



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国电梯市场分析及 发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008年中国电梯市场市场分析及发展趋势研究报告》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/37350.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

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。

本报告依国家统计局、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、中国电梯协会等单位提供的大量资料，对我国电梯市场的发展环境、发展现状、细分产品、区域市场、竞争格局、优势企业、发展趋势及策略等进行了深入分析。在对我国电梯整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国电梯行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

## 【 目 录 】

### 第一章 电梯行业发展概况

#### 第一节 电梯行业基本知识

##### 一、电梯的定义及分类

##### 二、自动扶梯的分类

##### 三、中国电梯发展历程

#### 第二节 电梯交通配置发展概况

##### 一、电梯交通配置概念

##### 二、电梯交通配置发展

#### 第三节 世界电梯行业发展分析

##### 一、世界电梯发展历史

##### 二、日本电梯企业在中国的专利战略分析

##### 三、英国电梯法规标准体系概述

### 第二章 电梯行业发展环境分析

#### 第一节 电梯行业发展的政策环境分析

##### 一、民建条例对电梯业的影响

##### 二、电梯缺陷召回制度分析

##### 三、2007年我国首次出台电梯强制标准

#### 第二节 后WTO时代的中国电梯业

##### 一、进口产品与国产品价格比较

##### 二、电梯业的产业结构特点

##### 三、国际品牌的利益组合

##### 四、《非关税壁垒协议》的影响

### 第三章 2007-2008年中国电梯行业发展现状分析

#### 第一节 2007年中国电梯行业运行分析

- 一、2007年电梯市场状况
- 二、2007年中国电梯销量分析
- 三、2007年中国电梯出口东盟前三名单
- 四、行业发展分析
- 五、面临的问题和今后的工作

#### 第二节 2008年中国电梯行业发展分析

- 一、2008年1-4月电梯出口分析
- 二、2008年最具潜力电梯厂家
- 三、2008年永大电梯在大陆寻求发展
- 四、2008年粤楼梯楼变身电梯楼升值分析
- 五、2008年武汉电梯节能改造分析
- 六、2008年北京南站电梯设置分析
- 七、2008年电梯企业遭遇通胀
- 八、2008年电梯产品价格上涨成为必然趋势
- 九、广东在用电梯拥有量全国第一
- 十、电梯排名问题分析
- 十一、钢价高位运行，电梯领军企业面临整合

#### 第三节 电梯及扶梯市场现状分析

#### 第四节 电梯进入细节时代

- 一、细节一：上上下下的享受
- 二、细节二：省电就是硬道理
- 三、细节三：这里的电梯静悄悄
- 四、细节四：让建筑设计师随心所欲
- 五、细节五：一切尽在“掌”握

