



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2009年中国电梯市场市场 分析及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2008-2009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/37660.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](mailto: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。

本研究咨询报告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、中国电梯行业协会、中国行业研究网、国内各大行业数据服务机构、全国及海外上百种相关报刊杂志的基础信息以及电梯专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国电梯行业的市场、行业结构、产品、进出口等情况作了详尽地分析，并参考了国外电梯行业的发展趋势，对今后我国电梯行业的发展做出预测。同时，本报告也针对电梯行业的特点，从各个角度全面详实地进行了研究或调研，它既是一份高质量的、专门针对我国电梯行业的研究报告，也是电梯生产企业、相关配套企业、经销商、银行信贷部门以及战略投资者不可多得的参考资料。

## 【 目录 】

### 第一部分 行业发展概况

#### 第一章 电梯行业发展概况 1

##### 第一节 电梯行业基本知识 1

###### 一、电梯的定义及分类 1

###### 二、自动扶梯的分类 4

###### 三、中国电梯发展历程 6

##### 第二节 电梯交通配置发展概况 8

###### 一、电梯交通配置概念 8

###### 二、电梯交通配置发展 8

##### 第三节 世界电梯行业发展分析 10

###### 一、世界电梯发展历史 10

###### 二、日本电梯专利战略分析 16

###### 三、英国电梯法规标准体系概述 20

### 第二章 电梯行业发展环境分析 32

#### 第一节 行业发展宏观经济环境分析 32

##### 一、2007年我国宏观经济发展分析 32

##### 二、2008年我国宏观经济发展分析 39

#### 第二节 行业发展的政策环境分析 43

##### 一、民建条例对电梯业的影响 43

##### 二、电梯缺陷召回制度分析 45

三、2007-2008年电梯采购突显政策功能 46

四、2008年我国首次出台电梯强制标准 48

第三节 后WTO时代的中国电梯业 49

一、进口产品与国产品价格比较 49

二、电梯业的产业结构特点 50

三、国际品牌的利益组合 51

四、《非关税壁垒协议》的影响 52

第二部分 行业发展现状

第三章 中国电梯行业发展分析 57

第一节 2007-2008年行业发展现状 57

一、2007年安全是电梯行业健康发展主旋律 57

二、电梯市场的发展与变化 57

三、电梯市场平稳发展 60

第二节 2008年电梯市场发展现状 61

一、2008年钢价高位运行电梯领军企业面临整合 61

二、电梯行业的发展前景 62

三、2008年电梯行业迎来无线时代 64

四、2008年电梯品牌助长高层建筑品质提升 64

五、2008年奥运会和2010年世博会带动电梯革命 66

第三节 中国电梯行业存在的问题 70

一、企业缺乏竞争力 70

二、产品结构不足 71

三、不合理的市场竞争 75

四、电梯安全需加强 76

五、能源再生技术电梯亟待研发普及 77

第四节 电梯维修市场发展分析 77

一、电梯维修市场的特点 77

二、我国电梯维保的现状 80

三、电梯设备维护分析 84

第四章 中国电梯行业市场分析 90

第一节 2007-2008年电梯制造业经济运行分析	90
一、2007-2008年电梯制造企业排名	90
二、2008年电梯制造分地区经济指标	92
第二节 2007-2008年载货电梯进出口分析	134
一、2007-2008年升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	134
二、2007-2008年升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	139

## 第五章 中国电梯行业市场需求分析 145

第一节 影响电梯需求的主要因素分析	145
一、2007-2010年城镇人口以及人口密度	145
二、2008年国家房地产景气指数分析	147
三、2008年房地产市场运行情况	149
第二节 消费者对电梯的消费偏好分析	156
一、消费者电梯品牌偏好	156
二、电梯用户满意度调查	158
三、电梯用户满意度测评	158
四、电梯用户需求变化	160

## 第六章 电梯行业技术发展分析 163

第一节 行业技术发展现状	163
一、2008年中国首创电梯能量回馈装置	163
二、我国电梯行业标准	164
三、超高速电梯技术发展的难题	170
四、2008年节能环保成电梯技术的焦点	174
五、电梯技术的发展展望	177
第二节 电梯技术的发展趋势分析	180
一、智能大厦电梯发展趋势	180
二、智能建筑电梯监控技术方向	183
三、电梯技术的整体发展趋势	186
四、电梯驱动技术的发展趋势	189

