

2018-2024年中国电梯自动 扶梯及升降机市场深度评估与发展战略研究报告

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

《2018-2024年中国电梯自动扶梯及升降机市场深度评估与发展战略研究报告》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/V81894CTIP.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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。

二、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 中国电梯行业综述 13

第一节 电梯相关概述 13

一、电梯的概念 13

二、电梯产品种类 13

（一）按用途分类 13

（二）按驱动方式分类 14

（三）按速度分类 14

（四）按有无司机分类 15

（五）按操纵控制方式分类 15

（六）其它分类方式 16

三、电梯行业标准分析 16

第二节 电梯行业社会环境 19

一、中国人口规模及结构 19

二、中国城市化进程分析 20

三、社会消费结构的升级 21

四、城镇固定资产投资加速 22

第二章 中国电梯行业发展状况分析 23

第一节 电梯市场发展状况分析 23

一、电梯行业发展状况分析 23

（一）电梯行业发展现状 23

（二）电梯市场运行状况 26

（三）电梯企业发展分析 27

二、电梯市场生产情况分析 27

（一）电梯市场产量情况 27

（二）电梯市场产品结构 28

（三）电梯市场成本分析 28

三、电梯市场消费情况分析 29

（一）电梯市场销售情况 29

(二) 电梯区域消费市场	29
(三) 电梯消费市场价格	30
(四) 电梯细分市场结构	31
四、我国电梯进出口概况	32
五、电梯采购招标情况分析	33
(一) 电梯采购程序分析	33
(二) 电梯采购招标情况	34
六、电梯OEM市场现状分析	36
第二节 电梯行业市场经营特点	37
一、以销定产的行业导向	37
二、整机制造企业对产业链控制较强	37
三、电梯产业链长及领域涉及广	38
四、电梯安装改造维修业务地位提高	38
五、电梯和物流业发展联系密切	38
六、电梯购买者和使用者相分离	38
第三节 电梯企业经营发展模式	39
一、电梯企业发展模式	39
二、电梯企业经营模式	39
三、电梯企业销售模式	40
第四节 节能环保电梯市场分析	40
一、节能环保电梯发展的制约因素	40
(一) 价格因素	40
(二) 国家产业标准缺位	41
(三) 强制性节能电梯采购规定缺乏	41
二、节能环保电梯市场发展现状	41
三、节能环保电梯市场需求情况	41
四、节能环保电梯市场发展优势	42
(一) 节能电梯市场发展优势	42
(二) 节能载货电梯节能优势	43
五、绿色电梯未来发展方向分析	44
第五节 电梯自动扶梯升降机市场发展分析	45
一、垂直电梯市场发展分析	45

- (一) 垂直电梯市场现状 45
- (二) 垂直电梯应用领域 45
- (三) 垂直电梯需求情况 45
- (四) 垂直电梯竞争格局 45
- 二、自动扶梯市场发展分析 46
 - (一) 自动扶梯市场现状 46
 - (二) 自动扶梯应用领域 47
 - (三) 自动扶梯需求情况 47
 - (四) 自动扶梯需求前景 47
- 三、自动人行道市场发展分析 48
 - (一) 自动人行道市场现状 48
 - (二) 自动人行道应用领域 49
 - (三) 自动人行道需求情况 49
 - (四) 自动人行道竞争格局 49
- 四、载客电梯市场发展分析 49
 - (一) 载客电梯市场现状 49
 - (二) 载客电梯应用领域 50
 - (三) 载客电梯贸易情况 50
 - (四) 载客电梯需求前景 50
- 五、载货电梯市场发展分析 51
 - (一) 载货电梯市场现状 51
 - (二) 载货电梯生产情况 51
 - (三) 载货电梯需求情况 52
 - (四) 载货电梯需求前景 52
- 六、建筑施工电梯市场发展分析 52
 - (一) 建筑施工电梯市场现状 52
 - (二) 建筑施工电梯安全管理 53
 - (三) 建筑施工电梯需求情况 53
- 七、升降机市场发展分析 53
 - (一) 升降机市场现状 53
 - (二) 升降机应用领域 54
 - (三) 升降机需求情况 57

