



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国电梯安装市场 运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国电梯安装市场运行态势及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/247039.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 中国电梯安装行业发展环境 15

第一节 政策环境 15

一、电梯安装行业监管体制 15

二、电梯安装监督管理流程 16

三、电梯维修保养行业相关政策 16

(一) <中华人民共和国特种设备安全法> 16

(二) <特种设备安全监察条例> 18

(三) <电梯技术条件> 40

(四) <电梯维修保养安全管理规范> 41

(五) <关于进一步加强公共交通领域电梯安全工作的指导意见> 55

(六) <关于加强自动扶梯和自动人行道安全监察工作的通知> 56

第二节 经济环境 56

一、中国GDP增长情况 56

二、工业经济发展形势 58

三、社会消费品零售总额 59

四、城乡居民收入增长情况 60

五、居民消费价格变化 61

六、对外贸易发展形势 63

第三节 社会环境 63

一、中国人口规模及结构 63

二、中国城市化进程分析 65

三、社会消费结构的升级 66

四、城镇固定资产投资加速 67

第四节 技术环境 68

一、行业技术水平分析 68

二、行业技术特点分析 68

三、行业技术改造分析 68

四、行业技术发展趋势 70

第二章 中国电梯行业发展状况分析 71

第一节 电梯市场发展状况分析 71

一、电梯行业发展状况分析	71
(一) 电梯行业发展现状	71
(二) 电梯市场运行状况	74
(三) 电梯企业发展分析	75
二、电梯市场生产情况分析	77
(一) 电梯市场产量情况	77
(二) 电梯市场产品结构	77
(三) 电梯市场成本分析	78
三、电梯市场消费情况分析	79
(一) 电梯消费市场价格	79
(二) 电梯细分市场结构	80
四、我国电梯进出口概况	81
五、电梯采购招标情况分析	82
(一) 电梯采购程序分析	82
(二) 电梯采购招标情况	83
六、电梯OEM市场现状分析	85
第二节 电梯行业市场经营特点	86
一、以销定产的行业导向	86
二、整机制造企业对产业链控制较强	86
三、电梯产业链长及领域涉及广	87
四、电梯安装改造维修业务地位提高	87
五、电梯和物流业发展联系密切	87
六、电梯购买者和使用者相分离	87
第三节 电梯企业经营发展模式	88
一、电梯企业发展模式	88
二、电梯企业经营模式	88
三、电梯企业销售模式	89
第四节 节能环保电梯市场分析	90
一、节能环保电梯发展的制约因素	90
(一) 价格因素	90
(二) 国家产业标准缺位	90
(三) 强制性节能电梯采购规定缺乏	91

二、节能环保电梯市场发展现状	91
三、节能环保电梯市场需求情况	91
四、节能环保电梯市场发展优势	92
(一) 节能电梯市场发展优势	92
(二) 节能载货电梯节能优势	93
五、绿色电梯未来发展方向分析	94
第五节 电梯产品市场发展分析	95
一、电梯产品的特点	95
二、电梯产品的目标客户	95
三、垂直电梯市场发展分析	96
(一) 垂直电梯市场现状	96
(二) 垂直电梯应用领域	96
(三) 垂直电梯需求情况	97
(四) 垂直电梯竞争格局	97
四、自动扶梯市场发展分析	97
(一) 自动扶梯市场现状	97
(二) 自动扶梯应用领域	98
(三) 自动扶梯需求情况	98
(四) 自动扶梯需求前景	99
五、自动人行道市场发展分析	100
(一) 自动人行道市场现状	100
(二) 自动人行道应用领域	100
(三) 自动人行道需求情况	100
(四) 自动人行道竞争格局	101
六、载客电梯市场发展分析	101
(一) 载客电梯市场现状	101
(二) 载客电梯应用领域	101
(三) 载客电梯贸易情况	101
(四) 载客电梯需求前景	102
七、载货电梯市场发展分析	102
(一) 载货电梯市场现状	102
(二) 载货电梯生产情况	103

