

2016-2022年中国电梯市场 现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国电梯市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/W45043XF0E.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2016-08-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国电梯市场现状分析及投资前景研究报告》介绍了电梯整体行业相关概述、中国电梯整体产业运行环境、分析了中国电梯整体行业的现状、中国电梯整体行业竞争格局、对中国电梯整体行业做了重点企业经营状况分析及中国电梯整体产业发展前景与投资预测。您若想对电梯整体产业有个系统的了解或者想投资电梯整体行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章2014-2016年6月中国电梯产业运行环境分析23

第一节2014-2016年6月中国电梯产业政策分析23

一、电梯产业政策分析23

二、电梯标准分析24

三、中国电梯整体行业行规行约26

四、电梯监督检验规程27

第二节2014-2016年6月中国宏观经济发展环境分析32

一、2014-2016年6月中国gdp增长情况分析32

二、2014-2016年6月工业经济发展形势分析33

三、2014-2016年6月全社会固定资产投资分析34

四、2014-2016年6月社会消费品零售总额分析37

五、2014-2016年6月城乡居民收入与消费分析38

六、2014-2016年6月对外贸易的发展形势分析40

第三节2014-2016年6月中国电梯产业社会环境分析43

一、人口环境分析43

二、教育环境分析46

三、文化环境分析47

四、科技环境分析47

五、生态环境分析48

六、中国城镇化率49

第二章2014-2016年6月中国电梯产业的发展形势分析50

第一节2014-2016年6月中国电梯业的发展概况50

一、中国电梯整体行业价格分析分析50

二、中国电梯整体行业发展情况分析53

三、中国电梯整体行业发展特征分析55

第二节2014-2016年6月中国自动扶梯的发展分析56

一、自动扶梯整体行业发展概况56

二、自动扶梯企业的投资前景57

三、自动扶梯投资预测58

第三节2014-2016年6月中国电梯业发展面临的挑战分析61

一、中国电梯整体行业发展问题分析61

二、品牌缺失制约国内本土电梯企业发展62

三、电梯业面临洗牌的严峻考验63

第四节2014-2016年6月中国电梯业的发展对策分析63

一、中国电梯整体行业投资策略分析63

二、推动电梯整体行业自主创新发展的建议64

三、中国电梯发展的产业政策与措施69

四、中国电梯业需要发展oem70

第三章2014-2016年6月中国电梯总体监测分析72

第一节2014-2016年6月中国电梯市场概况72

一、2014-2016年6月中国电梯市场运行分析72

二、2014-2016年6月中国电梯生产情况分析73

三、中国电梯更新需求情况分析73

四、中国电梯区域消费市场调研74

五、中国电梯市场企业经营情况分析75

第二节2014-2016年6月中国电梯市场发展的特点75

一、电梯的特殊性及表现75

二、中国电梯产业结构逐步改善77

三、无齿轮电梯已成市场主流77

四、电梯市场小机房电梯逐步替代普通电梯77

第三节2014-2016年6月中国电梯企业的销售管理分析79

一、电梯企业销售管理的意义和指导思想79

二、电梯企业销售预测的地位及方法80

三、电梯产品的销售流程81

四、电梯企业与销售代理商的关系83

第四节2014-2016年6月中国电梯市场运营状况分析分析83

一、电梯市场品牌调查83

二、中国电梯用户满意度调查分析84

第五节2014-2016年6月中国电梯市场发展存在问题及对策85

一、中国电梯市场成本失优85

二、中国电梯采购中存在的主要问题86

三、北京地铁电梯事故所暴露的问题88

四、中国住宅电梯推广措施89

第四章2014-2016年6月中国节能和环保电梯的发展分析90

第一节2014-2016年6月中国发展节能电梯的必要性90

一、节能电梯发展紧迫的三大因素90

二、中国发展节能电梯势在必行90

三、电梯能耗问题的解决已经刻不容缓91

第二节2014-2016年6月中国绿色环保电梯发展概况91

一、环保电梯概述91

二、绿色节能电梯的发展历程92

三、绿色环保电梯备受关注93

四、中国企业积极开发绿色环保电梯94

五、绿色技术缔造电梯节能的典范94

六、无机房电梯环保优势突出95

七、绿色电梯的发展方向96

第三节2014-2016年6月中国节能电梯的发展分析97

一、电梯节电原理分析97

二、电梯节能技术分析98

