

# 2008-2009年中国电梯市场研究咨询报告

## 报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2009年中国电梯市场研究咨询报告》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/xiantiyongpin/2928629286.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7500元 电子和纸介版: 8000

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

内容简介2008年奥运会和2010年世博会在中国的举办，将有力的带动电梯革命的节能环保化发展，电梯产业的前景和走势也随着社会的需求悄然发生着改变。市场对新一代的绿色电梯、节能电梯和智能电梯的需求越来越旺盛。国内外电梯企业顺应市场需要，加大研发投入，都准备在未来新概念电梯产业发展中占得先机。我国有13亿多人口，在用电梯的人均拥有量是世界平均数的1/3，是发达国家的1/10，我国电梯市场还远未饱和。2008-2010年期间我国电梯需求将呈现快速增长的态势，根据回归模型对未来三年内的产量进行预测，2008-2010年我国电梯产量分别为24.31万部、28.66万部和33.41万部。我国的电梯市场仍将保持每年20%的递增速度，年平均销售额至少500亿美元。2008年及未来几年，技术创新是推动电梯行业进步的关键，无线电梯的出现必然对我国电梯行业是一个促动。电梯行业即将迎来全新的无线时代。而且，专家预测未来50年我国新增住房面积将达到200亿平方米。目前国家规定20米以上高楼就应安装电梯，因此未来电梯最大的市场就是住宅市场。此外，机场、商场、地铁等大型公共设施建设对自动扶梯、观光电梯等电梯的需求量也十分可观。目前，全国有注册电梯企业达395家，但美国奥的斯、瑞士迅达、芬兰通力、德国蒂森、日本三菱、日立、富士达、东芝等13家大型外企占据我电梯市场80%的份额，销售额达85%。从电梯业年产量而言，作为第一集团的奥的斯（中国）、上海三菱、广州日立的产量已达1万台以上；而作为第二集团的迅达、蒂森、通力、富士达、东芝达到3千台-1万台的产销规模，其中最晚进入中国电梯市场的华升富士达投产10年，产销量一直保持40%的上升趋势。而面对外资巨头的贴身进逼，本土电梯品牌在服务和营销上难以匹敌，其生存状况不容乐观。今后一段时间内电梯技术将向着环保、驱动系统使用永磁同步无齿曳引机、产业信息化网络化的方向发展，面对日益严峻的市场环境每个企业首先考虑如何生存。要生存下去就必须提高企业竞争力，在所能够改变竞争规则的因素中，技术变化属于最显著的一种。如何在电梯技术方面保持领先地位从而保持企业的竞争优势？国内电梯企业管理者必须制定一个企业电梯技术发展战略，只有这样，才可能在竞争中不被淘汰。本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家发改委、国家商务部、国家工业和信息化部、国家质量监督检验检疫总局、中国电梯行业协会、中国行业研究网、国内各大行业数据服务机构、全国及海外上百种相关报刊杂志的基础信息以及电梯专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国电梯行业的市场、行业结构、产品、进出口等情况作了详尽地分析，并参考了国外电梯行业的发展趋势，对今后我国电梯行业的发展做出预测。同时，本报告也针对电梯行业的特点，从各个角度全面详实地进行了研究或调研，它既是一份高质量的、专门针对我国电梯行业的研究报告，也是电梯生产企业、相关配套企业、经销商、银行信贷部门以及战略投资者不可多得的参考资料。

目 录CONTENTS第一部分 行业发展概况第一章 电梯行业发展概况 1第一节 电梯行业基本知识 1一、电梯的定义及分类 1二、自动扶梯的分类 4三、中国电梯发展历程 6第二节 电梯交通配置发展概况

