

2017-2022年中国电梯行业市场发展现状及十三五 投资规划研究报告

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《2017-2022年中国电梯行业市场发展现状及十三五投资规划研究报告》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/fangdichang/277427277427.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

我国在用电梯数量由2001年底的28.5万台增加到2014年底的360万台，年均增长率在20%以上。2014年中国电梯行业规模达2641亿元，增长16%，利润总额274亿元，增长19%。

2000-2014年我国电梯产量及其增速

2000-2014年我国电梯销量及其增速

2014年我国电梯产量70万台，出口7.4万台，进口0.17万台，表观消费量约为62.77万台。产量和销售量分别占全球市场的65%和60%。2014年我国电梯保有量达到360万台，占全球总保有量1200万台的30%左右，预计2015年我国电梯市场的保有量将突破400万台，我国已然是全球最大的电梯市场。

2001-2015年中国电梯保有量

人均水平还非常低。按照我国2012年电梯总保有量的250万台计算，我国人均保有量达到19台/万人，首次达到全球人均水平，但与城镇化水平较高的发达国家与地区相比仍有巨大的差距，人均水平仅为英国的1/2，日本的1/3，德国的1/4，西班牙的1/7。我国高楼数量最多的几个城市，北京、上海、重庆人均保有量也是远低于国际主要一线城市。由此来看，我国电梯保有量仍存在较大的空间，目前的高基数并不会成为发展的瓶颈。

每万人拥有电梯数（台）

中国报告网发布的《2017-2022年中国电梯行业市场发展现状及十三五投资规划研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