(三) 载货电梯需求情况	104
(四) 载货电梯需求前景	104
八、建筑施工电梯市场发展分析	104
(一) 建筑施工电梯市场现状	104
(二) 建筑施工电梯安全管理	105
(三) 建筑施工电梯需求情况	105
第三章 中国电梯安装行业产业链分析	106
第一节 中国电梯制造市场发展分析	106
一、电梯制造行业经济运行状况	106
(一) 2014年中国电梯制造行业发展概况	106
(二) 2014年中国电梯制造行业发展概况	107
二、电梯制造行业规模分析	108
(一) 电梯制造行业企业数量	108
(二) 电梯制造行业资产规模	109
(三) 电梯制造行业销售收入	109
(四) 电梯制造行业利润总额	109
三、电梯制造行业运营效益分析	110
(一) 电梯制造行业盈利能力	110
(二) 电梯制造行业运营能力	110
(三) 电梯制造行业偿债能力	111
(四) 电梯制造行业成长能力	111
第二节 中国电梯安全检测市场发展分析	111
一、电梯质量安全问题分析	111
(一) 电梯安全事故类型分析	111
(二) 电梯安全事故原因分析	112
(三) 电梯安全事故发生情况	112
(四) 典型电梯安全事故统计	112
(五) 奥的斯电梯事故案例分析	113
二、电梯安全检测市场分析	115
(一) 电梯安全故障情况分析	115
(二) 电梯检验常见问题分析	115
(三) 电梯质量安全管理分析	118

(四) 电梯安全检测市场现状	118
(五) 电梯安全检测需求情况	118
三、电梯能效检测发展分析	119
(一) 电梯节能需求情况分析	119
(二) 电梯能耗检测方法分析	120
(三) 电梯能效检测动向分析	120
四、电梯安全检测技术分析	121
(一) 电梯的目测检测	121
(二) 电梯导轨的无损检测	121
(三) 曳引钢丝绳的漏磁检测	121
(四) 功能试验中的无损检测	122
(五) 电梯的综合性能测试	123
第三节 中国电梯维修保养市场发展分析	124
一、电梯维修保养内容要求分析	124
(一) 电梯定期检修内容要求	124
(二) 电梯修理的用电安全要求	125
(三) 定期检修的机构及设备	125
二、电梯维修保养市场运营分析	126
(一) 电梯维修保养市场现状	126
(二) 电梯维修保养成本费用	126
(三) 电梯维修保养模式分析	127
(四) 电梯维修保养需求情况	128
(五) 电梯维保人员市场现状	129
三、电梯维修保养模式发展分析	129
(一) 周保养模式	129
(二) 月保养模式	130
(三) 半年保养模式	131
第四章 中国电梯安装行业发展现状	133
第一节 中国电梯安装市场驱动因素	133
一、城市化进程加大电梯市场需求	133
二、房地产业带动电梯行业加速发展	133
三、城市公共设施建设加大市场需求	136

四、电梯更新及改造市场存在商机	136
第二节 中国电梯安装市场发展总况	137
一、电梯安装市场发展特点	137
二、电梯安装市场成本费用	138
三、电梯安装市场发展规模	139
第三节 更新改造对电梯安装的需求分析	140
一、电梯的保有量情况分析	140
二、电梯报废年限情况分析	140
三、电梯更新改造市场现状	141
四、电梯更新改造需求情况	141
第四节 中国电梯安装企业资质分析	141
一、电梯安装维修企业资质标准	141
(一) 一类企业资质标准	141
(二) 二类企业资质标准	142
(三) 三类企业资质标准	143
二、电梯安装企业资质分级要求	143
(一) A级企业资质要求	143
(二) B级企业资质要求	144
(三) C级企业资质要求	145
三、电梯维修企业资质分级要求	145
(一) A级企业资质要求	145
(二) B级企业资质要求	146
(三) C级企业资质要求	146
四、电梯改造企业资质分级要求	147
(一) A级企业资质要求	147
(二) B级企业资质要求	147
(三) C级企业资质要求	148
第五章 中国电梯安装市场竞争格局	149
第一节 电梯行业市场竞争状况	149
一、电梯行业市场洗牌分析	149
二、电梯市场竞争格局分析	149
三、电梯市场品牌竞争分析	150

