

2016-2022年中国电梯产业 转移机会与策略建议分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国电梯产业转移机会与策略建议分析报告》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.abaogao.com/b/jixie/L8504360M7.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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。

目前，国内电梯制造企业的部件产品市场份额已超过60%，一些国际著名公司也采用民族企业产品。

（4）我国电梯门系统、电梯控制系统发展现状

电梯门系统和电梯控制系统均为电梯的核心控制部件。电梯整机制造厂商获取所需的电梯门系统或电梯控制系统一般采用外部采购或自产自配两种方式。除部分外资品牌电梯及个别国内品牌电梯采用自制自配方式生产其所需的控制系统外，大部分电梯整机制造厂商选择采购电梯部件专业生产厂商生产的电梯门系统、电梯控制系统产品。

电梯行业的繁荣发展带动了电梯部件制造企业的迅速壮大，涌现了包括本公司在内的一批优秀的电梯部件供应商。电梯部件供应商在与电梯整机制造商的长期合作中，经过持续的自主研发和技术创新，技术水平和生产工艺水平已逐步接近或达到国际先进水平。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了电梯行业市场潜在需求与市场机会，报告对电梯行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国电梯行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 中国电梯产业相关概述分析 13

第一节 电梯行业相关概述 13

一、产品概述 13

二、产品组成 13

三、产品用途 13

第二节 电梯行业经营发展模式 14

一、发展模式 14

二、经营模式 14

三、销售模式 15

第三节 中国电梯产业政策分析 15

一、电梯产业政策分析 15

二、电梯标准分析 16

三、中国电梯行业行规行约 18

四、电梯监督检验规程 19

第二章 2013年中国电梯产业的发展形势分析 25

第一节 中国电梯业的发展概况 25

一、中国电梯行业发展现状分析 25

二、中国电梯行业发展情况分析 28

三、中国电梯行业发展特征分析 30

第二节 中国自动扶梯的发展分析 31

一、自动扶梯行业发展概况 31

二、自动扶梯企业的发展战略 32

三、自动扶梯未来发展趋势 33

第三节 中国电梯业发展面临的挑战分析 36

一、中国电梯行业发展问题分析 36

二、品牌缺失制约国内本土电梯企业发展 36

三、电梯业面临洗牌的严峻考验 37

第四节 中国电梯业的发展对策分析 38

一、中国电梯行业发展策略分析 38

二、推动电梯行业自主创新发展的建议 39

三、中国电梯发展的产业政策与措施 43

四、中国电梯业需要发展OEM 44

第三章 2013年中国电梯市场运行分析 47

第一节 中国电梯市场概况 47

一、中国电梯市场运行分析 47

二、中国电梯生产情况分析 48

三、中国电梯区域消费市场分析 48

四、中国电梯市场产品结构分析 49

第二节 中国电梯市场发展的特点 49

一、电梯的特殊性及表现 49

二、中国电梯产业结构逐步改善 51

三、无齿轮电梯已成市场主流 51

四、电梯市场小机房电梯逐步替代普通电梯	51
第三节 中国电梯企业的销售管理分析	53
一、电梯企业销售管理的意义和指导思想	53
二、电梯企业销售预测的地位及方法	54
三、电梯产品的销售流程	55
四、电梯企业与销售代理商的关系	57
第四节 中国电梯市场调查分析	57
一、电梯市场品牌调查	57
二、中国电梯用户满意度调查分析	58
第五节 中国电梯市场发展存在问题及对策	59
一、中国电梯市场成本失优	59
二、电梯采购中存在的主要问题	60
三、地铁电梯事故所暴露的问题	62
四、中国住宅电梯推广措施	63
第四章 2013年中国节能和环保电梯的发展分析	64
第一节 中国发展节能电梯的必要性	64
一、节能电梯发展紧迫的三大因素	64
二、中国发展节能电梯势在必行	64
三、电梯能耗问题的解决已经刻不容缓	65
第二节 中国绿色环保电梯发展概况	65
一、环保电梯概述	65
二、绿色节能电梯的发展历程	66
三、绿色环保电梯备受关注	67
四、中国企业积极开发绿色环保电梯	68
五、绿色技术缔造电梯节能的典范	68
六、无机房电梯环保优势突出	69
七、绿色电梯的发展方向	70
第三节 中国节能电梯的发展分析	71
一、电梯节电原理分析	71
二、电梯节能技术分析	72
三、节能电梯效果分析	73