8一、电梯交通配置概念	8二、电梯交通配置发展	8第三节	世界电梯行业发展分析
10一、世界电梯发展历史	10二、日本电梯专利战略分析	16三、英国电梯法规标准体系概述	
20第二章	电梯行业发展环境分析	32第一节	行业发展宏观经济环境分析
32一、2007年我国宏观经济发展分析	32二、2008年我国宏观经济发展分析	39第二节	行业发展的政策环境分析
43一、民建条例对电梯业的影响	43二、电梯缺陷召回制度分析		
45三、2007-2008年电梯采购突显政策功能	46四、2008年我国首次出台电梯强制标准		
48第三节	后WTO时代的中国电梯业	49一、进口产品与国产品价格比较	
49二、电梯业的产业结构特点		50三、国际品牌的利益组合	
51四、《非关税壁垒协议》的影响	52第二部分	行业发展现状	第三章 中国电梯行业发展分析
57第一节	2007-2008年行业发展现状	57一、2007年安全是电梯行业健康发展主旋律	
57二、电梯市场的发展与变化	57三、电梯市场平稳发展	60第二节	
2008年电梯市场发展现状	61一、2008年钢价高位运行电梯领军企业面临整合		
61二、电梯行业的发展前景	62三、2008年电梯行业迎来无线时代		
64四、2008年电梯品牌助长高层建筑品质提升			
64五、2008年奥运会和2010年世博会带动电梯革命	66第三节	中国电梯行业存在的问题	
70一、企业缺乏竞争力	70二、产品结构不足	71三、不合理的市场竞争	
75四、电梯安全需加强	76五、能源再生技术电梯亟待研发普及	77第四节	
电梯维修市场发展分析	77一、电梯维修市场的特点	77二、我国电梯维保的现状	
80三、电梯设备维护分析	84第四章	中国电梯行业市场分析	90第一节
2007-2008年电梯制造业经济运行分析	90一、2007-2008年电梯制造企业排名		
90二、2008年电梯制造分地区经济指标	92第二节	2007-2008年载货电梯进出口分析	
134一、2007-2008年升降、搬运、装卸货物等机器进口数据			
134二、2007-2008年升降、搬运、装卸货物等机器出口数据			139第五章
中国电梯行业市场需求分析	145第一节	影响电梯需求的主要因素分析	
145一、2007-2010年城镇人口以及人口密度	145二、2008年国家房地产景气指数分析		
147三、2008年房地产市场运行情况	149第二节	消费者对电梯的消费偏好分析	
156一、消费者电梯品牌偏好	156二、电梯用户满意度调查	158三、电梯用户满意度测评	
158四、电梯用户需求变化	160第六章	电梯行业技术发展分析	163第一节
163一、2008年中国首创电梯能量回馈装置	163二、我国电梯行业标准		
164三、超高速电梯技术发展的难题	170四、2008年节能环保成电梯技术的焦点		
174五、电梯技术的发展展望	177第二节	电梯技术的发展趋势分析	
180一、智能大厦电梯发展趋势	180二、智能建筑电梯监控技术方向		
183三、电梯技术的整体发展趋势	186四、电梯驱动技术的发展趋势	189第三部分	
行业竞争分析	第七章	电梯行业市场竞争分析	195第一节
195一、本土品牌电梯举步维艰	195二、外资加速投资中国电梯业		