四、电梯市场区域竞争情况	151
五、电梯技术竞争现状分析	151
六、电梯市场价格竞争分析	152
第二节 电梯安装行业波特五力分析	152
一、现有竞争者分析	152
二、潜在进入者分析	153
三、替代品威胁分析	153
四、供应商议价能力分析	154
五、客户议价能力分析	154
第三节 电梯安装行业竞争策略	155
一、应对国外企业竞争策略	155
二、电梯制造及安装专利战略	155
三、电梯安装行业品牌竞争策略	156
第六章 中国电梯安装项目运行情况	157
第一节 中国电梯安装施工工程概述	157
一、电梯安装施工流程分析	157
二、电梯安装施工流程优化	158
三、电梯安装施工规范标准	159
四、电梯安装注意事项解析	159
第二节 电梯安装工程项目运行情况	160
一、电梯安装工程项目建设情况	160
二、电梯安装工程项目基本特征	161
三、电梯安装工程项目最新动态	162
第三节 电梯安装工程项目管理分析	163
一、电梯安装工程项目定理重要性	163
二、电梯安装工程项目管理措施	163
(一) 质量管理	163
(二) 进度管理	164
(三) 财务管理	165
(四) 人力管理	165
(五) 设备管理	165
第七章 中国电梯安装行业需求市场分析	167

第一节 住宅电梯安装需求分析	167
一、民用住宅投资建设情况分析	167
(一) 房地产开发投资规模分析	167
(二) 房地产土地购置与开发情况	167
(三) 商品住宅施工面积情况分析	168
(四) 商品住宅竣工面积情况分析	168
(五) 商品住宅销售面积情况分析	169
二、住宅电梯安装需求概况	169
(一) 住宅电梯安装基本要求	169
(二) 住宅电梯安全问题解析	170
(三) 住宅电梯安装需求类型	170
(四) 住宅电梯安装需求现状	171
(五) 住宅电梯维修保养情况	171
(六) 住宅电梯安装需求前景	171
第二节 商场电梯安装需求分析	172
一、商场投资建设情况分析	172
(一) 商场建设投资情况	172
(二) 购物中心建设规模	172
二、商场电梯安装需求概况	173
(一) 商场电梯安装需求现状	173
(二) 商场电梯维修保养情况	173
(三) 商场电梯安装需求前景	174
第三节 酒店电梯安装需求分析	174
一、酒店投资建设情况分析	174
(一) 酒店建设投资情况	174
(二) 星级酒店建设规模	175
二、酒店电梯安装需求概况	175
(一) 酒店电梯安装需求现状	175
(二) 酒店电梯维修保养情况	176
(三) 酒店电梯安装需求前景	176
第四节 写字楼电梯安装需求分析	177
一、写字楼投资建设情况分析	177

(一)	写字楼投资规模分析	177
(二)	写字楼建设面积分析	178
(三)	写字楼销售规模统计	178
二、	写字楼电梯安装需求概况	179
(一)	写字楼电梯安装需求现状	179
(二)	写字楼电梯维修保养情况	179
(三)	写字楼电梯安装需求前景	179
第五节	医院电梯安装需求分析	180
一、	医院投资建设情况分析	180
(一)	医院建设面积分析	180
(二)	医院建设数量分析	181
二、	医院电梯安装需求概况	183
(一)	医院电梯安装需求现状	183
(二)	医院电梯维修保养情况	184
(三)	医院电梯安装需求前景	184
第六节	图书馆电梯安装需求分析	185
一、	图书馆投资建设情况分析	185
(一)	图书馆建设投资情况	185
(二)	图书馆建设数量分析	185
二、	图书馆电梯安装需求概况	186
(一)	图书馆电梯安装需求现状	186
(二)	图书馆电梯维修保养情况	186
第七节	汽车站电梯安装需求分析	186
一、	汽车站投资建设情况分析	186
二、	汽车站电梯安装需求概况	188
(一)	汽车站电梯安装需求现状	188
(二)	汽车站电梯维修保养情况	188
第八节	火车站电梯安装需求分析	189
一、	火车站投资建设情况分析	189
(一)	铁路建设投资规模	189
(二)	铁路里程建设情况	189
(三)	火车客运站建设情况	190