- 四、节能电梯市场需求分析 74
- 五、节能电梯要突破意识瓶颈 75
- 六、节能型载货电梯节能优势 75

第五章 2013年中国电梯技术发展分析 77

第一节 电梯技术概述 77

- 一、电梯技术分类 77
- 二、电梯驱动技术 78
- 三、电梯节能技术 78

第二节 中国电梯监控技术的应用分析 80

- 一、电梯智能监控系统分析 80
- 二、电梯监控与弱电之间的关系 82
- 三、电梯监控技术的应用分析 83

第三节 中国能源再生技术在电梯中的应用 85

- 一、电梯能源再生原理 85
- 二、电梯再生能源节能效果 87
- 三、电梯能源再生技术有待普及 87

第四节 中国电梯技术改造的发展与思考 88

- 一、电梯技术改造的内容 88
- 二、电梯技术改造的发展 89
- 三、电梯技术改造存在的主要问题 90

第五节 中国电梯技术发展面临的挑战及趋势 90

- 一、电梯发展的技术壁垒 90
- 二、电梯技术的发展趋向 92
- 三、电梯技术的发展方向 94
- 四、电梯产品技术发展的十大动向 94

第六章 2009-2013年中国载客电梯（84281010）进出口状况分析 96

第一节 2009-2013年中国载客电梯进口分析 96

- 一、载客电梯进口数量情况 96
- 二、载客电梯进口金额情况 96
- 三、载客电梯进口来源分析 97

四、载客电梯进口均价分析	98
第二节 2009-2013年中国载客电梯出口分析	99
一、载客电梯出口数量情况	99
二、载客电梯出口金额情况	99
三、载客电梯出口流向分析	100
四、载客电梯出口均价分析	101
第七章 2013年中国电梯市场竞争格局分析	103
第一节 外商参与中国电梯市场竞争概况	103
一、跨国企业增加在华投入	103
二、跨国企业在华研发并生产	103
三、主要品牌电梯的优势分析	104
四、国际电梯巨头已形成垄断	107
五、日韩企业争夺中国电梯市场	107
六、三菱电机扩大在华电梯市场	107
第二节 中国电梯市场竞争分析	108
一、中国电梯行业洗牌提速	108
二、中国电梯市场竞争格局	108
三、电梯市场品牌竞争分析	109
四、电梯市场区域竞争情况	111
五、电梯的差异化竞争简述	111
六、中国电梯技术竞争现状	112
第三节 中国电梯市场的竞争策略分析	113
一、日本电梯企业在中国市场竞争中的专利战略	113
二、电梯产品在境内外的市场竞争要领	114
三、电梯产品的市场细分策略	114
第四节 中小电梯企业的波特五力竞争分析	116
一、行业内竞争者的威胁	116
二、供应商讨价还价的能力	116
三、购买者讨价还价的能力	117
四、潜在行业进入者的威胁	118
五、产品替代者的威胁	118