第一章 电梯的相关概述

1.1 电梯的介绍

1.1.1 电梯的定义

1.1.2 电梯的分类

1.1.3 电梯的组成

1.1.4 电梯主参数

1.2 电梯的发展历史

1.2.1 世界电梯发展史

1.2.2 中国电梯发展史

第二章 2014-2016年中国电梯产业的发展

2.1 2014-2016年中国电梯业发展综述

2.1.1 中国电梯行业高速发展

2.1.2 国内电梯行业发展特点

2.1.3 本土电梯品牌借力发展

2.1.4 电梯业产业集群效应初显

2.2 2014-2016年中国电梯业发展状况

2.2.1 2014年中国电梯行业发展状况

2.2.2 2014年《电梯限速器测试仪校准规范》实施

2.2.3 2014年国家质检总局加强电梯安全监管

2.2.4 2015年中国电梯行业发展状况

2.2.5 2016年中国电梯行业发展动况

2.3 2014-2016年中国自动扶梯的发展

2.3.1 自动扶梯行业发展概况

2.3.2 中国自动扶梯行业亟待变革

2.3.3 自动扶梯企业的发展战略

2.3.4 自动扶梯未来发展趋势

2.4 中国电梯业发展存在的问题

2.4.1 国内电梯业发展的三大问题

2.4.2 我国电梯业发展面临的挑战

2.4.3 品牌缺失制约国内本土电梯企业发展

2.4.4 电梯业面临洗牌的严峻考验

2.5 中国电梯业的发展对策

2.5.1 中国电梯业的发展策略

2.5.2 推动电梯行业自主创新发展的建议

2.5.3 中国电梯发展的产业政策与措施

2.5.4 国内电梯业需要发展OEM

第三章 2014-2016年中国电梯市场分析

3.1 2014-2016年中国电梯市场概况

3.1.1 中国电梯市场不断发展壮大

3.1.2 我国电梯市场的发展特点

3.1.3 中国住宅电梯市场发展浅析

3.1.4 中国电梯市场发展变化分析

3.1.5 电梯市场结构优化的主要表现

3.2 2014-2016年中国电梯政府采购市场分析

3.2.1 2014年电梯政府采购市场持续扩张

3.2.2 2015年电梯政府采购市场快速增长

3.2.3 2016年电梯政府采购市场态势

3.3 电梯企业的销售管理分析

3.3.1 电梯企业销售管理的意义和指导思想

3.3.2 电梯企业销售预测的地位及方法

3.3.3 电梯产品的销售流程

3.3.4 电梯企业与销售代理商的关系

3.4 中国电梯市场发展存在问题及对策

3.4.1 中国电梯市场成本失优

3.4.2 国内电梯采购中存在的主要问题

3.4.3 中国住宅电梯推广措施

第四章 2014-2016年节能和环保电梯发展分析

4.1 发展节能电梯的必要性

4.1.1 节能电梯发展紧迫的三大因素

4.1.2 电梯能源消耗量巨大

4.1.3 节能电梯具有四大优势

4.2 绿色环保电梯发展概况

4.2.1 环保电梯介绍

4.2.2 绿色环保电梯备受关注

4.2.3 绿色电梯的重点发展方向

4.2.4 无机房电梯环保优势突出

4.3 节能电梯的发展分析

4.3.1 耗能型电梯与节能型电梯简介

4.3.2 节能电梯在中国的发展概况

4.3.3 电梯系统节能步入新阶段

4.3.4 节能电梯产业的发展建议

4.3.5 我国电梯节能的潜力与途径分析

第五章 2014-2016年电梯技术发展分析

5.1 电梯技术概述

5.1.1 电梯技术分类

5.1.2 电梯驱动技术

5.1.3 电梯节能技术

5.2 电梯监控技术的应用

5.2.1 中国电梯运行监控系统的开发概述

5.2.2 中国智能建筑中的电梯监控与弱电之间的关系状况

5.2.3 电梯监控技术的应用分析

5.3 能源再生技术在电梯中的应用

5.3.1 能源再生电梯技术应用简述

5.3.2 电梯能源再生技术有待普及

5.3.3 能源再生技术在电梯中的应用展望

5.4 电梯技术改造的发展与思考

5.4.1 电梯技术改造的内容

5.4.2 电梯技术改造的发展

5.4.3 电梯技术改造存在的主要问题

5.5 电梯智能化节能技术改造分析

5.5.1 普通自动扶梯存在三大缺陷

5.5.2 自动扶梯智能化节能原理

5.5.3 自动扶梯智能化节能改造经济效益分析

5.5.4 普通电梯智能化节能改造

5.6 电梯技术发展面临的挑战及趋势

5.6.1 电梯发展的技术壁垒

5.6.2 电梯技术的发展趋向

5.6.3 电梯技术的发展方向

5.6.4 电梯产品技术发展的十大动向

第六章 2014-2016年电梯产业区域市场分析

6.1 广东区域市场

6.1.1 广东电梯行业发展概况

6.1.2 广东启动电梯安全监管改革

6.1.3 广东电梯行业发展分析

6.1.4 旧房改造成广州电梯业发展新契机

6.2 天津区域市场

6.2.1 天津电梯产业发展历程

6.2.2 天津电梯产业发展综述

6.2.3 天津加强电梯安全监管

6.2.4 未来天津电梯产业发展展望

6.3 苏州区域市场

6.3.1 苏州电梯产业发展历程

6.3.2 苏州电梯产业发展综述

6.3.3 苏州电梯产业的发展特色

6.3.4 苏州成立电梯业商会

6.3.5 苏州吴江区汾湖电梯业蓬勃发展

6.4 杭州区域市场

6.4.1 杭州电梯产业发展历程

6.4.2 杭州电梯产业发展综述

6.4.3 杭州市积极应对电梯老化问题

6.4.4 杭州实施电梯安全监察新规

6.5 南浔区域市场

6.5.1 南浔电梯产业发展历程

6.5.2 南浔电梯产业发展综述

6.5.3 南浔电梯产业“雁群效应”正在形成

6.5.4 南浔电梯产业强劲发展

6.5.5 南浔电梯产业未来发展展望

6.6 宁波区域市场

6.6.1 宁波电梯产业发展历程

6.6.2 宁波电梯产业发展综述

6.6.3 宁波电梯产业发展特色

6.6.4 宁波试点安装电梯智能监控系统

6.7 沈阳区域市场

6.7.1 沈阳电梯产业发展历程

6.7.2 沈阳电梯产业发展综述

6.7.3 沈阳电梯产业未来发展展望

第七章 国际主要电梯企业经营状况分析

7.1 奥的斯电梯公司 (OTIS)

