2.2 德国IFE电梯有限公司
（1）企业基本情况分析
（2）企业主要产品分析

（3）企业销售渠道及售后服务分析
（4）主要企业经营情况分析
8.2.3 韩国现代电梯
（1）企业基本情况分析
（2）企业在华投资情况
（3）企业主要产品分析
（4）企业销售渠道及售后服务分析
8.2.4 SIGMA韩国星玛电梯
（1）企业基本情况分析
（2）企业在华投资情况
（3）企业主要产品分析
（4）企业销售渠道以及售后服务分析
8.3 中国内资品牌电梯企业个案分析
8.3.1 江南嘉捷电梯股份有限公司经营情况分析
（1）企业基本情况分析
（2）企业主要产品分析
（3）企业销售渠道及售后服务分析
（4）企业经营情况分析
8.3.2 康力电梯股份有限公司经营情况分析
（1）企业基本情况分析
（2）企业主要产品分析
（3）企业销售渠道及售后服务分析
（4）企业经营情况分析
8.3.3 沈阳博林特电梯集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业基本情况分析
（2）企业主要产品分析
（3）企业销售渠道及售后服务分析
（4）企业经营情况分析
8.3.4 广州广日电梯工业有限公司经营情况分析
（1）企业基本情况分析
（2）企业主要产品分析
（3）企业销售渠道及售后服务分析
（4）企业经营情况分析
8.3.5 西继迅达（许昌）电梯有限公司经营情况分析
（1）企业基本情况分析

（2）企业主要产品分析
（3）企业销售渠道及售后服务分析
（4）企业经营情况分析
8.3.6 申龙电梯股份有限公司经营情况分析
（1）企业基本情况分析
（2）企业主要产品分析
（3）企业销售渠道及售后服务分析
（4）企业经营情况分析
8.3.7 北京京城中奥电梯有限公司经营情况分析
（1）企业基本情况分析
（2）企业主要产品分析
（3）企业销售渠道及售后服务分析
（4）企业经营情况分析
8.3.8 山东百斯特电梯有限公司经营情况分析
（1）企业基本情况分析
（2）企业主要产品分析
（3）企业销售渠道及售后服务分析
（4）企业经营情况分析
8.3.9 常州电梯厂有限公司经营情况分析
（1）企业基本情况分析
（2）企业主要产品分析
（3）企业销售渠道及售后服务分析
（4）企业经营情况分析
8.3.10 永大电梯设备（中国）有限公司经营情况分析
（1）企业基本情况分析
（2）企业主要产品分析
（3）企业销售渠道及售后服务分析
（4）企业经营情况分析

第九章 中国电梯制造行业投资机会与投资建议
9.1 中国电梯制造行业投资特性分析
9.1.1 电梯制造行业进入壁垒分析
（1）技术壁垒
（2）资金壁垒
（3）品牌壁垒

（4）资质壁垒
9.1.2 电梯制造行业盈利模式分析
9.2 中国电梯制造行业投资机会分析
9.2.1 电梯制造行业投资价值分析
（1）行业盈利趋势分析
（2）行业发展趋势分析
（3）行业抗风险趋势分析
9.2.2 电梯制造行业重点投资产品分析
9.3 中国电梯制造行业投资风险预警
9.3.1 电梯制造行业投资政策风险
9.3.2 电梯制造行业投资技术风险
9.3.3 电梯制造行业投资竞争风险
9.4 中国电梯制造行业投资建议分析
9.4.1 电梯制造行业投资现状分析
9.4.2 电梯制造行业主要投资建议

图表目录

图表 我国电梯品种基本分类情况
图表 电梯行业产业链示意图
图表 2016-2019年中国电梯行业总产值及占GDP的比重（单位：亿元，%）
图表 电梯产品的标准目录
图表 我国电梯制造行业涉及到的法律法规
图表 2016-2019年全国房地产开发投资增速（单位：%）
图表 2016-2019年全国房地产开发企业土地购置面积增速（单位：%）
图表 2016-2019年全国商品房销售面积及销售额增速（单位：%）
图表 2016-2019年全国房地产开发企业到位资金增速（单位：%）
图表 中国房地产市场未来发展趋势

图表详见报告正文·····(GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国电梯制造行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/434156434156.html