## 第三部分 行业竞争分析

第七章 电梯行业市场竞争分析	195
第一节 国内电梯行业竞争现状分析	195
一、本土品牌电梯举步维艰	195
二、外资加速投资中国电梯业	197
三、电梯跨国公司加快在华扩张步伐	198
四、2008年日本三大电梯厂商纷纷加强在华业务	198
第二节 中国电梯业的市场竞争	199
一、电梯产品的市场竞争	199
二、电梯企业的主要竞争力分析	200
三、电梯行业的潜在威胁者分析	202
第三节 各类型电梯市场竞争分析	205
一、快速电梯销量迅猛	205
二、小机房电梯将全面替代普通电梯	207
三、无机房电梯的发展	209
四、观光电梯的选择	210
五、住宅电梯的价格和配置	210
第八章 电梯行业优势企业分析	212
第一节 上海三菱电梯有限公司	212
一、公司概况	212
二、公司技术优势	214
三、公司发展分析	218
四、2008年公司动态	226
第二节 日立电梯(中国)有限公司	227
一、公司概况	227
二、公司发展策略	229
三、2008年公司动态	233
第三节 奥的斯电梯公司	234
一、公司概况	234
二、西子奥的斯节能电梯	236
三、2008年公司动态	237
第四节 通力电梯有限公司	238

一、公司概况	238
二、公司发展优势	239
三、2008年公司动态	240
第五节 东芝电梯(中国)有限公司	242
一、公司概况	242
二、公司技术优势	243
三、2008年公司动态	244
第六节 蒂森克虏伯集团	245
一、公司概况	245
二、公司中国市场定位	246
三、2008年公司动态	246
第七节 迅达集团	247
一、公司概况	247
二、2007年集团经营情况	248
三、2008年集团动态	249
第八节 华升富士达电梯有限公司	250
一、公司概况	250
二、公司SWOT分析	251
三、公司营销策略	253

#### 第四部分 行业策略、趋势及投资分析

第九章 电梯行业发展策略分析	259
第一节 电梯企业的营销策略分析	259
一、电梯销售人员的素质分析	259
二、电梯企业的销售管理分析	263
三、电梯企业的渠道创新策略分析	269
第二节 电梯差异化营销策略分析	273
一、创造客户就是创造差异	273
二、产品差异化、市场差异化和形象差异化	274
三、以市场调查、细分和定位为基础的差异化策略	275
四、新锐差异化策略	277
第三节 电梯企业的跨媒体宣传策略	278



一、市场研究	279
二、目标用户购买行为研究	280
三、媒介研究	280
四、广告研究	281
第四节 电梯企业融资方式的选择	283
一、我国的融资环境分析	284
二、电梯企业的筹资方式	284
三、我国现状对融资结构的影响	290
第十章 电梯行业发展趋势分析	293
第一节 电梯行业发展趋势分析	293
一、2008年电梯行业发展趋势	293
二、2008年及未来几年电梯发展趋势	295
三、2010年日本电梯占中国市场份额预测	296
四、未来电梯发展方向展望	297
第二节 未来电梯行业的发展重点分析	298
一、无齿轮电梯成主流	298
二、电梯节能潜力巨大	299
三、绿色电梯发展趋势	300
四、电梯性能提高趋势	301
五、电梯品牌整合趋势	301
六、用手机操控的电梯	302
第三节 2010年中国电梯市场预测	305
一、中国电梯需求量预测	305
二、2010年我国电梯进出口量预测	307
三、“十一五”期间电梯需求量分析	308
四、“十一五”期间的主要任务	309
五、“十一五”期间电梯的主要目标	310
第十一章 电梯行业投资分析	311
第一节 电梯行业的进入壁垒分析	311
一、政策壁垒	311

二、技术壁垒	311
三、生产能力	314
四、品牌效应	314
第二节 电梯行业的投资风险及机会	315
一、投资机会分析	315
二、投资风险分析	315
三、投资战略的选择	316
四、2008-2010年中国电梯行业投资分析	317

