

2018-2024年中国电梯行业 分析与发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国电梯行业分析与发展趋势预测报告》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.chinairr.org/report/R05/R0502/201804/11-258002.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

目前中国已成为世界上电梯拥有量最大的国家，截止2016年年底，中国电梯保有量约为467.41万台。虽然我国电梯的保有量很大，但人均拥有量只有世界平均数的1/3，是发达国家的1/10-1/20，中国市场远未饱和，预计我国未来电梯保有量将达到800万台左右。

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，要求电梯节能、减少油污染、电磁兼容性强、噪声低、长寿命、采用绿色装潢材料、与建筑物协调等，甚至有人设想在大楼顶部的机房利用太阳能作为电梯驱动补充能源。未来一段时间内“绿色节能”和“安全”将成为电梯行业发展的两大关键词。

报告目录：

第1章：中国电梯行业发展环境分析

1.1 电梯行业发展综述

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 国际经济环境

1.3.2 外部环境对中国经济的影响

1.3.3 国内宏观经济

(1) 国内生产总值

(2) 工业增加值情况

(3) 城乡居民收入增长情况

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2章：中国电梯行业发展现状分析

2.1 中国电梯行业发展概况

2.1.1 电梯行业市场规模分析

（1）电梯生产量规模分析

（2）电梯保有量规模分析

2.1.2 电梯行业发展主要特点

2.2 中国电梯行业经营效益分析

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 中国电梯行业供需状况分析

2.3.1 中国电梯行业供给情况分析

（1）全国电梯行业总产值分析

（2）全国电梯行业产成品分析

2.3.2 中国电梯行业需求情况分析

2.3.3 中国电梯行业产销率分析

2.4 中国电梯行业进出口市场分析

2.4.1 电梯行业出口市场分析

（1）电梯行业出口整体情况

（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3章：中国电梯行业市场竞争分析

3.1 国际电梯市场竞争分析

3.1.1 国际电梯市场发展概况

(1) 全球电梯新增数量分析

(2) 全球在用电梯数量分析

3.1.2 德国电梯市场发展分析

(1) 德国电梯行业发展历程

(2) 德国电梯行业发展现状

(3) 德国电梯行业发展趋势

3.1.3 美国电梯市场发展分析

(1) 美国电梯行业发展历程

(2) 美国电梯行业市场现状

(3) 美国电梯行业发展趋势

3.1.4 日本电梯市场发展分析

(1) 日本电梯行业发展历程

(2) 日本电梯行业发展现状

(3) 日本电梯行业发展趋势

3.1.5 国际电梯行业竞争格局分析

3.1.6 国际电梯市场发展趋势分析

3.2 中国电梯行业竞争强度分析

3.2.1 现有电梯企业间的竞争分析

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 电梯业新进入者的威胁分析

3.2.5 电梯行业替代品的威胁分析

3.3 中国电梯行业竞争格局分析

3.3.1 电梯行业竞争区域分布（竞争企业所属地区）

3.3.2 电梯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4章：中国电梯行业产品市场分析

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5章：中国电梯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 行业设备招投标特点
 - 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6章：中国电梯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 香港电梯维修服务市场分析

（1）香港电梯维修服务周期

（2）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7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

第8章：电梯行业领先企业经营状况分析

8.1 国际著名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）近年三菱在华经营情况

1) 上海三菱电梯有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

2) 三菱电机上海机电电梯有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

（3）三菱的技术发展情况

（4）三菱发展战略分析

（5）三菱优劣势分析

8.1.2 芬兰通力（KONE）

（1）通力在华布局情况

（2）近年通力在华经营情况

1) 通力电梯有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

（3）通力的技术发展情况

（4）通力发展战略分析

（5）通力优劣势分析

8.1.3 日本日立（HITACHI）

（1）日立在华布局情况

（2）近年日立在华经营情况

1) 日立电梯（中国）有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

（3）日立的技术发展情况

（4）日立发展战略分析

（5）日立优劣势分析

8.1.4 德国蒂森克虏伯（THYSSEN）

（1）蒂森克虏伯在华布局情况

（2）近年蒂森克虏伯在华经营情况

1）蒂森克虏伯电梯（上海）有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

（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

（5）蒂森优劣势分析

8.1.5 美国奥的斯（OTIS）

（1）奥的斯在华布局情况

（2）近年奥的斯在华经营情况

1）奥的斯电梯（中国）投资有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

2）西子奥的斯电梯有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

3）广州奥的斯电梯有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

4）苏州江南快速电梯有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

（3）奥的斯的技术发展情况

（4）奥的斯发展战略分析

（5）企业优劣势分析

8.1.6 德国沃克斯（VOLKSLIFT）

（1）沃克斯在华布局情况

（2）近年沃克斯在华经营情况

1）沃克斯电梯（中国）有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

(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 (Schindler)

(1) 迅达集团在华布局情况

(2) 近年迅达集团在华经营情况

1) 迅达 (中国) 电梯有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

2) 苏州迅达电梯有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

(3) 迅达集团的技术发展情况

(4) 迅达发展战略分析

(5) 迅达优劣势分析

8.1.8 日本东芝 (TOSHIBA)