三、节能电梯效果分析99

四、节能电梯市场需求分析100

五、节能电梯要突破意识瓶颈101

六、节能型载货电梯节能优势101

第五章2014-2016年6月中国电梯技术发展分析103

第一节电梯技术概述103

一、电梯技术分类103

二、电梯驱动技术104

三、电梯节能技术104

第二节2014-2016年6月中国电梯监控技术的应用分析106

一、电梯智能监控系统分析106

二、电梯监控与弱电之间的关系108

三、电梯监控技术的应用分析109

第三节2014-2016年6月中国能源再生技术在电梯中的应用111

一、电梯能源再生原理111

二、电梯再生能源节能效果113

三、电梯能源再生技术有待普及113

第四节2014-2016年6月中国电梯技术改造的发展与思考114

一、电梯技术改造的内容114

二、电梯技术改造的发展115

三、电梯技术改造存在的主要问题116

第五节2014-2016年6月中国电梯技术发展面临的挑战及趋势116

一、电梯发展的技术壁垒116

二、电梯技术的发展趋向118

三、电梯技术的发展方向120

四、电梯产品技术发展的十大动向120

第六章2014-2016年6月中国载客电梯进出口状况分析122

第一节2014-2016年6月中国载客电梯进口分析122

一、中国载客电梯进口数量情况122

二、中国载客电梯进口金额情况122

第二节2014-2016年6月中国载客电梯出口分析123

一、中国载客电梯出口数量情况123

二、中国载客电梯出口金额情况124

第三节2014-2016年6月中国载客电梯进出口均价分析125

第四节2014-2016年6月中国载客电梯进出口流向分析125

一、中国载客电梯进口来源地情况125

二、中国载客电梯出口目的地情况126

第五节2014-2016年6月中国载客电梯进出口省市分析127

一、中国载客电梯进口省市情况127

二、中国载客电梯出口省市情况128

第六节2014-2016年6月中国载客电梯进出口口岸分析129

一、中国载客电梯进口口岸情况129

二、中国载客电梯出口口岸情况130

第七章2014-2016年6月中国起重运输设备整体行业主要数据监测分析132

第一节2014-2016年6月中国起重运输设备整体行业发展分析132

一、2014-2016年6月中国起重运输设备整体行业发展概况132

二、2014-2016年6月中国起重运输设备整体行业发展概况134

第二节2014-2016年6月中国起重运输设备整体行业规模分析137

一、企业数量增长分析137

二、资产规模增长分析140

三、销售规模增长分析143

四、利润规模增长分析145

第三节2014-2016年6月中国起重运输设备整体行业结构分析148

一、企业数量结构分析148

二、资产规模结构分析149

三、销售规模结构分析151

四、利润规模结构分析153

第四节2014-2016年6月中国起重运输设备整体行业成本费用分析154

一、销售成本分析154

二、主要费用分析155

第五节2014-2016年6月中国起重运输设备整体行业运营效益分析158

一、偿债能力分析158

二、盈利能力分析160

三、运营能力分析167

第六节2014-2016年6月中国起重运输设备整体行业集中度分析171

一、资产集中度分析171

二、销售集中度分析171

三、利润集中度分析172

第八章2014-2016年6月中国电梯市场评估分析173

第一节外商参与中国电梯市场竞争概况173

一、跨国企业增加在华投入173

二、跨国企业在华研发并生产173

三、主要品牌电梯的优势分析174

四、国际电梯巨头已形成垄断177

五、日韩企业争夺中国电梯市场177

六、三菱电机扩大在华电梯市场177

第二节2014-2016年6月中国电梯市场竞争分析178

一、中国成为世界电梯公司竞争的主战场178

二、中国电梯整体行业洗牌提速179

三、中国电梯市场评估179

四、电梯的差异化竞争简述180

五、中国电梯技术竞争现状181

第三节2014-2016年6月中国电梯市场的竞争策略分析182

一、日本电梯企业在中国市场竞争中的专利战略182

二、电梯产品在境内外的市场竞争要领183

三、电梯产品的市场细分策略183

第四节中小电梯企业的波特五力竞争分析185

一、整体行业内竞争者的威胁185

二、供应商讨价还价的能力186

三、购买者讨价还价的能力186

四、潜在整体行业进入者的威胁187

五、产品替代者的威胁188

第九章2014-2016年6月中国电梯产业区域市场格局分析189

第一节上海区域市场189

一、上海电梯产业发展历程189

二、上海电梯产业发展现状191

三、上海电梯形成集聚原因探析192

第二节广东区域市场193

一、广东电梯产业发展历程193

二、广东在用电梯市场规模195

三、广州旧房改造创造新机遇196

第三节山东区域市场197