#### 第五节 中国电梯行业自主创新发展分析

- 一、电梯行业发展历程回顾
- 二、自主创新：电梯企业可持续发展的根本
- 三、促进电梯行业自主创新发展的建议

### 第四章 中国电梯业市场需求分析

## 第一节 影响电梯需求的主要因素分析

一、2007-2010年城镇人口以及人口密度

二、2008年国家房地产景气指数分析

三、2008年房地产市场特点及走势分析

## 第二节 电梯行业不锈钢需求分析

## 第三节 电梯行业用户满意度测评分析

一、开展用户满意度测评的意义

二、电梯行业和产品特点

三、电梯行业用户满意度指数测评方法

## 第五章 电梯营销模式与销售渠道分析

### 第一节 我国电梯市场的营销环境分析

一、住宅电梯成为电梯市场的主流

二、电梯价格竞争越演越烈

三、电梯技术要求越来越高

四、电梯部件日趋完善

五、走出国门，寻找更大的发展空间

### 第二节 提高电梯采购售后服务分值分析

一、评分要素需专家论证

二、售后服务分值有所增加

三、后续监管措施要细化

### 第三节 电梯企业的销售管理分析

一、电梯的特殊性

二、销售管理的意义

三、销售预测

四、电梯产品销售流程

五、电梯企业与销售代理商的关系

### 第四节 电梯差异化营销策略分析

一、创造客户就是创造差异

二、产品差异化、市场差异化和形象差异化

三、以市场调查、细分和定位为基础的差异化策略

四、新锐差异化策略

## 第五节 电梯企业的跨媒体宣传策略

- 一、市场研究
- 二、目标用户群体购买行为研究
- 三、媒介研究
- 四、广告研究
- 五、会议、展览、公关等活动研究

## 第六章 我国电梯行业细分产品分析

### 第一节 住宅电梯

- 一、北京公有住宅电梯24小时运行
- 二、快速电梯斩获住宅电梯市场大单
- 三、住宅电梯市场潜力巨大

### 第二节 自动扶梯

- 一、自动扶梯简介
- 二、2008年自动扶梯检验检测瓶颈成功打破
- 三、公交型自动扶梯的现状与发展趋势
- 四、自动扶梯的发展趋向

### 第三节 载货电梯

- 一、发展历程
- 二、载货电梯的选择
- 三、载货电梯变频器的应用

### 第四节 无机房电梯

- 一、无机房电梯开发简况
- 二、全球范围内最大的无机房电梯项目落户上海
- 三、节能电梯与无机房电梯成为主角
- 四、湖南新型无机房电梯填补国内空白

## 第七章 中国主要地区电梯业的发展

### 第一节 上海

- 一、上海电梯保有量位列世界城市前列
- 二、品牌电梯垄断上海市甲级写字楼
- 三、上海旧楼电梯加装市场潜力巨大

## 第二节 深圳

- 一、深圳电梯行业自律带动发展
- 二、深圳电梯设备事故率远低于国家指标
- 三、深圳地铁续建工程将用节能电梯

## 第三节 广东中山

- 一、中山南区电梯产业发展现状及优势
- 二、南区电梯产业发展的存在问题
- 三、南区电梯产业发展对策

## 第四节 江苏苏州

- 一、苏州已成为电梯制造基地
- 二、苏州电梯产业再创新高
- 三、2007年8月份苏州地区载客电梯出口商出口分析

## 第五节 江苏吴江

- 一、江苏吴江电梯产业发展概况
- 二、江苏集聚项目资金扶持吴江电梯业
- 三、吴江汾湖经济开发区逐步形成电梯产业集群

## 第六节 哈尔滨

- 一、哈尔滨市高层住宅发展带动电梯需求
- 二、哈尔滨市电梯维护保养不到位
- 三、哈市电梯市场发展的瓶颈及对策

## 第七节 其它地区

- 一、武汉房地产热推动电梯业发展
- 二、成都电梯市场增长迅速
- 三、南宁电梯市场快速发展
- 四、电梯厂商看好烟台电梯市场

## 第八章 电梯行业技术发展分析

### 第一节 电梯行业的技术壁垒

- 一、电梯企业的分类及特点
- 二、电梯企业技术分类
- 三、行业的技术壁垒

### 第二节 2007-2008年电梯行业技术发展现状



- 一、2007年可变速让三菱再掀电梯技术革命
- 二、2008年奥的斯电梯引入安全节能技术
- 三、2008年电梯创新技术服务奥运
- 四、2008年中国首创电梯能量回馈装置
- 五、智能电梯门禁的功能与技术实现
- 六、超高速电梯技术发展的难题