(四) 升降机需求前景 57

第三章 中国电梯自动扶梯及升降机行业分析 59

第一节 中国电梯自动扶梯及升降机行业发展概况 59

一、中国电梯自动扶梯及升降机行业发展概况 59

二、中国电梯自动扶梯及升降机行业发展概况 60

第二节 中国电梯自动扶梯及升降机行业总体运行情况 61

一、中国电梯自动扶梯及升降机企业数量 61

二、中国电梯自动扶梯及升降机行业企业分布结构 62

第四章 中国电梯自动扶梯及升降机行业规模分析 63

第一节 中国电梯自动扶梯及升降机行业资产负债状况分析 63

一、中国电梯自动扶梯及升降机行业总资产状况分析 63

二、中国电梯自动扶梯及升降机行业应收账款状况分析 64

三、中国电梯自动扶梯及升降机行业流动资产状况分析 64

四、中国电梯自动扶梯及升降机行业负债状况分析 65

第二节 中国电梯自动扶梯及升降机行业销售及利润分析 66

一、中国电梯自动扶梯及升降机行业销售收入分析 66

二、中国电梯自动扶梯及升降机行业产品销售税金情况 67

三、中国电梯自动扶梯及升降机行业利润增长情况 67

四、中国电梯自动扶梯及升降机行业亏损情况 68

第五章 中国电梯自动扶梯及升降机行业成本费用分析 69

第一节 中国电梯自动扶梯及升降机行业销售成本情况 69

第二节 中国电梯自动扶梯及升降机行业销售费用情况 69

第三节 中国电梯自动扶梯及升降机行业管理费用情况 70

第四节 中国电梯自动扶梯及升降机行业财务费用情况 71

第六章 中国电梯自动扶梯及升降机行业区域结构分析 72

第一节 东北地区电梯自动扶梯及升降机行业市场现状分析 72

第二节 华北地区电梯自动扶梯及升降机行业市场现状分析 72

第三节 华东地区电梯自动扶梯及升降机行业市场现状分析 73

第四节 华南地区电梯自动扶梯及升降机行业市场现状分析 74

第五节 华中地区电梯自动扶梯及升降机行业市场现状分析 75

第六节 西南地区电梯自动扶梯及升降机行业市场现状分析 76

第七章 中国电梯自动扶梯及升降机行业整体评价 77

第一节 中国电梯自动扶梯及升降机行业盈利能力 77

一、中国电梯自动扶梯及升降机行业毛利率 77

二、中国电梯自动扶梯及升降机行业资产利润率 77

三、中国电梯自动扶梯及升降机行业销售利润率 78

四、中国电梯自动扶梯及升降机行业成本费用利润率 78

第二节 中国电梯自动扶梯及升降机行业偿债能力 79

第三节 中国电梯自动扶梯及升降机行业运营能力 79

第八章 中国重点电梯自动扶梯及升降机企业分析 82

第一节 康力电梯股份有限公司 82

一、企业发展基本情况 82

二、企业经营业务分析 83

三、企业经营情况分析 83

四、企业核心竞争力分析 85

五、企业发展战略分析 86

第二节 沈阳博林特电梯股份有限公司 86

一、企业发展基本情况 86

二、企业经营业务分析 87

三、企业经营情况分析 87

四、企业核心竞争力分析 89

五、企业发展战略分析 91

第三节 江南嘉捷电梯股份有限公司 92

一、企业发展基本情况 92

二、企业经营业务分析 92

三、企业经营情况分析 93

四、企业核心竞争力分析 94

五、企业发展战略分析 96

第四节 日立电梯（中国）有限公司 96

- 一、企业发展基本情况 96
- 二、企业主要业务及产品分析 96
- 三、企业主要经济指标 97
- 四、企业经营效益分析 97
- 五、企业成本费用分析 98
- 六、企业发展战略分析 98

第五节 上海三菱电梯有限公司 98

- 一、企业发展基本情况 98
- 二、企业主要业务及产品分析 99
- 三、企业主要经济指标 100
- 四、企业经营效益分析 100
- 五、企业成本费用分析 101
- 六、企业发展动态分析 101

第六节 奥的斯电梯（中国）投资有限公司 101

- 一、企业发展基本情况 101
- 二、企业主要业务及产品分析 102
- 三、企业主要经济指标 102
- 四、企业经营效益分析 103
- 五、企业成本费用分析 103
- 六、企业产品案例分析 103

第七节 通力电梯有限公司 104

- 一、企业发展基本情况 104
- 二、企业主要业务及产品分析 104
- 三、企业主要经济指标 105
- 四、企业经营效益分析 105
- 五、企业成本费用分析 106
- 六、企业销售网络分析 106