7.1.1 公司简介

7.1.2 2014年奥的斯经营状况

7.1.3 2015年奥的斯经营状况

7.1.4 2016年奥的斯经营状况

7.2 快速电梯公司 (EXPRESS)

7.2.1 公司简介

7.2.2 2014年快速电梯经营状况

7.2.3 2015年快速电梯经营状况

7.2.4 2016年快速电梯经营状况

7.3 迅达电梯集团 (SCHINDLERGROUP,INC.)

7.3.1 公司简介

7.3.2 2014年Schindler经营状况

7.3.3 2015年Schindler经营状况

7.3.4 2016年Schindler经营状况

7.4 通力集团 (KONE)

7.4.1 公司简介

7.4.2 2014年通力集团经营状况

7.4.3 2015年通力集团经营状况

7.4.4 2016年通力集团经营状况

7.5 德国蒂森克虏伯集团 (THYSSENKRUPP)

7.5.1 公司简介

7.5.2 2013财年蒂森克虏伯经营状况

7.5.3 2014财年蒂森克虏伯经营状况

7.5.4 2015财年蒂森克虏伯经营状况

7.6 富士达株式会社 (FUJITECCO.,LTD.)

7.6.1 公司简介

7.6.2 2013财年富士达株式会社经营状况

7.6.3 2014财年富士达株式会社经营状况

7.6.4 2015财年富士达株式会社经营状况

第八章 中国重点电梯企业经营状况分析

8.1 上海机电股份有限公司

8.1.1 公司发展概况

8.1.2 经营效益分析

8.1.3 业务经营分析

8.1.4 财务状况分析

8.1.5 未来前景展望

8.2 康力电梯股份有限公司

8.2.1 公司发展概况

8.2.2 经营效益分析

8.2.3 业务经营分析

8.2.4 财务状况分析

8.2.5 未来前景展望

8.3 江南嘉捷电梯股份有限公司

8.3.1 公司发展概况

8.3.2 经营效益分析

8.3.3 业务经营分析

8.3.4 财务状况分析

8.3.5 未来前景展望

8.4 广州广日股份有限公司

8.4.1 公司发展概况

8.4.2 经营效益分析

8.4.3 业务经营分析

8.4.4 财务状况分析

8.4.5 未来前景展望

8.5 沈阳博林特电梯集团股份有限公司

8.5.1 公司发展概况

8.5.2 经营效益分析

8.5.3 业务经营分析

8.5.4 财务状况分析

8.5.5 未来前景展望

8.6 长江润发机械股份有限公司

8.6.1 公司发展概况

8.6.2 经营效益分析

8.6.3 业务经营分析

8.6.4 财务状况分析

8.6.5 未来前景展望

8.7 上市公司财务比较分析

8.7.1 盈利能力分析

8.7.2 成长能力分析

8.7.3 营运能力分析

8.7.4 偿债能力分析

8.8 其他企业

8.8.1 上海永大电梯设备有限公司

8.8.2 上海新时达电气股份有限公司

8.8.3 杭州新马电梯有限公司

8.8.4 日立电梯（中国）有限公司

8.8.5 东芝电梯（中国）有限公司

第九章 2014-2016年中国电梯市场竞争分析

9.1 中国电梯市场竞争格局

9.1.1 我国电梯需求稳居世界第一

9.1.2 本土品牌销量占三成

9.1.3 行业竞争日趋激烈

9.1.4 服务竞争时代即将到来

9.2 国内电梯市场品牌分析

9.2.1 市场份额

9.2.2 技术流派

9.2.3 质量与售价

9.3 外商参与中国电梯市场竞争概况

9.3.1 跨国电梯公司在华获得机会

9.3.2 中国成为世界电梯公司竞争的主战场

9.3.3 境外企业看好中国电梯市场

9.3.4 日资电梯企业在中高端市场博弈占主导

9.4 电梯市场的竞争策略

9.4.1 电梯的差异化竞争策略简述

9.4.2 日本电梯企业在中国市场竞争中的专利战略

9.4.3 电梯产品在境内外的市场竞争要领

9.4.4 中国电梯企业市场竞争中的生存之道

9.4.5 中国中小电梯企业的市场竞争策略

第十章 2017-2022年电梯业投资分析及发展前景预测