一、山东电梯产业发展现状197

二、山东电梯产业发展潜力198

三、青岛市电梯安全监督管理办法199

第四节沈阳区域市场201

一、沈阳电梯产业发展历程201

二、沈阳电梯产业集聚探析203

三、沈阳电梯产业未来发展204

第五节天津区域市场205

一、天津电梯产业发展历程205

二、天津电梯产业发展现状207

三、天津电梯安全监督管理办法209

第六节杭州区域市场210

一、杭州电梯产业发展历程210

二、杭州电梯产业发展特色212

三、杭州地铁带来的新机遇213

第七节溧阳区域市场214

一、溧阳电梯产业发展历程214

二、溧阳电梯产业发展现状215

三、溧阳电梯市场前景分析216

第八节西安区域市场217

一、西安电梯产业发展历程217

二、西安电梯产业发展现状218

三、西安电梯市场前景分析221

第十章2014-2016年6月国际主要电梯企业运行态势分析223

第一节富士达电梯有限公司223

一、公司概况223

二、富士达经营状况分析223

三、富士达扶梯的优劣势分析224

四、富士达电梯产品投资策略225

第二节快速电梯公司227

一、公司概况227

二、快速电梯迈入信息化管理时代228

三、快速电梯助力绿色住宅发展229

第三节迅达集团230

一、公司概况230

二、迅达集团经营状况230

三、迅达电梯推广宣传绿色节能231

第四节通力集团233

一、公司概况233

二、通力电梯的发展历程233

三、通力集团经营状况分析236

四、通力进一步抢占市场份额237

第五节蒂森克虏伯电梯集团237

一、公司概况237

二、蒂森克虏伯经营状况分析238

三、蒂森克虏伯将继续加大投资239

第十一章2014-2016年6月中国重点电梯企业竞争性财务数据分析240

第一节沈阳博林特电梯股份有限公司240

一、企业发展简况分析240

二、企业经营情况分析241

三、企业经济指标分析242

四、企业经营优劣势分析243

五、企业偿债能力分析243

六、企业运营能力分析244

七、企业成本费用分析244

第二节江南嘉捷电梯股份有限公司245

一、企业发展简况分析245

二、企业经营情况分析246

三、企业经济指标分析247

四、企业经营优劣势分析247

五、企业偿债能力分析248

六、企业运营能力分析248

七、企业成本费用分析248

第三节康力电梯股份有限公司249

一、企业发展简况分析249

二、企业经营情况分析251

三、企业经济指标分析252

四、企业经营优劣势分析253

五、企业偿债能力分析253

六、企业运营能力分析254

七、企业成本费用分析254

第四节奥的斯电梯（中国）投资有限公司254

一、企业发展简况分析254

二、企业经营情况分析255

三、企业偿债能力分析256

四、企业经营优劣势分析257

五、企业运营能力分析258

第五节大连星玛电梯有限公司258

一、企业发展简况分析258

二、企业经营情况分析259

三、企业偿债能力分析259

四、企业经营优劣势分析260

五、企业运营能力分析261

第六节蒂森电梯有限公司261

一、企业发展简况分析261

二、企业经营情况分析262

三、企业偿债能力分析263

四、企业经营优劣势分析263

五、企业运营能力分析264

第七节蒂森克虏伯电梯(上海)有限公司265

一、企业发展简况分析265

二、企业经营情况分析265

三、企业偿债能力分析266

四、企业经营优劣势分析267

五、企业运营能力分析268

第八节蒂森克虏伯电梯(中国)有限公司268

一、企业发展简况分析268

二、企业经营情况分析269

三、企业偿债能力分析269

四、企业经营优劣势分析269

五、企业运营能力分析270

第九节东芝电梯（沈阳）有限公司270

一、企业发展简况分析270

二、企业经营情况分析271

三、企业偿债能力分析272

四、企业经营优劣势分析273

五、企业运营能力分析274

第十节东芝电梯(中国)有限公司274

一、企业发展简况分析274

二、企业经营情况分析275

三、企业偿债能力分析275

四、企业经营优劣势分析276

五、企业运营能力分析276

第十二章2016-2022年中国电梯产业发展趋势预测分析330

第一节2016-2022年中国电梯整体行业发展趋势330

一、未来电梯发展趋向330

二、未来电梯经营方式331

三、售后服务大利好331

第二节2016-2022年中国电梯市场前景展望分析332

一、电梯整体行业发展的有利因素	332
二、电梯整体行业发展的不利因素	334
三、保障房电梯采购量依然可观	334
四、对节能电梯的需求日益旺盛	335
第三节2016-2022年中国电梯产业市场预测分析	335
一、市场供需预测分析	335
二、市场出口预测分析	336
三、竞争格局预测分析	337
第四节2016-2022年中国电梯产业市场盈利预测分析	338

