



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国电梯市场发展 现状及战略咨询报告

## 一、调研说明

《2017-2022年中国电梯市场发展现状及战略咨询报告》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/282818.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

电梯是指以动力驱动，利用沿刚性导轨运行的箱体或者沿固定线路运行的梯级（踏步），进行升降或者平行运送人、货物的机电设备，电梯包括垂直运行的电梯、倾斜方向运行的自动扶梯、倾斜或水平方向运行的自动人行道。

电梯产品的性能主要包括安全性、可靠性、高效性和舒适性。安全性是指电梯产品安全稳定运行的能力，电梯的其他性能均以安全性为前提展开；可靠性是指电梯产品在规定时间内保持规定功能的概率；高效性是指电梯产品在5分钟高峰期内的运输能力；舒适性是指人们乘坐电梯时的内心感觉，研究表明，人们对电梯开关门间隔时间最短要求为30秒，到达目的地最长心理承受时间为90秒，因此，可通过加速度、减速度的运用和气压装置的调整满足人们乘坐电梯时的舒适性要求。

2014年我国电梯行业销售规模约64.06万台，同比2013年的56.86万台增长了12.66%，近几年我国电梯行业销量情况如下表所示：2008-2014年中国电梯行业需求情况

年份	消费量（万台）
2008	20.4
2009	23.21
2010	32.97
2011	41.12
2012	47.56
2013	56.86
2014	64.06

资料来源：中国电梯行业协会

目前中国已成为世界上电梯保有量最大的国家，截至2013年底，我国电梯保有量达到292.24万台，同比增长19.97%。我国电梯拥有数为21.48台/1万人，与全球平均23.88台/1万人相比，已经接近全球平均水平。而与韩国等地的市场比较来看，我国未来电梯的保有量会达到800万台左右，年新装/更新量会维持在50万台的水平。2014年我国电梯行业保有量约352.5万台，近几年我国电梯行业保有量情况如下图所示：2008-2014年我国电梯行业保有量情况

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。 报告目录：

### 第一章 电梯行业相关概述

#### 第一节 电梯的介绍

##### 一、电梯的定义

##### 二、电梯的分类

##### 三、电梯的组成

##### 四、电梯主参数

#### 第二节 电梯的发展历史

##### 一、世界电梯发展史

## 二、中国电梯发展史

### 第二章 我国电梯行业发展环境分析

#### 第一节 国内宏观经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2016年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 我国电梯行业相关管理部门分析

#### 第三节 我国电梯行业相关政策法规分析

### 第三章 中国电梯产业的发展现状概述

#### 第一节 中国电梯业的发展概况

##### 一、日本电梯企业在中国的专利申请现状

##### 二、中国电梯行业的发展概述

##### 三、国内电梯行业高速发展

##### 四、国内电梯行业发展的五大特点

#### 第二节 2014年中国电梯业发展综述

##### 一、2014年电梯行业发展概述

##### 二、2015年中国电梯业政策评析

##### 三、2014年我国电梯行业发展概述

根据行业数据表明，2014年上半年我国整梯生产台数增长率超过了10%，下半年发货量与订单相比比例递减，2014年整梯总产量达到70.8万台，全国电梯保有量将达到350万台以上。

#### 2008-2014年我国电梯行业产量情况

目前，我国电梯行业产业集中度提高，速度加快，发展趋势向好。产业发展格局发生显著变化，表现出强者更强，弱者更弱，行业已进入洗牌期，市场竞争机制和产业政策变化促进了产业结构布局加速向健康方向发展。部分品牌企业及时审时度势，投资区域指向中西部地区目前已陆续投产，使产业区域布局更加合理。使我国原来的长三角、珠三角、环渤海和东北地区三大集中产地，又新增了中西部新的制造基地。在整机制造企业的带动作用，零部件企业一同跟进，一个新的中西部电梯产业集群正在形成。制造与服务业并重，深度开发电梯后市场已成为行业企业发展方向。整梯制造企业积极推进服务产业化，纷纷建立以营销服务为主导的服务网络，网络建设由原来的大中型城市向二三线城市市场延伸。以旧梯改造业务为突破口建设服务中心、物流中心和培训中心，在工程人力资源管理、流程管理、服务质