二、火车站电梯安装需求概况	191
(一) 火车站电梯安装需求现状	191
(二) 火车站电梯维修保养情况	192
(三) 火车站电梯安装需求前景	192
第九节 地铁站电梯安装需求分析	193
一、地铁站投资建设情况分析	193
(一) 地铁建设投资规模	193
(二) 地铁里程建设情况	193
(三) 地铁站的建设数量	194
二、地铁站电梯安装需求概况	197
(一) 地铁站电梯安装需求现状	197
(二) 地铁站电梯维修保养情况	198
(三) 地铁站电梯安装需求前景	199
第十节 航空机场电梯安装需求分析	200
一、机场投资建设状况分析	200
(一) 机场建设投资规模分析	200
(二) 航空运输机场数量统计	201
二、机场电梯安装需求概况	201
(一) 机场电梯安装需求类型	201
(二) 机场电梯安装需求现状	202
(三) 机场电梯维修保养情况	203
(四) 机场电梯安装需求前景	203
第八章 中国电梯安装行业区域需求市场分析	205
第一节 中国电梯安装行业区域性分析	205
一、电梯行业产业链区域格局	205
(一) 电梯制造区域格局	205
(二) 电梯销售与安装区域格局	205
二、电梯安装行业区域需求情况对比	206
(一) 东北地区	206
(二) 华北地区	207
(三) 华东地区	207
(四) 中南地区	208

(五) 西南地区 208

(六) 西北地区 209

第二节 重点城市电梯安装需求市场分析 209

一、北京 209

二、上海 210

三、广州 212

四、深圳 212

五、天津 213

六、杭州 214

七、南京 216

八、厦门 217

九、合肥 218

十、石家庄 218

十一、青岛 219

十二、沈阳 219

十三、长沙 220

十四、武汉 221

十五、成都 221

十六、重庆 222

第九章 中国电梯安装行业典型企业经营分析 224

第一节 电梯安装企业总体经营情况 224

一、电梯安装企业经营模式 224

二、电梯安装企业盈利能力 224

三、电梯安装企业偿债能力 225

四、电梯安装企业运营能力 225

五、电梯安装企业成长能力 226

第二节 中国电梯外商投资品牌企业经营情况 227

一、富士达 227

(一) 公司概况 227

(二) 主要业务 227

(三) 技术优势 227

(四) 在华经营 228

(五) 企业动态	228
二、奥的斯	229
(一) 公司概况	229
(二) 主要业务	229
(三) 产品优势	229
(四) 在华经营	230
(五) 企业动态	230
三、迅达	231
(一) 公司概况	231
(二) 主要产品	231
(三) 技术优势	232
(四) 重要项目	232
四、通力	233
(一) 公司概况	233
(二) 主要业务	233
(三) 技术优势	234
(四) 在华经营	235
(五) 销售网络	235
五、蒂森	235
(一) 公司概况	235
(二) 主要产品	236
(三) 竞争优势	236
(四) 在华经营	237
六、三菱	238
(一) 公司概况	238
(二) 主要产品	238
(三) 技术优势	239
(四) 在华经营	240
(五) 重要项目	241
七、日立	242
(一) 公司概况	242
(二) 主要业务	242