### 第三节 电梯技术的发展趋势分析

- 一、能源再生电梯市场潜力大
- 二、智能大厦电梯发展趋势
- 三、智能建筑电梯监控技术方向
- 四、电梯驱动技术的发展趋势

## 第九章 中国电梯维修市场分析

### 第一节 中国电梯制造、安装、维保市场分析

- 一、产品质量
- 二、安装质量
- 三、保养质量

### 第二节 电梯维保行业竞争升级分析

- 一、卖电梯卖的是维保
- 二、维保行业的恶性竞争
- 三、低价竞争背后的高额利润
- 四、浙江将出台《管理规范》
- 五、对策

## 第十章 电梯行业市场竞争分析

### 第一节 国内电梯行业竞争现状分析

- 一、本土品牌电梯举步维艰
- 二、外资加速投资中国电梯业
- 三、电梯跨国公司加快在华扩张步伐
- 四、2008年日本三大电梯厂商纷纷加强在华业务

### 第二节 电梯业的市场竞争分析

- 一、电梯产品在境内外的市场竞争

二、电梯业发展的规模与效益

三、中国电梯企业的生存道路

四、电梯从业者的社会地位

第三节 电梯整梯企业华东模式与广东模式的差异

一、电梯企业的华东模式

二、电梯企业的广东模式

第四节 各类型电梯市场竞争分析

一、快速电梯销量迅猛

二、小机房电梯将全面替代普通电梯

三、无机房电梯的发展

四、观光电梯的选择

五、住宅电梯的价格和配置

第十一章 电梯行业优势企业分析

第一节 上海三菱电梯有限公司

一、公司概况

二、主导产品与技术

三、技术优势

四、三菱电梯突破速度瓶颈

五、三菱电梯信息化与业务完美融合经验分析

六、“中西合璧”引领行业新发展

第二节 日立电梯（中国）有限公司

一、公司概况

二、产品与技术优势

三、产销布局分析

四、在华制胜战略

五、深化中国战略

第三节 奥的斯电梯公司

一、公司概况

二、主导产品与技术

三、在华投资公司简介

四、2008年在华投资分析

## 五、2008年拓展高端电梯市场

### 第四节 巨人通力电梯有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、主导产品与技术

#### 三、技术优势

#### 四、市场策略

### 第五节 东芝电梯（中国）有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、主导产品与技术

#### 三、技术优势

#### 四、东芝超高速电梯服务于中国最高建筑

### 第六节 蒂森克虏伯集团

#### 一、公司概况

#### 二、主导产品与技术

#### 三、中国的市场定位

#### 四、研发方向

#### 五、2008年蒂森克虏伯电梯公司获得中国大订单

#### 六、2008年提供自动扶梯服务北京奥运

### 第七节 迅达集团

#### 一、公司概况

#### 二、主导产品与技术

#### 三、技术优势

### 第八节 华升富士达电梯有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、2007年建成国内最大单体生产厂房

#### 三、公司SWOT分析

#### 四、营销策略

### 第九节 康力电梯股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、主导产品与技术

#### 三、技术优势

#### 四、发展战略

## 第十节 杭州新马电梯有限公司

### 一、公司概况

### 二、经营分析

## 第十一节 上海机电股份有限公司

### 一、公司概况

### 二、2007-2008年财务分析

## 第十二章 电梯行业投资分析

### 第一节 中国电梯行业投资分析

### 第二节 外商在中国电梯市场投资分析

#### 一、合资品牌占据中国市场八成份额

#### 二、外资在中高端市场博弈

#### 三、中外合资“双赢”的意义

## 第十三章 电梯行业发展趋势及策略分析

### 第一节 电梯行业整体发展趋势分析

#### 一、新技术应用大势所趋

#### 二、品牌整合白热化

### 第二节 2008年及未来几年电梯发展趋势

#### 一、节能电梯将逐步成为主导产品

#### 二、节能电梯未来市场容量十分可观

#### 三、节能电梯前景广阔

### 第三节 电梯市场的发展方向

#### 一、超高速电梯

#### 二、电梯智能群控系统

#### 三、蓝牙技术在电梯上的应用

#### 四、绿色电梯

### 第四节 电梯行业三巨头品牌策略分析

### 第五节 从产品价位分布看电梯公司经营战略

#### 一、三菱

#### 二、日立

#### 三、迅达

#### 四、通力

#### 五、蒂森

### 第六节 中国电梯企业蓝海战略分析

#### 一、国内行业特征

#### 二、国内行业发展状况

#### 三、电梯发展的新趋势

#### 四、国内电梯市场前景

### 部分图表目录

图表 2008年1-4月电梯及扶梯产品进出口数据

图表 2007-2008年上半年电梯用不锈钢需求增速

图表 2007年我国电梯市场状况

图表 1994-2007年我国电梯进出口数据统计

图表 2001-2007年中国电梯销售情况

图表 2007年电梯制造业企业情况

图表 2007年国内电梯品种比例

图表 2007年8月份苏州地区载客电梯出口商出口分析

图表 2007年上海机电经营业绩分析

图表 2008年上半年上海机电经营业绩分析

图表 2005-2007年上海机电成长性分析

图表 2005-2007年上海机电现金流量分析

图表 2005-2007年上海机电经营能力分析

图表 2005-2007年上海机电盈利能力分析

图表 2005-2007年上海机电偿债能力分析

图表 2008年上半年上海机电主营收入情况

图表 2008年上半年上海机电净利润和基本每股收益情况

图表 1996-2006年 7家日本电梯企业专利申请时间一览表

图表 我国电梯年产量增长里程碑

图表 在中国申请专利的日本主要电梯企业一览表

图表 日本电梯企业在中国的专利申请数量一览表

图表 中国电梯专利申请数量百分比

图表 电梯发明专利申请数量百分比

图表 电梯产品参考价格对照表（折人民币价）

图表 一些电梯厂商MRL电梯的主要参数

图表 上海三菱电梯产品系列

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37350.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。