量管理等方面 创新和完善有效的运营模式已成为行业企业的自觉行动。中国电 梯行业由制造业向现代服务业转化的进程正在加快。但是，电梯 行业已经进入到了成熟期，品种齐全、价位逐年下降、产能过剩，尤其是中低端产品，同质化严重，行业竞争更加激烈，洗牌行动 已经开始。制造能力经过近两年的扩大，新增产能15 万台左右，产能过剩之势仍在发展。而由于新增电梯数量急剧上升和老龄化 电梯数量大幅增加，服务业的能力不足问题仍然未得到缓解。由于城镇化需求和出口增加，中国电梯保有量已突破300 万台，以及电梯老龄化的自然淘汰和政策及安全标准颁布将加速淘 汰进程，为电梯产业发展提供了刚性需求，电梯行业在"十二&bull;五" 期间仍将保持低速增长不会出现下行拐点，仍然处在换档期，增 量空间仍在，增幅回落是一个常态，保持5% 左右的增长是必要的，总体上看，电梯产业的总产值增长比例不会低于社会经济发展速度。电梯行业是一个前途光明的行业。

#### 四、2014年中国电梯用户满意度调查分析

#### 五、2014年中国电梯企业发展成就显著

国际电梯市场呈现垄断竞争的基本格局。整个国际市场基本被美国奥的斯、芬兰通力、瑞士迅达、德国蒂森、日本三菱、东芝、日立、富士达等八大巨头垄断瓜分。它们的销售服务网点遍布世界各个国家和地区，合计约占全球市场份额的 70-80%左右。

国际电梯巨头保持了长期的稳健增长，通力、迅达在 20-30 年的时间里，在本国甚至大部分国家房地产增速缓慢的情况下，保持了 20-30 年的年均 8-9%的复合增长率增长。通力公司近 30 年收入年均复合增长率达 7.8%，1987-2009 年迅达集团收入年均增长 9.3%。 国际电梯巨头电梯业务 2014 年收入规模巨大（亿元）

通力、迅达、奥的斯 2014 年收入规模均超过 500 亿元，其中奥的斯接近 800 亿元

国际电梯巨头电梯业务 2004-2014 年收入规模

目前，国内市场近 70%左右仍为外资品牌企业占据。其中，奥的斯、三菱、日立三大品牌占据了国内 40-50%的市场份额，迅达、通力、蒂森、东芝、富士达等其他外资品牌占据 20-30%的市场份额，内资企业约占 30%左右的份额。

在内资企业中，崛起了江南嘉捷、康力、博林特、东莞飞鹏、苏州申龙、苏州东南、河南许继等 7 家民族品牌电梯企业，占内资电梯企业的 50%左右的市场份额。其他 500 多家中小企业占据内资电梯市场其余 50%左右的市场份额。 外资品牌企业占据国内电梯 70%左右的市场份额 民族品牌电梯企业以江南嘉捷、康力、博林特为龙头

大型电梯整机制造企业对产业链控制较强。大型整机制造企业处于电梯产业链关键环节，掌握着最核心的驱动技术、控制技术及整合技术。因此它们通常既把握着整机的研发制造，

将零配件外包给配件生产企业，又控制销售渠道，对下游具有较高的议价能力和严格的付款条件，现金流状况良好。

独特的经营模式和在产业链中的控制地位，使得电梯企业具有充足的现金流。2014年江南嘉捷、康力电梯等主要电梯企业经营性现金流净额均超过了2亿元，上海机电更是超过了20亿元。2012-2014年主要电梯企业的销售现金比率在10%-20%之间，远高于机械行业平均水平。

主要电梯企业现金流状况良好，手持现金量更多资料来源：公开资料整理 电梯企业销售现金比率远高于机械行业 资料来源：公开资料整理

### 第三节 中国自动扶梯的发展

- 一、自动扶梯行业发展概况
- 二、中国自动扶梯行业亟待变革
- 三、自动扶梯企业的发展战略
- 四、自动扶梯未来发展趋势

### 第四节 中国电梯业发展面临的挑战

- 一、国内电梯业发展的三大问题
- 二、品牌缺失制约国内本土电梯企业发展
- 三、电梯业面临洗牌的严峻考验

### 第五节 中国电梯业的发展对策

- 一、中国电梯业的发展策略
- 二、推动电梯行业自主创新发展的建议
- 三、中国电梯发展的产业政策与措施
- 四、国内电梯业需要发展OEM

## 第四章 节能和环保电梯的发展前景分析

### 第一节 发展节能电梯的必要性

- 一、节能电梯发展紧迫的三大因素
- 二、中国发展节能电梯势在必行
- 三、电梯能耗问题的解决已经刻不容缓

### 第二节 绿色环保电梯发展概况

- 一、环保电梯介绍

- 二、绿色节能电梯的发展历程
- 三、绿色环保电梯备受关注
- 四、奥运推动电梯产业进入绿色时代
- 五、绿色电梯发展的重点
- 六、无机房电梯环保优势突出

### 第三节 节能电梯的发展分析

- 一、耗能型电梯与节能型电梯简介
- 二、中国节能型载货电梯节能优势突显
- 三、节能电梯产业的发展建议
- 四、节能是电梯发展的主要趋向
- 五、电梯节能潜力巨大