(三) 技术优势	243
(四) 在华经营	243
(五) 发展战略	244
八、东芝	244
(一) 公司概况	244
(二) 主要产品	245
(三) 技术优势	245
(四) 在华经营	246
(五) 发展战略	246
第三节 中国电梯民族品牌企业经营情况	246
一、康力电梯股份有限公司	246
(一) 企业发展基本情况	246
(二) 企业经营业务分析	247
(三) 企业经营情况分析	247
(四) 企业经营模式分析	249
1、采购模式	249
2、生产模式	250
3、营销服务模式	251
(五) 企业核心竞争力分析	252
(六) 企业发展战略分析	254
二、沈阳博林特电梯股份有限公司	254
(一) 企业发展基本情况	254
(二) 企业经营业务分析	254
(三) 企业经营情况分析	255
(四) 企业经营模式分析	257
1、采购模式	257
2、生产模式	259
3、销售模式	260
4、安装模式	263
5、维保模式	263
(五) 企业核心竞争力分析	264
(六) 企业发展战略分析	266

三、东南电梯股份有限公司 267

- (一) 企业发展基本情况 267
- (二) 企业主要业务及产品分析 267
- (三) 企业主要经济指标 268
- (四) 企业经营效益分析 268
- (五) 企业成本费用分析 269
- (六) 企业发展动态分析 269

四、江南嘉捷电梯股份有限公司 270

- (一) 企业发展基本情况 270
- (二) 企业经营业务分析 270
- (三) 企业经营情况分析 270
- (四) 企业核心竞争力分析 272
- (五) 企业发展战略分析 273

五、北京安达利电梯有限公司 274

- (一) 企业发展基本情况 274
- (二) 企业业务资质分析 274
- (三) 企业主要产品分析 274
- (四) 企业应用案例分析 275

六、深圳市方兴达电梯有限公司 276

- (一) 企业发展基本情况 276
- (二) 企业业务资质分析 276
- (三) 企业主要产品分析 277
- (四) 企业服务网络分析 277

七、四川安达电梯设备有限公司 277

- (一) 企业发展基本情况 277
- (二) 企业产品服务分析 278
- (三) 企业应用实例分析 278
- (四) 企业发展动态分析 278

八、北京富胜电梯维修有限公司 279

- (一) 企业发展基本情况 279
- (二) 企业业务资质分析 279
- (三) 企业竞争优势分析 279

(四) 企业成功案例分析	279
九、广州广日电梯工业有限公司	281
(一) 企业发展基本情况	281
(二) 企业主要业务及产品分析	282
(三) 企业主要经济指标	282
(四) 企业经营效益分析	282
(五) 企业成本费用分析	283
(六) 企业发展战略分析	283
十、上海立扶特电梯有限公司	284
(一) 企业发展基本情况	284
(二) 企业主要产品分析	284
(三) 企业竞争优势分析	285
第十章 2015-2020年中国电梯安装行业发展趋势及前景	286
第一节 2015-2020年中国电梯行业发展趋势	286
一、未来电梯发展趋向	286
二、未来电梯经营方式	287
三、售后服务大利好	288
第二节 2015-2020年中国电梯安装市场前景展望	288
一、电梯安装行业发展的有利因素	288
二、电梯安装行业发展的不利因素	289
三、保障房电梯安装需求依然可观	290
四、对节能电梯安装需求日益旺盛	290
第三节 2015-2020年中国电梯安装行业前景预测	291
一、市场供需预测分析	291
二、安装售后规模预测	292
三、竞争格局预测分析	293
第十一章 2015-2020年中国电梯安装行业投资壁垒及风险	294
第一节 电梯行业进入壁垒分析	294
一、资质壁垒	294
二、资金壁垒	294
三、技术壁垒	294
四、规模壁垒	295