第十三章2016-2022年中国电梯产业投资机会与风险分析339

第一节2016-2022年中国电梯产业投资环境分析	339
第二节2016-2022年中国电梯产业投资机会分析	341
一、房地产业区域发展不平衡带来机遇和挑战	341
二、既有建筑加装电梯需求显现	341
三、中国节能电梯投资机会分析	342
第三节2016-2022年中国电梯整体行业进入壁垒分析	343
一、技术壁垒	343
二、资金壁垒	343
三、资质许可壁垒	343
四、销售与服务网络壁垒	343
五、规模效应与成本控制能力壁垒	344
第四节2016-2022年中国电梯产业投资前景分析	344
一、原材料价格波动风险	344
二、市场竞争风险	344
三、政策风险	345
四、技术风险	346
第五节2016-2022年中国电梯产业投资前景研究建议	346

第十四章中国电梯企业融资及ipo上市策略指导分析353

第一节电梯企业融资渠道与选择分析	353
一、电梯企业融资方法与渠道简析	353

二、利用股权融资谋划企业发展机遇355

三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道359

四、适度债务融资配置自身资本结构360

五、关注民间资本和外资的投资动向361

第二节电梯企业境内ipo上市目的及条件362

一、电梯企业境内上市主要目的362

二、电梯企业上市需满足的条件363

（一）企业境内主板ipo主要条件363

（二）企业境内中小板ipo主要条件364

（三）企业境内创业板ipo主要条件365

三、企业改制上市中的关键问题366

第三节电梯企业ipo上市的相关准备367

一、企业该不该上市367

二、企业应何时上市367

三、企业应何地上市368

四、企业上市前准备368

（一）企业上市前综合评估368

（二）企业的内部规范重组368

（三）选择并配合中介机构369

（四）应如何选择中介机构369

第四节电梯企业ipo上市的规划实施369

一、上市费用规划和团队组建369

二、尽职调查及问题解决方案373

三、改制重组需关注重点问题377

四、企业上市辅导及注意事项379

五、上市申报材料制作及要求381

六、网上路演推介及询价发行383

第五节电梯企业ipo上市审核工作流程384

一、企业ipo上市基本审核流程384

二、企业ipo上市具体审核环节386

三、与发行审核流程相关的事项389

部分图表目录：

图表1电梯现行相关标准23

图表22014-2016年6月中国国内生产总值及增长变化趋势图32

图表32014-2016年6月中国人均国内生产总值变化趋势图32

图表42014-2016年6月中国全部工业增加值及增长速度趋势图33

图表52014-2016年6月规模以上工业企业实现利润及其增长速度33

图表62014-2016年6月中国全社会固定资产投资增长趋势图34

图表72014-2016年6月分整体行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度35

图表82014-2016年6月中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图37

图表92014-2016年6月中国社会消费品零售总额同比增长趋势图37

图表102014-2016年6月城镇居民人均可支配收入及增长趋势图39

图表112014-2016年6月农村居民纯收入及增长情况统计39

图表122014-2016年6月中国进出口总额增长趋势图40

图表132014-2016年6月中国货物进出口总额及其增长速度40

图表142014-2016年6月中国人口数量及其构成情况43

图表152014-2016年6月中国人口数量变化趋势图43

图表162014-2016年6月末中国各年龄段人口比重43

图表172014-2016年6月中国各年龄段人口比重变化情况44

图表182014-2016年6月中国各级各类学校招生人数统计46

图表192014-2016年6月中国城镇化率变化趋势图48

图表202014-2016年6月中国在用电梯数量增长趋势图49

图表21世界上主要的品牌电梯企业在华布局情况50

图表22中国电梯整体行业民族品牌发展历程51

图表232014-2016年6月中国自动扶梯市场容量统计56

图表242014-2016年6月中国电梯产量增长趋势图72

图表252014-2016年6月中国电梯安装情况统计73

图表262014-2016年6月中国电梯市场消费区域分布情况74

图表272014-2016年6月中国电梯市场品牌分布图83

图表282014-2016年6月中国电梯整机企业按客梯和货梯分类排名84

图表292014-2016年6月中国电梯整机企业按自动扶梯和自动人行道分类排名84

图表302014-2016年6月中国节能电梯市场需求分析99

图表31电梯智能监控中心系统结构图105

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/W45043XF0E.html>