附录： 319

特种设备安全监察条例 319

图表目录：

图表：2007年世界十大电梯品牌	15
图表：在中国申请专利的日本主要电梯企业一览表	17
图表：日本电梯企业在中国的专利申请数量一览表	18
图表：中国电梯专利申请数量百分比	18
图表：1996-2006年7家日本电梯企业专利申请时间一览表	19
图表：英国标准学会制定的5655、bs5656系列标准一览表	26
图表：英国的电梯标准体系列标准一览表	28
图表：英国标准学会制定iso系列标准一览表	29
图表：英国标准学会制定其他bs电梯标准一览表	30
图表：2007年我国GDP增长11.4%	32
图表：2007年我国农业生产稳定发展	33
图表：2007年全国社会消费品零售总额同比增长16.8%	33
图表：2007年我国CPI上涨4.8%	34
图表：2007年全国居民收入快速增长就业增加较多	34
图表：2007年我国货币供应量增长较快	35
图表：2007年我国工业生产增长加快企业效益提高	35
图表：2007年我国固定资产投资快速增长	36
图表：国内外综合因素推动2007年CPI涨幅创11年新高	36
图表：2007年1季度-2008年1季度我国GDP变化情况	40

图表：2007年7月-2008年3月我国居民消费价格指数变化	40
图表：2008年1季度我国GDP增长变化	41
图表：2008年1季度分类别工业品出厂价格增长率	41
图表：2004-2008年1季度全社会固定资产投资情况	41
图表：2008年1季度我国税收收入及增长	42
图表：2008年1-4月CPI指数图	42
图表：2007年2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位	90
图表：2007年5月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位	90
图表：2007年8月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位	91
图表：2007年11月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位	91
图表：2008年2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位	91
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标全国合计	92
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标北京市合计	93
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标天津市合计	95
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标河北省合计	96
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标山西省合计	98
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标内蒙古合计	99
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标辽宁省合计	100
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标吉林省合计	102
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标黑龙江合计	103
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标上海市合计	105
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标江苏省合计	106
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标浙江省合计	107
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标安徽省合计	109
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标福建省合计	110
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标江西省合计	112
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标山东省合计	113
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标河南省合计	114
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标湖北省合计	116
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标湖南省合计	117
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标广东省合计	119
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标广西区合计	120

图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标海南省合计	121
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标重庆市合计	123
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标四川省合计	124
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标贵州省合计	126
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标云南省合计	127
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标陕西省合计	128
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标甘肃省合计	130
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标宁夏区合计	131
图表：2008年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标新疆区合计	133
图表：2007年1月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	134
图表：2007年2月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	134
图表：2007年3月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	135
图表：2007年1季度升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	135
图表：2007年4月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	135
图表：2007年5月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	135
图表：2007年6月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	136
图表：2007年2季度升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	136
图表：2007年7月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	136
图表：2007年8月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	136
图表：2007年9月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	137
图表：2007年3季度升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	137
图表：2007年10月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	137
图表：2007年11月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	137
图表：2007年12月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	138
图表：2007年4季度升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	138
图表：2008年1月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	138
图表：2008年2月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	138
图表：2008年3月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	139
图表：2008年1季度升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	139
图表：2007年4月升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	139
图表：2007年1月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	139
图表：2007年2月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	140

图表：2007年3月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	140
图表：2007年1季度升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	140
图表：2007年4月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	140
图表：2007年5月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	141
图表：2007年6月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	141
图表：2007年2季度升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	141
图表：2007年7月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	141
图表：2007年8月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	142
图表：2007年9月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	142
图表：2007年3季度升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	142
图表：2007年10月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	142
图表：2007年11月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	143
图表：2007年12月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	143
图表：2007年4季度升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	143
图表：2008年1月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	143
图表：2008年2月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	144
图表：2008年3月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	144
图表：2008年1季度升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	144
图表：2007年4月升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	144
图表：2007年人口数及其构成	145
图表：2003-2007年农村居民人均纯收入及其增长速度	146
图表：2003-2007年城镇居民人均纯收入及其增长速度	146
图表：2010年中国城镇人口比重预测	147
图表：2010年中国城镇人口密度预测	147
图表：2007-2008年4月全国房地产开发景气指数走势图	148
图表：2008年一季度房地产价格指数	148
图表：2010年中国城镇建筑面积预测	149
图表：品牌电梯用户满意度表	158
图表：品牌电梯的性价比	158
图表：我国电梯行业标准目录	164
图表：2004年-2007年快速电梯销量增长一览表	207
图表：上海三菱电梯有限公司市场销售网络	213

图表：上海三菱电梯有限公司产品	214
图表：上海三菱电梯有限公司能量回馈原理简图	218
图表：日立电梯（中国）有限公司服务销售网络	229
图表：2010年电梯需求规模趋势	305
图表：2010年各类电梯需求规模增长趋势	305
图表：2006-2010年各类电梯需求规模增长趋势	306
图表：2006-2010年电梯出口增长趋势	307
图表：2006-2010年电梯进口增长趋势	308

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37660.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。