五、渠道壁垒	295
第二节 中国电梯安装行业投资风险警示	295
一、政策风险	295
二、技术风险	296
三、原料风险	297
四、竞争风险	297
第十二章 中国电梯安装行业总结及企业重点客户管理建议	298
第一节 电梯安装企业发展策略	298
一、把握国家投资的契机	298
二、竞争性战略联盟的实施	298
三、企业自身应对策略	299
第二节 电梯安装行业的重点客户战略实施	302
一、实施重点客户战略的必要性	302
二、企业重点客户的鉴别与确定	304
三、企业重点客户的开发与培育	306
四、实施重点客户战略要需解决的问题	310
五、企业重点客户的市场营销策略分析	315
第三节 电梯安装企业战略规划策略分析	317
一、战略综合规划	317
二、技术开发战略	318
三、区域战略规划	318
四、产业战略规划	318
五、营销品牌战略	319
六、竞争战略规划	320

图表目录：

图表 1 2009-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图	61
图表 2 2012-2014年国内生产总值构成及增长速度统计	61
图表 3 2013-2014年规模以上工业增加值及增长速度趋势图	63
图表 4 2009-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	64
图表 5 2009-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	65
图表 6 2008-2014年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图	65

图表 7 2013-2014年中国居民消费价格月度变化趋势图 66

图表 8 2009-2014年中国进出口总额增长趋势图 67

图表 9 2008-2014年中国人口总量增长趋势图 68

图表 10 2014年中国人口数量及其构成情况统计 69

图表 11 2008-2015年中国城镇化率变化趋势图 70

图表 12 2014年中国主要消费品零售额及增长速度统计 70

图表 13 2009-2014年中国固定资产投资增长趋势图 72

图表 14 世界上主要的品牌电梯企业在华布局情况 76

图表 15 中国电梯行业民族品牌发展历程 77

图表 16 2014年外资品牌与本土品牌电梯产量比例 77

图表 17 中国主要电梯厂商发展情况 79

图表 18 2007-2014年中国电梯产量情况统计 81

图表 19 中国电梯行业需求结构图 82

图表 20 2009-2014年沈阳博林特电梯股份有限公司电梯市场均价情况 84

图表 21 电梯市场三部分构成 84

图表 22 三个细分市场影响因素 85

图表 23 中国电梯细分市场结构图 85

图表 24 2010-2014年中国政府电梯采购额情况 88

图表 25 2009-2014年中国节能电梯市场需求量变化趋势图 96

图表 26 2009-2014年中国自动扶梯市场容量统计 103

图表 27 2009-2014年中国载客电梯出口情况 106

图表 28 2009-2014年中国载货电梯产量统计情况 108

图表 29 2009-2014年中国载货电梯需求量统计情况 108

图表 30 2014年中国电梯、自动扶梯及升降机制造行业经济指标统计 110

图表 31 2014年中国电梯、自动扶梯及升降机制造行业经济指标统计 111

图表 32 2012-2014年中国电梯、自动扶梯及升降机制造行业企业数量统计 112

图表 33 2012-2014年中国电梯、自动扶梯及升降机制造行业资产总额统计 113

图表 34 2012-2014年中国电梯、自动扶梯及升降机制造行业销售收入统计 113

图表 35 2012-2014年中国电梯、自动扶梯及升降机制造行业利润总额统计 114

图表 36 2012-2014年中国电电梯、自动扶梯及升降机制造行业盈利能力分析 114

图表 37 2012-2014年中国电梯、自动扶梯及升降机制造行业运营能力分析 114

图表 38 2012-2014年中国电梯、自动扶梯及升降机制造行业偿债能力分析 115

图表 39 2013-2014年年中国电梯、自动扶梯及升降机制行业成长能力统计 115

图表 40 中国主要电梯安全事故情况 117

图表 41 电梯维保的三种模式 132

图表 42 2014年中国房屋施工面积、新开工面积统计 138

图表 43 2006-2014年中国房地产开发投资累计完成情况 138