## 第五章 我国电梯行业技术发展现状分析

### 第一节 电梯技术概述

- 一、电梯技术分类
- 二、电梯驱动技术
- 三、电梯节能技术

### 第二节 电梯监控技术的应用

- 一、中国电梯运行监控系统的开发概述
- 二、中国智能建筑中的电梯监控与弱电之间的关系状况
- 三、电梯监控技术的应用分析

### 第三节 能源再生技术在电梯中的应用

- 一、能源再生电梯技术应用简述
- 二、电梯能源再生技术有待普及
- 三、能源再生技术在电梯中的应用展望

### 第四节 电梯技术改造的发展与思考

- 一、电梯技术改造的内容
- 二、电梯技术改造的发展
- 三、电梯技术改造存在的主要问题

### 第五节 电梯技术发展面临的挑战及趋势

- 一、电梯发展的技术壁垒
- 二、电梯技术的发展趋向

### 三、电梯技术的发展方向

### 四、电梯产品技术发展的十大动向

## 第六章 电梯产业区域市场发展情况分析

### 第一节 广州区域市场

#### 一、广州电梯产业发展历程

#### 二、广州电梯产业发展现状

#### 三、旧房为广州电梯产业带来发展新机遇

### 第二节 天津区域市场

#### 一、天津电梯产业发展历程

#### 二、天津电梯产业发展现状

#### 三、未来天津电梯产业发展展望

### 第三节 苏州区域市场

#### 一、苏州电梯产业发展历程

#### 二、苏州电梯产业发展现状

#### 三、苏州电梯产业的发展特色

### 第四节 杭州区域市场

#### 一、杭州电梯产业发展历程

#### 二、杭州电梯产业发展现状

#### 三、杭州地铁建设给电梯产业带来新机遇

### 第五节 南浔区域市场

#### 一、南浔电梯产业发展历程

#### 二、南浔电梯产业发展现状

#### 三、南浔电梯产业未来发展展望

### 第六节 宁波区域市场

#### 一、宁波电梯产业发展历程

#### 二、宁波电梯产业发展现状

#### 三、宁波电梯产业发展特色

### 第七节 沈阳区域市场

#### 一、沈阳电梯产业发展历程

#### 二、沈阳电梯产业发展现状

#### 三、沈阳电梯产业未来发展展望



## 第七章 国外电梯产业重点企业分析

### 第一节 奥的斯电梯公司

#### 一、公司简介

#### 二、西子奥的斯电梯的发展概述

#### 三、奥的斯电梯加快中国市场布局脚步

#### 四、奥的斯电梯瞄准中国绿色环保节能市场

### 第二节 快速电梯公司

#### 一、公司简介

#### 二、快速电梯迈入高效的企业资源信息化管理时代

#### 三、快速电梯发力中国住宅电梯市场

#### 四、快速电梯已瞄准绿色环保市场

#### 五、快速电梯打造体系竞争力的策略

### 第三节 迅达集团

#### 一、公司简介

#### 二、2013年迅达集团经营状况

#### 三、2014年迅达集团经营状况分析

#### 四、2015年迅达集团经营状况分析

### 第四节 通力集团

#### 一、公司简介

#### 二、通力电梯的发展历程

#### 三、2013年通力集团经营状况分析

#### 四、2014年通力集团经营状况分析

#### 五、通力联手中国巨人进一步抢占电梯市场份额

### 第五节 蒂森克虏伯电梯集团

#### 一、公司简介

#### 二、2013财年蒂森克虏伯经营状况分析

#### 三、2014财年蒂森克虏伯经营状况分析

#### 四、2015财年蒂森克虏伯经营状况分析

#### 五、未来蒂森克虏伯在中国的规划

#### 六、蒂森克虏伯将继续加大投资中山

### 第六节 华升富士达电梯有限公司

#### 一、公司简介

- 二、2013财年富士达经营状况分析
- 三、2014财年富士达经营状况分析
- 四、富士达扶梯的SWOT分析
- 五、富士达电梯产品发展策略

## 第八章 中国重点电梯企业竞争力分析

### 第一节 上海机电股份有限公司（600835）

- 一、公司简介
- 二、2013年1-12月上海机电经营状况分析
- 三、2014年1-12月上海机电经营状况分析
- 四、2015年1-9月上海机电经营状况分析
- 五、上海机电发展战略