第八章 2013年中国电梯产业区域市场格局分析 120

第一节 上海区域市场 120

- 一、上海电梯产业发展历程 120
- 二、上海电梯产业发展现状 122
- 三、上海电梯形成集聚原因探析 123

第二节 广东区域市场 124

- 一、广东电梯产业发展历程 124
- 二、广东在用电梯市场规模 126
- 三、广州旧房改造创造新机遇 126

第三节 山东区域市场 127

- 一、山东电梯产业发展现状 127
- 二、山东电梯产业发展潜力 128
- 三、青岛市电梯安全监督管理办法 129

第四节 沈阳区域市场 131

- 一、沈阳电梯产业发展历程 131
- 二、沈阳电梯产业集聚探析 133
- 三、沈阳电梯产业未来发展 134

第五节 天津区域市场 135

- 一、天津电梯产业发展历程 135
- 二、天津电梯产业发展现状 137
- 三、天津电梯安全监督管理办法 139

第六节 杭州区域市场 140

- 一、杭州电梯产业发展历程 140
- 二、杭州电梯产业发展特色 142
- 三、杭州地铁带来的新机遇 143

第七节 溧阳区域市场 144

- 一、溧阳电梯产业发展历程 144
- 二、溧阳电梯产业发展现状 145
- 三、溧阳电梯市场前景分析 146

第八节 西安区域市场 147

- 一、西安电梯产业发展历程 147

二、西安电梯产业发展现状 148

三、西安电梯市场前景分析 151

第九章 2013年国际主要电梯企业运营分析 153

第一节 富士达电梯有限公司 153

一、公司基本情况 153

二、企业经营情况分析 153

三、企业优、劣势分析 154

四、企业发展策略分析 155

第二节 迅达集团 157

一、公司概况 157

二、企业经营情况分析 157

三、企业推广宣传绿色节能 158

第三节 通力集团 159

一、公司基本情况 159

二、企业发展历程分析 159

三、企业经营情况分析 162

四、企业竞争优势分析 162

第四节 蒂森克虏伯电梯集团 163

一、公司基本情况 163

二、企业经营情况分析 163

三、企业投资情况分析 164

第五节 快速电梯公司 165

一、公司基本情况 165

二、企业迈入信息化管理时代 165

三、企业助力绿色住宅发展 166

第十章 2013年中国重点电梯企业运营分析 169

第一节 沈阳博林特电梯股份有限公司 169

一、企业发展基本情况 169

二、企业主要产品分析 169

三、企业经营情况分析 169

四、企业竞争优势分析	171
五、企业发展战略分析	173
第二节 江南嘉捷电梯股份有限公司	174
一、企业基本情况	174
二、企业主要产品分析	175
三、企业经营情况分析	176
四、企业竞争优势分析	177
五、企业发展战略分析	177
第三节 康力电梯股份有限公司	178
一、企业基本情况	178
二、企业主要产品分析	178
三、企业经营情况分析	179
四、企业竞争优势分析	180
五、企业发展战略分析	181
第四节 奥的斯电梯(中国)投资有限公司	181
一、公司基本情况	181
二、企业主要产品分析	182
三、企业经营情况分析	182
四、企业发展战略分析	183
五、企业发展动态分析	183
第五节 大连星玛电梯有限公司	183
一、公司基本情况	183
二、企业主要产品分析	184
三、企业经营情况分析	184
四、企业竞争优势分析	185
五、企业销售网络分析	185
第六节 东南电梯股份有限公司	186
一、公司基本情况	186
二、企业主要产品分析	187
三、企业经营情况分析	187
四、企业竞争优势分析	187
第七节 蒂森克虏伯电梯(中国)有限公司	188

一、公司基本情况	188
二、企业发展历程分析	188
三、企业主要产品分析	189
四、企业经营情况分析	189
第八节 东芝电梯（沈阳）有限公司	190
一、公司基本情况	190
二、企业主要产品分析	191
三、企业经营情况分析	191
四、企业营销网络分析	192
第九节 东芝电梯(中国)有限公司	193
一、公司基本情况	193
二、企业主要产品分析	193
三、企业经营情况分析	193
四、企业研发能力分析	194
五、企业发展战略分析	194
第十节 广州奥的斯电梯有限公司	194
一、公司基本情况	194
二、企业主要产品分析	194
三、企业经营情况分析	195
四、企业竞争优势分析	195
第十一节 华升富士达电梯有限公司	195
一、公司基本情况	195
二、企业主要产品分析	196
三、企业经营情况分析	196
四、企业发展动态分析	197
第十二节 辽宁富士电梯有限公司	197
一、公司基本情况	197
二、企业主要产品分析	198
三、企业经营情况分析	198
四、企业竞争优势分析	199
五、企业销售网络分析	199
第十三节 宁波申菱电梯配件有限公司	200