图表 44 2010-2014年中国保障房建设情况 139

图表 45 中国房地产电梯使用密度变化趋势图 139

图表 46 电梯安装成本控制流程 143

图表 47 2007-2014年中国电梯消费量情况统计 144

图表 48 2009-2014年中国在用电梯数量统计情况 144

图表 49 可承担各种类型电梯的销售、安装与维修业务的资质一类企业 146

图表 50 可承担各种类型电梯的销售、安装与维修业务的资质二类企业 146

图表 51 可承担各种类型电梯的销售、安装与维修业务的资质三类企业 147

图表 52 电梯安装A级企业资质要求情况 148

图表 53 电梯安装B级企业资质要求情况 148

图表 54 电梯安装C级企业资质要求情况 149

图表 55 电梯维修A级企业资质要求情况 149

图表 56 电梯维修B级企业资质要求情况 150

图表 57 电梯维修C级企业资质要求情况 150

图表 58 电梯改造A级企业资质要求情况 151

图表 59 电梯改造B级企业资质要求情况 152

图表 60 电梯改造C级企业资质要求情况 152

图表 61 2014年中国主要本土电梯品牌所占比例 154

图表 62 中国电梯内资品牌与外资品牌发展差异图 155

图表 63 国外电梯三大技术系列比较 156

图表 64 全球电梯三大技术系列比较 159

图表 65 2009-2014年中国房地产开发投资累计完成情况 171

图表 66 2009-2014年房地产土地购置与开发情况 172

图表 67 2010-2014年中国房地产企业房屋施工及商品住宅施工面积统计 172

图表 68 2010-2014年中国商品住宅竣工面积统计 173

图表 69 2010-2014年中国房地产商品住宅销售面积统计 173

图表 70 民用住宅电梯应用类型及特点 174

图表 71 2010-2014年商业营业用房开发投资规模统计 176

图表 72 2008-2014年中国购物中心数量统计情况 177

图表 73 2015-2020年主要年份中国购物中心数量预测 178

图表 74 2007-2014年中国住宿和餐饮业固定资产投资情况 178

图表 75 2011-2014年中国星级酒店建设数量情况统计 179

图表 76 2010-2014年中国写字楼投资完成额统计 181

图表 77 2010-2014年中国写字楼建设情况统计 182

图表 78 2010-2014年中国写字楼销售面积统计 182

图表 79 2010-2014年中国写字楼销售额统计 183

图表 80 2015-2020年中国写字楼竣工面积预测趋势图 184

图表 81 2009-2014年政府办医院房屋建筑面积统计 185

图表 82 2011-2014年中国医疗卫生机构数情况统计 186

图表 83 2012-2014年中国医疗卫生机构细分市场情况 186

图表 84 中国主要年份图书馆业建设投资额统计 189

图表 85 2007-2014年中国公共图书馆机构数量统计 190

图表 86 中国部分汽车站电梯安装项目情况 192

图表 87 2009-2014年中国铁路固定资产投资额统计 193

图表 88 2009-2014年中国铁路基本建设投资额统计 193

图表 89 2007-2014年中国铁路营业里程统计 194

图表 90 中国火车客运站数量统计 194

图表 91 城市地铁投资构成分布图 197

图表 92 中国地铁营运里程统计 198

图表 93 中国主要城市已建成地铁统计 198

图表 94 中国地铁运营车站数量统计 201

图表 95 中国主要城市施工中地铁统计 203

图表 96 2009-2014年中国机场建设投资情况统计表 204

图表 97 2014年中国主要机场建设项目投资情况 205

图表 98 2009-2014年中国航空运输机场数量统计 205

图表 99 机场电梯安装类型情况 206

图表 100 中国电梯市场消费区域分布情况 210

图表 101 2009-2014年东北地区电梯安装需求量趋势图 211

图表 102 2009-2014年华北地区电梯安装需求量趋势图 211

图表 103 2009-2014年华东地区电梯安装需求量趋势图 212

图表 104 2009-2014年中南地区电梯安装需求量趋势图 212

图表 105 2009-2014年西南地区电梯安装需求量趋势图 213

图表 106 2009-2014年西北地区电梯安装需求量趋势图 213