第八节 东芝电梯（中国）有限公司 107

- 一、企业发展基本情况 107
- 二、企业主要业务及产品分析 107
- 三、企业主要经济指标 108

四、企业经营效益分析	108
五、企业成本费用分析	109
六、企业发展战略分析	109
第九节 华升富士达电梯有限公司	109
一、企业发展基本情况	109
二、企业主要业务及产品分析	110
三、企业主要经济指标	110
四、企业经营效益分析	110
五、企业成本费用分析	111
六、企业发展动态分析	111
第十节 东南电梯股份有限公司	112
一、企业发展基本情况	112
二、企业主要业务及产品分析	112
三、企业主要经济指标	113
四、企业经营效益分析	113
五、企业成本费用分析	114
六、企业发展动态分析	114
第九章 中国电梯自动扶梯及升降机行业投资与发展前景分析	115
第一节 电梯行业发展壁垒分析	115
一、技术壁垒	115
二、资金壁垒	115
三、资质许可壁垒	115
四、销售与服务网络壁垒	116
五、规模效应与成本控制能力壁垒	116
第二节 中国电梯自动扶梯及升降机行业投资机会分析	116
一、中国电梯自动扶梯及升降投资前景分析	116
二、中国电梯自动扶梯及升降机投资机会分析	118
第三节 中国电梯自动扶梯及升降机行业发展预测分析	119
一、未来中国电梯自动扶梯及升降机发展趋势分析	119
二、未来中国电梯自动扶梯及升降机行业市场需求趋势	120
第四节 中国电梯自动扶梯及升降机行业市场预测	121

- 一、总产量预测 121
- 二、市场规模预测 122

第十章 电梯自动扶梯升级机行业投资风险分析 123

- 一、产业政策风险 123
- 二、宏观经济风险 123
- 三、技术风险分析 123
- 四、市场管理风险 124

第十一章 中国电梯自动扶梯及升降机行业策略及建议 125 (ZY LII)

第一节 中国电梯自动扶梯及升降机行业营销策略分析及建议 125

- 一、中国电梯自动扶梯及升降机行业营销模式 125
- 二、中国电梯自动扶梯及升降机行业营销策略 126

第二节 行业应对策略 127

- 一、把握国家投资的契机 127
- 二、竞争性战略联盟的实施 127
- 三、企业自身应对策略 128

第三节 市场的重点客户战略实施 128

- 一、实施重点客户战略的必要性 128
- 二、合理确立重点客户 130
- 三、重点客户战略管理 131
- 四、重点客户管理功能 136 (ZY LII)

图表目录：

- 图表 1 电梯产品按用途分类情况 12
- 图表 2 电梯产品按驱动方式分类情况 13
- 图表 3 电梯产品按速度分类情况 13
- 图表 4 电梯产品按有无司机分类情况 14
- 图表 5 电梯产品按操纵控制方式分类情况 14
- 图表 6 电梯产品其他方式分类情况 15
- 图表 7 电梯行业现行相关标准 15
- 图表 8 中国人口总量增长趋势图 18

图表 9 中国人口数量及其构成情况统计 19
图表 10 中国城镇化率变化趋势图 19
图表 11 中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 20
图表 12 中国全社会固定资产投资增长趋势图 21
图表 13 世界上主要的品牌电梯企业在华布局情况 23
图表 14 中国电梯行业民族品牌发展历程 24
图表 15 外资品牌与本土品牌电梯产量比例 24
图表 16 中国电梯产量情况统计 26
图表 17 中国电梯消费量情况统计 28
图表 18 中国电梯市场消费区域分布情况 29
图表 19 沈阳博林特电梯股份有限公司电梯市场均价情况 30
图表 20 电梯市场三部分构成 30
图表 21 三个细分市场影响因素 31
图表 22 中国电梯细分市场结构图 31
图表 23 中国政府电梯采购额情况 34
图表 24 中国节能电梯市场需求量变化趋势图 41
图表 25 中国自动扶梯市场容量统计 46
图表 26 中国载客电梯出口情况 49
图表 27 中国载货电梯产量统计情况 51
图表 28 中国载货电梯需求量统计情况 51
图表 29 中国电梯自动扶梯及升降机行业经济指标统计 58
图表 30 中国电梯自动扶梯及升降机行业经济指标统计 59

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/V81894CTIP.html>