- 一、公司基本情况 200
- 二、企业主要产品分析 200
- 三、企业经营情况分析 200
- 四、企业销售网络分析 201
- 第十四节 日立电梯(中国)有限公司 201
 - 一、公司基本情况 201
 - 二、企业主要产品分析 202
 - 三、企业经营情况分析 202
 - 四、企业发展战略分析 202
- 第十五节 上海三菱电梯有限公司 203
 - 一、公司基本情况 203
 - 二、企业主要产品分析 204
 - 三、企业经营情况分析 204
 - 四、企业研发能力分析 204
- 第十六节 上海永大电梯设备有限公司 205
 - 一、公司基本情况 205
 - 二、企业发展历程分析 205
 - 三、企业经营情况分析 205
 - 四、企业销售网络分析 206
- 第十七节 迅达(中国)电梯有限公司 206
 - 一、公司基本情况 206
 - 二、企业主要产品分析 207
 - 三、企业经营情况分析 207
 - 四、企业发展态势分析 208
- 第十八节 沈阳三洋电梯有限公司 208
 - 一、公司基本情况 208
 - 二、企业主要产品分析 208
 - 三、企业经营情况分析 209
 - 四、企业销售网络分析 209
- 第十九节 苏州江南快速电梯有限公司 210
 - 一、公司基本情况 210
 - 二、企业主要产品分析 210

三、企业经营情况分析 211

四、企业销售网络分析 211

五、企业发展战略分析 211

第二十章 广州广日电梯工业有限公司 211

一、企业发展基本情况 211

二、企业主要产品分析 212

三、企业经营情况分析 212

四、企业发展战略分析 213

第二十一章 天津奥的斯电梯有限公司 213

一、公司基本情况 213

二、企业主要产品分析 213

三、企业经营情况分析 214

四、企业销售网络分析 214

第二十二章 通力电梯有限公司 215

一、公司基本情况 215

二、企业主要产品分析 215

三、企业经营情况分析 215

四、企业销售网络分析 216

第二十三章 西子奥的斯电梯有限公司 216

一、公司基本情况 216

二、企业主要产品分析 217

三、企业经营情况分析 217

四、企业营销网络分析 218

第二十四章 上海三菱电梯有限公司 220

一、公司基本情况 220

二、企业主要产品分析 220

三、企业经营情况分析 220

四、企业销售网络分析 221

第十一章 2014-2020年中国电梯产业发展趋势预测分析 222

第一节 2014-2020年中国电梯行业发展趋势 222

一、未来电梯发展趋向 222

二、未来电梯经营方式	223
三、售后服务大利好	223
第二节 2014-2020年中国电梯市场前景展望分析	224
一、电梯行业发展的有利因素	224
二、电梯行业发展的不利因素	226
三、保障房电梯采购量依然可观	226
四、对节能电梯的需求日益旺盛	227
第三节 2014-2020年中国电梯产业市场预测分析	227
一、市场供需预测分析	227
二、市场出口预测分析	228
三、竞争格局预测分析	229
第四节 2014-2020年中国电梯产业市场盈利预测分析	229
第十二章 2014-2020年中国电梯产业投资机会与风险分析	231
第一节 2014-2020年中国电梯产业投资环境分析	231
第二节 2014-2020年中国电梯产业投资机会分析	232
一、房地产业区域发展不平衡带来机遇和挑战	232
二、既有建筑加装电梯需求显现	232
三、中国节能电梯投资机会分析	233
第三节 2014-2020年中国电梯行业进入壁垒分析	234
一、技术壁垒	234
二、资金壁垒	234
三、资质许可壁垒	234
四、销售与服务网络壁垒	235
五、规模效应与成本控制能力壁垒	235
第四节 2014-2020年中国电梯产业投资风险分析	235
一、原材料价格波动风险	235
二、市场竞争风险	236
三、政策风险	236
四、技术风险	237
第五节 2014-2020年中国电梯产业投资策略建议	238(ZY LXY)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/L8504360M7.html>