10.1 中国电梯业投资潜力分析

10.1.1 房地产业给电梯企业带来机遇和挑战

10.1.2 民族电梯企业迎来发展良机

10.1.3 中国电梯业投资建议

10.2 电梯市场前景展望

10.2.1 中国电梯市场发展潜力巨大

10.2.2 我国电梯市场发展特点预测

10.2.3 我国电梯市场未来需求量预测

10.2.4 2017-2022年中国电梯行业预测分析

10.3 电梯行业发展趋势分析

10.3.1 未来电梯的主要发展趋势

10.3.2 电梯业将迈入无线时代

10.3.3 中国电梯行业的发展方向预测

附录:

附录一：《特种设备监察条例》

附录二：《关于加强电梯制造安装改造维修许可和型式试验工作的通知》

图表目录:

图表 中国电梯年产量增长历程

图表 2015年我国电梯政府采购金额月度走势

图表 2015年电梯采购年度大标

图表 2014-2016年Schindler综合损益表

图表 2014-2016年Schindler在不同地区的业务情况

图表 2014-2016年Schindler综合损益表

图表 2014-2016年Schindler主要指标

图表 2014-2016年通力集团综合损益表

图表 2014-2016年通力集团不同地区销售额

图表 2014-2016年通力集团不同部门销售额

图表 2014-2016年通力集团综合损益表

图表 2014-2016年通力集团不同地区销售额

图表 2014-2016年通力集团不同部门销售额

图表 2014-2016年第通力集团综合损益表

图表 2014-2016年第通力集团不同地区销售额

图表 2012-2013财年蒂森克虏伯综合损益表

图表 2012-2013财年蒂森克虏伯不同地区净销售额情况

图表 2012-2013财年蒂森克虏伯不同部门净销售额情况

图表 2014-2016财年蒂森克虏伯综合损益表

图表 2014-2016财年蒂森克虏伯不同地区净销售额情况

图表 2014-2016财年蒂森克虏伯不同部门净销售额情况

图表 2014-2016财年蒂森克虏伯综合损益表

图表 2014-2016财年蒂森克虏伯不同部门净销售额情况

图表 2012-2013财年富士达株式会社综合损益表

图表 2013财年富士达株式会社不同地区销售额细分情况

图表 2014-2016财年富士达株式会社简明损益表

图表 2014-2016财年富士达株式会社不同地区销售额细分情况

图表 2014-2016财年富士达株式会社综合损益表

图表 2014-2016财年富士达株式会社不同地区销售额细分情况

图表 2014-2016年上海机电总资产和净资产

图表 2014-2016年上海机电营业收入和净利润

图表 2016年上海机电营业收入和净利润

图表 2014-2016年上海机电现金流量

图表 2016年上海机电现金流量

图表 2015年上海机电主营业务收入分行业、产品、区域

图表 2014-2016年上海机电成长能力

图表 2016年上海机电成长能力

图表 2014-2016年上海机电短期偿债能力

图表 2016年上海机电短期偿债能力

图表 2014-2016年上海机电长期偿债能力

图表 2016年上海机电长期偿债能力

图表 2014-2016年上海机电运营能力

图表 2016年上海机电运营能力

图表 2014-2016年上海机电盈利能力

图表 2016年上海机电盈利能力

图表 2014-2016年康力电梯总资产和净资产

图表 2014-2016年康力电梯营业收入和净利润

图表 2016年康力电梯营业收入和净利润

图表 2014-2016年康力电梯现金流量

图表 2016年康力电梯现金流量

图表 2015年康力电梯主营业务收入分行业、产品、区域

图表 2014-2016年康力电梯成长能力

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告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/fangdichang/277427277427.html>