197三、	电梯跨国公司加快在华扩张步伐	
198四、	2008年日本三大电梯厂商纷纷加强在华业务	198第二节 中国电梯业的市场竞争
199一、	电梯产品的市场竞争	199二、电梯企业的主要竞争力分析
200三、	电梯行业的潜在威胁者分析	202第三节 各类型电梯市场竞争分析
205一、	快速电梯销量迅猛	205二、小机房电梯将全面替代普通电梯
207三、	无机房电梯的发展	209四、观光电梯的选择
		210五、住宅电梯的价格和配置
210第八章	电梯行业优势企业分析	212第一节 上海三菱电梯有限公司
		212一、公司概况
		212二、公司技术优势
	214三、公司发展分析	218四、2008年公司动态
		226第二节
	日立电梯(中国)有限公司	227一、公司概况
		227二、公司发展策略
229三、	2008年公司动态	233第三节 奥的斯电梯公司
		234一、公司概况
234二、	西子奥的斯节能电梯	236三、2008年公司动态
		237第四节 通力电梯有限公司
238一、	公司概况	238二、公司发展优势
		239三、2008年公司动态
		240第五节
	东芝电梯(中国)有限公司	242一、公司概况
		242二、公司技术优势
243三、	2008年公司动态	244第六节 蒂森克虏伯集团
		245一、公司概况
245二、	公司中国市场定位	246三、2008年公司动态
		246第七节 迅达集团
		247一、公司概况
247二、	2007年集团经营情况	248三、2008年集团动态
		249第八节
	华升富士达电梯有限公司	250一、公司概况
		250二、公司SWOT分析
		251三、公司营销策略
253第四部分	行业策略、趋势及投资分析	第九章 电梯行业发展策略分析
		259第一节
	电梯企业的营销策略分析	259一、电梯销售人员的素质分析
259二、	电梯企业的销售管理分析	263三、电梯企业的渠道创新策略分析
		269第二节
	电梯差异化营销策略分析	273一、创造客户就是创造差异
273二、	产品差异化、市场差异化和形象差异化	
274三、	以市场调查、细分和定位为基础的差异化策略	275四、新锐差异化策略
		277第三节
	电梯企业的跨媒体宣传策略	278一、市场研究
		279二、目标用户购买行为研究
280三、	媒介研究	280四、广告研究
		281第四节 电梯企业融资方式的选择
283一、	我国的融资环境分析	284二、电梯企业的筹资方式
284三、	我国现状对融资结构的影响	290第十章 电梯行业发展趋势分析
		293第一节
	电梯行业发展趋势分析	293一、2008年电梯行业发展趋势
293二、	2008年及未来几年电梯发展趋势	295三、2010年日本电梯占中国市场份额预测
296四、	未来电梯发展方向展望	297第二节 未来电梯行业的发展重点分析
298一、	无齿轮电梯成主流	298二、电梯节能潜力巨大
		299三、绿色电梯发展趋势
300四、	电梯性能提高趋势	301五、电梯品牌整合趋势
		301六、用手机操控的电梯
302第三节	2010年中国电梯市场预测	305一、中国电梯需求量预测
305二、	2010年我国电梯进出口量预测	307三、“十一五”期间电梯需求量分析
308四、	“十一五”期间的主要任务	309五、“十一五”期间电梯的主要目标
		310第十一章

电梯行业投资分析 311	第一节 电梯行业的进入壁垒分析 311	一、政策壁垒 311	二、技术壁垒 311	三、生产能力 314	四、品牌效应 314	第二节 电梯行业的投资风险及机会 315
	一、投资机会分析 315	二、投资风险分析 315	三、投资战略的选择 316	四、2008-2010年中国电梯行业投资分析 317	附录： 319	特种设备安全监察条例 319
319图表目录：图表：2007年世界十大电梯品牌						
15图表：在中国申请专利的日本主要电梯企业一览表						
17图表：日本电梯企业在中国的专利申请数量一览表						
18图表：中国电梯专利申请数量百分比						
18图表：1996-2006年7家日本电梯企业专利申请时间一览表						
19图表：英国标准学会制定的5655、bs5656系列标准一览表						
26图表：英国的电梯标准体系列标准一览表 28图表：英国标准学会制定iso系列标准一览表						
29图表：英国标准学会制定其他bs电梯标准一览表 30图表：2007年我国GDP增长11.4%						
32图表：2007年我国农业生产稳定发展						
33图表：2007年全国社会消费品零售总额同比增长16.8%						
33图表：2007年我国CPI上涨4.8% 34图表：2007年全国居民收入快速增长就业增加较多						
34图表：2007年我国货币供应量增长较快						
35图表：2007年我国工业生产增长加快企业效益提高						
35图表：2007年我国固定资产投资快速增长						
36图表：国内外综合因素推动2007年CPI涨幅创11年新高						
36图表：2007年1季度-2008年1季度我国GDP变化情况						
40图表：2007年7月-2008年3月我国居民消费价格指数变化						
40图表：2008年1季度我国GDP增长变化						
41图表：2008年1季度分类别工业品出厂价格增长率						
41图表：2004-2008年1季度全社会固定资产投资情况						
41图表：2008年1季度我国税收收入及增长 42图表：2008年1-4月CPI指数图						
42图表：2007年2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位						
90图表：2007年5月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位						
90图表：2007年8月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位						
91图表：2007年11月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位						
91图表：2008年2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位						
91图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标全国合计						
92图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标北京市合计						
93图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标天津市合计						
95图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标河北省合计						
96图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标山西省合计						