图表 107 2014年上海电梯维保差评企业名单 215

图表 108 江苏省四星级电梯维保单位统计 221

图表 109 电梯安装企业经营模式分析 228

图表 110 2014年电梯安装企业盈利能力分析 228

图表 111 2014年电梯安装企业偿债能力分析 229

图表 112 2014年电梯安装企业运营能力分析 230

图表 113 2014年电梯安装企业成长能力分析 230

图表 114 华升富士达电梯有限公司经营情况 232

图表 115 奥的斯电梯(中国)投资有限公司经营情况 234

图表 116 通力电梯有限公司电梯产品按应用领域分类情况 238

图表 117 通力电梯有限公司经营情况统计 239

图表 118 经营情况统计 242

图表 119 三菱电梯主要产品情况一览表 243

图表 120 上海三菱电梯有限公司经营情况 244

图表 121 广东菱电电梯有限公司经营情况 244

图表 122 三菱电梯重要项目统计 245

图表 123 日立电梯主要业务及产品情况一览表 247

图表 124 日立电梯(中国)有限公司经营情况 248

图表 125 东芝电梯主要产品情况一览表 249

图表 126 东芝电梯(中国)有限公司经营情况 250

图表 127 2014年康力电梯股份有限公司分产品情况表 252

图表 128 2014年康力电梯股份有限公司业务结构情况 252

图表 129 2014年康力电梯股份有限公司分地区情况表 253

图表 130 康力电梯股份有限公司采购模式流程图 254

图表 131 康力电梯股份有限公司生产模式流程图 255

图表 132 沈阳博林特电梯股份有限公司主要产品情况一览表 259

图表 133 2014年沈阳博林特电梯股份有限公司分产品情况表 260

图表 134 2014年沈阳博林特电梯股份有限公司业务结构情况 260

图表 135 2014年沈阳博林特电梯股份有限公司分地区情况表 260

图表 136 沈阳博林特电梯股份有限公司供应商选择模式图 262

图表 137 沈阳博林特电梯股份有限公司采购流程模式图 263

图表 138 沈阳博林特电梯股份有限公司生产流程模式图 264

图表 139 沈阳博林特电梯股份有限公司销售流程模式图 266

图表 140 沈阳博林特电梯股份有限公司电梯安装流程模式图 267

图表 141 东南电梯股份有限公司基本情况 271

图表 142 东南电梯股份有限公司资产及负债统计 272

图表 143 东南电梯股份有限公司收入及利润情况 272

图表 144 东南电梯股份有限公司资产负债率情况 272

图表 145 东南电梯股份有限公司盈利能力指标 272

图表 146 东南电梯股份有限公司成本费用情况 273

图表 147 东南电梯股份有限公司成本费用结构 273

图表 148 2014年江南嘉捷电梯股份有限公司分产品情况表 275

图表 149 2014年江南嘉捷电梯股份有限公司业务结构情况 275

图表 150 2014年江南嘉捷电梯股份有限公司产品分地区情况表 276

图表 151 北京安达利电梯有限公司在售产品 279

图表 152 北京安达利电梯有限公司电梯销售情况 279

图表 153 深圳市方兴达电梯有限公司基本情况 280

图表 154 深圳市方兴达电梯有限公司在售产品列表 281

图表 155 四川安达电梯设备有限公司部分服务案例 282

图表 156 北京富胜电梯维修有限公司基本情况 283

图表 157 北京富胜电梯维修有限公司成功合作案例 284

图表 158 广州广日电梯工业有限公司资产及负债统计 286

图表 159 广州广日电梯工业有限公司收入及利润情况 286

图表 160 广州广日电梯工业有限公司资产负债率情况 287

图表 161 广州广日电梯工业有限公司盈利能力指标 287

图表 162 广州广日电梯工业有限公司成本费用情况 287

图表 163 上海立扶特电梯有限公司基本情况 288

图表 164 上海立扶特电梯有限公司产品自动扶梯图 289

图表 165 上海立扶特电梯有限公司产品观光电梯图 289

图表 166 2015-2020年中国电梯产量规模预测图 295

图表 167 2015-2020年中国电梯销量规模预测图 295

图表 168 重点客户管理与企业战略规划 307

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/247039.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。