(1) 东芝在华布局情况

(2) 近年东芝在华经营情况

1) 东芝电梯 (中国) 有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

2) 东芝电梯 (沈阳) 有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

(3) 东芝的技术发展情况

(4) 东芝发展战略分析

(5) 东芝优劣势分析

8.1.9 日本富士达 (FUJITEC)

(1) 富士达在华布局情况

(2) 近年富士达在华经营情况

1) 华升富士达电梯有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

2) 浙江恒达富士电梯有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

(3) 富士达的技术发展情况

(4) 富士达发展战略分析

(5) 富士达优劣势分析

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

(5) 主要企业经营情况分析

1) 希姆斯电梯 (中国) 有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

(6) 企业优劣势分析

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

1) 东莞市快意电梯股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

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

(5) 主要企业经营情况分析

1) 上海现代电梯制造有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

(6) 企业优劣势分析

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

(5) 主要企业经营情况分析

1) 大连星玛电梯有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

(6) 企业优劣势分析

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

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业优劣势分析

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

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业优劣势分析

8.3.3 沈阳远大智能工业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

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业优劣势分析

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

(5) 企业优劣势分析

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

(5) 企业优劣势分析

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
- (5) 企业优劣势分析

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
- (5) 企业优劣势分析

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
- (5) 企业优劣势分析

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
- (5) 企业优劣势分析

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
- (5) 企业优劣势分析

8.3.11 东南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

(5) 企业优劣势分析

8.3.12 苏州科达液压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

(5) 企业优劣势分析

8.3.13 宁波宏大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

(5) 企业优劣势分析

8.3.14 杭州奥立达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

(5) 企业优劣势分析

8.3.15 菱王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

(5) 企业优劣势分析

第9章：中国电梯行业投资机会与前景预测

9.1 中国电梯行业投资特性分析

9.1.1 电梯行业进入壁垒分析

(1) 技术壁垒

(2) 资金壁垒	
(3) 品牌壁垒	
(4) 资质壁垒	
9.1.2 电梯行业盈利模式分析	
9.1.3 电梯行业投资风险分析	
(1) 政策风险	
(2) 技术风险	
(3) 竞争风险	
9.2 中国电梯行业投资机会分析	
9.2.1 电梯行业投资价值分析	
(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 电梯行业重点投资产品分析	
9.3 中国电梯行业投资建议分析	
9.3.1 电梯行业投资现状分析	
9.3.2 电梯行业主要投资建议	
9.4 电梯行业发展趋势与前景预测	
9.4.1 行业发展趋势分析	
9.4.2 行业发展前景预测	

图表目录

图表1：我国电梯品种基本分类情况

图表2：电梯行业产业链示意图

图表3：2014-2017年中国电梯行业总产值及占GDP的比重（单位：亿元，%）

图表4：电梯产品的标准目录

图表5：我国电梯制造行业涉及到的法律法规

图表6：2014-2017年主要国际组织GDP增长率（单位：%）

图表7：2014-2017年中国国内生产总值增长情况（单位：万亿元，%）

图表8：2014-2017年全部工业增加值及同比增速（单位：亿元，%）

图表9：2014-2017年中国城镇和农村居民人均可支配收入变动（单位：元，%）

图表10：中国电梯行业主要标准分类及数量（单位：项，%）

图表11：中国电梯行业主流技术水平分析

图表12：代表性电梯制造商技术专利数量情况（单位：项）

图表13：2014-2017年全国电梯运行事故数据（单位：起）

图表14：地方主要电梯政策法规汇总

图表15：2009-2017年中国电梯生产量变化情况（单位：万台，%）

图表16：2009-2017年中国电梯保有量变化情况（单位：万台）

图表17：2009-2017年中国电梯制造行业经营规模情况（单位：家，万人，亿元）

图表18：2009-2017年中国电梯制造行业经营效益情况（单位：亿元，%）

图表19：2009-2017年全国电梯行业工业产值变化情况（单位：亿元，%）

图表20：2009-2017年全国电梯行业产成品变化情况（单位：亿元，%）

图表21：2009-2017年全国电梯行业销售收入变化情况（单位：亿元，%）

图表22：2009-2017年全国电梯制造行业产销率变化情况（单位：%）

图表23：2014-2017年中国电梯行业进出口状况表（单位：万美元）

图表24：2014-2017年中国电梯行业产品出口金额情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表25：2014-2017年中国载客电梯出口情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表26：2017年中国载客电梯出口排名前20的国家和地区（单位：台，万美元，万美元/台）

图表27：2014-2017年中国自动扶梯和自动人行道出口情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表28：2017年中国自动扶梯和自动人行道出口排名前20的国家和地区（单位：台，万美元，万美元/台）

图表29：2014-2017年中国电梯行业产品进口金额情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表30：2014-2017年中国载客电梯进口情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表31：2017年中国载客电梯进口排名国家和地区（单位：台，万美元，万美元/台）

图表32：2014-2017年中国自动扶梯和自动人行道进口情况（单位：台，万美元，万美元/台）

……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/201804/11-258002.html>