### 第二节 上海三菱电梯有限公司

- 一、公司简介
- 二、上海三菱引领中国电梯业
- 三、上海三菱电梯公司发展综述
- 四、三菱电梯发展已突破速度瓶颈

### 第三节 日立电梯（中国）有限公司

- 一、公司简介
- 二、日立电梯公司的发展概述
- 三、2014年日立电梯业绩增长情况
- 四、日立电梯积极参与中国电梯标准化工作
- 五、日立电梯在中国的制胜策略

### 第四节 东芝电梯（沈阳）有限公司

- 一、公司简介
- 二、东芝电梯（沈阳）有限公司与房地产商的合作战略
- 三、东芝电梯新型电梯产品增加情况
- 四、东芝电梯技术引领未来

### 第五节 康力电梯股份有限公司（002367）

- 一、公司简介
- 二、康力集团电梯发展获得的成就
- 三、2015年康力电梯发展概况

## 第六节 杭州新马电梯有限公司

### 一、公司简介

### 二、新马电梯的发展状况

### 三、新马电梯差异化战略获得新发展

## 第九章 中国电梯市场发展现状分析

### 第一节 中国电梯市场概况

#### 一、中国已成全球最大电梯市场

#### 二、中国电梯市场发展概况

#### 三、中国住宅电梯市场发展浅析

#### 四、中国电梯市场发展变化分析

#### 五、电梯市场结构优化的主要表现

### 第二节 2010-2015年中国电梯市场发展分析

#### 一、跨国企业加速抢占中国电梯市场

#### 二、2014年中国电梯市场品牌调查分析

#### 三、2014年中国电梯市场发展简况

#### 四、2015年中国电梯市场发展状况

### 第三节 电梯市场发展的特点

#### 一、电梯的特殊性及表现

#### 二、中国电梯市场规模不断扩大

#### 三、无齿轮电梯已成市场主流

#### 四、电梯市场小机房电梯逐步替代普通电梯

### 第四节 电梯企业的销售管理分析

#### 一、电梯企业销售管理的意义和指导思想

#### 二、电梯企业销售预测的地位及方法

#### 三、电梯产品的销售流程

#### 四、电梯企业与销售代理商的关系

### 第五节 中国电梯市场发展存在问题及对策

#### 一、中国电梯市场成本失优

#### 二、国内电梯采购中存在的主要问题

#### 三、中国住宅电梯推广措施

## 第十章 中国电梯市场竞争分析

### 第一节 外商参与中国电梯市场竞争概况

- 一、跨国电梯公司在华获得机会
- 二、国际电梯巨头在中国市场已形成垄断地位
- 三、外资电梯企业加速扩大中国市场份额
- 四、外资继续把持中国电梯市场
- 五、日本三大电梯厂商不断加强在华业务
- 六、日资电梯企业在中高端市场博弈占主导

### 第二节 中国电梯市场竞争

- 一、中国成为世界电梯公司竞争的主战场
- 二、中国电梯市场竞争概况
- 三、电梯的差异化竞争简述

### 第三节 电梯市场的竞争策略

- 一、日本电梯企业在中国市场竞争中的专利战略
- 二、电梯产品在境内外的市场竞争要领
- 三、中国电梯企业市场竞争中的生存之道
- 四、中国中小电梯企业的市场竞争策略

## 第十一章 电梯业投资及发展前景

### 第一节 电梯行业发展趋势

- 一、未来电梯的发展趋向
- 二、电梯业将迈入无线时代
- 三、中国电梯行业将进入快速发展阶段

### 第二节 电梯市场前景展望

- 一、未来影响电梯市场需求的四大因素
- 二、中国电梯需求将持续增长
- 三、IC卡智能电梯市场前景乐观
- 四、2017-2022年中国电梯市场预测分析

### 第三节 中国电梯业的投资

- 一、4万亿元投资计划利好电梯产业投资发展
- 二、房地产业发展给电梯企业带来机遇和挑战
- 三、跨国电梯企业在华投资分析

## 四、中国电梯业投资建议

附录：

附录一：中国电梯行业行规行约

附录二：电梯监督检验规程

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282818.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。