98图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标内蒙古合计

99图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标辽宁省合计

100图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标吉林省合计

102图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标黑龙江合计

103图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标上海市合计

105图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标江苏省合计

106图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标浙江省合计

107图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标安徽省合计

109图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标福建省合计

110图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标江西省合计

112图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标山东省合计

113图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标河南省合计

114图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标湖北省合计

116图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标湖南省合计

117图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标广东省合计

119图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标广西区合计

120图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标海南省合计

121图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标重庆市合计

123图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标四川省合计

124图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标贵州省合计

126图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标云南省合计

127图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标陕西省合计

128图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标甘肃省合计

130图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标宁夏区合计

131图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标新疆区合计

133图表：2007年1月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据

134图表：2007年2月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据

134图表：2007年3月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据

135图表：2007年1季度升降、搬运、装卸货物等机器进口数据

135图表：2007年4月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据

135图表：2007年5月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据

135图表：2007年6月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据

136图表：2007年2季度升降、搬运、装卸货物等机器进口数据

136图表：2007年7月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据

136图表：2007年8月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据

- 136图表：2007年9月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据
- 137图表：2007年3季度升降、搬运、装卸货物等机器进口数据
- 137图表：2007年10月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据
- 137图表：2007年11月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据
- 137图表：2007年12月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据
- 138图表：2007年4季度升降、搬运、装卸货物等机器进口数据
- 138图表：2008年1月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据
- 138图表：2008年2月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据
- 138图表：2008年3月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据
- 139图表：2008年1季度升降、搬运、装卸货物等机器进口数据
- 139图表：2007年4月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据
- 139图表：2007年1月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 139图表：2007年2月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 140图表：2007年3月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 140图表：2007年1季度升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 140图表：2007年4月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 140图表：2007年5月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 141图表：2007年6月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 141图表：2007年2季度升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 141图表：2007年7月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 141图表：2007年8月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 142图表：2007年9月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 142图表：2007年3季度升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 142图表：2007年10月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 142图表：2007年11月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 143图表：2007年12月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 143图表：2007年4季度升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 143图表：2008年1月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 143图表：2008年2月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 144图表：2008年3月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 144图表：2008年1季度升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 144图表：2007年4月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据
- 144图表：2007年人口数及其构成
- 145图表：2003-2007年农村居民人均纯收入及其增长速度
- 146图表：2003-2007年城镇居民人均纯收入及其增长速度

- 146图表：2010年中国城镇人口比重预测                      147图表：2010年中国城镇人口密度预测  
147图表：2007-2008年4月全国房地产开发景气指数走势图  
148图表：2008年一季度房地产价格指数                      148图表：2010年中国城镇建筑面积预测  
149图表：品牌电梯用户满意度表                                      158图表：品牌电梯的性价比  
158图表：我国电梯行业标准目录                      164图表：2004年-2007年快速电梯销量增长一览表  
207图表：上海三菱电梯有限公司市场销售网络                      213图表：上海三菱电梯有限公司产品  
214图表：上海三菱电梯有限公司能量回馈原理简图  
218图表：日立电梯（中国）有限公司服务销售网络                      229图表：2010年电梯需求规模趋势  
305图表：2010年各类电梯需求规模增长趋势  
305图表：2006-2010年各类电梯需求规模增长趋势  
306图表：2006-2010年电梯出口增长趋势 307图表：2006-2010年电梯进口增长趋势 308

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2928629286.html>