

2011-2015年电梯行业十强企业竞争力及市场分析研究报告

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

《2011-2015年电梯行业十强企业竞争力及市场分析研究报告》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/qitafangchan1012/L216189NP2.html>

【报告价格】纸介版6000元 电子版7000元 纸介+电子8000元

【出版日期】2010-12-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年电梯行业十强企业竞争力及市场分析研究报告》共十六章。介绍了电梯行业相关概述、中国电梯产业运行环境、分析了中国电梯行业的现状、中国电梯行业竞争格局、对中国电梯行业做了重点企业经营状况分析及中国电梯产业发展前景与投资预测。您若想对电梯产业有个系统的了解或者想投资电梯行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

经济回暖后，电梯行业重新洗牌也在所难免。未来3-5年内，中国电梯行业所面临的生存环境将更为严峻。大企业会继续称雄业界，而中小企业想获得生存，要么被前者兼并，为其做专项产品的配套；要么发挥自己的特长，建设稳固的销售渠道和研发团队，来打造核心竞争力。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业产生触动，电梯行业也即将迎来全新的无线时代。虽然产业在不断整合，但我国电梯市场还远未饱和。未来两年我国电梯需求将呈现快速增长的态势，2010年我国电梯产量将达到33.41万部。我国电梯市场仍将保持每年20%的递增速度，年平均销售额至少为500亿美元。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，未来住宅市场的电梯需求量会非常大。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也十分可观。随着工业现代化生产规模不断扩大和人们生活水平不断提高，电能供需矛盾日益突出，节约电量的呼声日益高涨。但在我国节能型电梯还占不到总量的5%，我国节能电梯的市场接受度仍然不高。巨大的市场容量，也将为节能电梯发展带来了新的机遇。在当前形势下，我国电梯行业的投资潜力如何？存在哪些投资机会？前十大优秀企业又有哪些经验值得借鉴呢？

目录

CONTENTS

第一部分 行业运行现状

第一章 中国电梯行业发展概述

第一节 电梯行业发展情况

一、电梯定义

二、电梯行业发展历程

第二节 电梯产业链分析

一、产业链模型介绍

二、电梯产业链模型分析

第三节 2008-2010年中国电梯行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 全球电梯市场发展分析

第一节 全球电梯市场发展情况分析

一、2009年全球电梯市场发展分析

二、2009年全球电梯市场统计分析

三、2010年全球电梯市场发展分析

四、2010年全球电梯销售排名分析

五、2010年全球电梯消费者调查分析

第二节 2010年世界主要国家电梯市场分析

一、2010年美国电梯市场现状分析

二、2010年欧洲电梯市场现状分析

三、2010年日本电梯市场现状分析

四、2010年韩国电梯市场现状分析

五、2010年中东与非洲电梯市场分析

第三章 中国电梯市场运行分析

第一节 电梯行业市场发展基本情况

一、市场现状分析

二、市场规模分析

三、市场特点分析

四、市场技术发展状况

第二节 电梯行业技术研发情况

一、行业研发情况分析

二、竞争对手研发占投入比

三、研发投入与研发成果关系

第三节 行业市场工业总产值分析

一、年市场工业总产值分析

二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析

三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较

四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

第四节 行业市场产品价格分析

一、2008年市场产品价格走势

二、2009年市场产品价格走势

三、2010年市场产品价格走势

四、2011-2015年产品价格趋势

第四章 中国电梯行业的国际比较分析

第一节 中国电梯市场发展情况分析

一、2009年中国电梯市场发展分析

二、2009年中国电梯市场统计分析

三、2010年中国电梯市场发展分析

四、2010年中国电梯细分市场分析

第二节 中国电梯行业的国际比较分析

一、中国电梯行业竞争力指标分析

二、国际电梯行业竞争力指标分析

三、中国电梯行业经济指标国际比较分析

第三节 全球电梯行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第五章 中国电梯行业经济运行指标分析

第一节 2010年中国电梯行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2010年中国电梯行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2010年中国电梯行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第二部分 市场供需分析

第六章 中国电梯行业生产现状分析

第一节 电梯行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

四、2008-2010年产品及原材料产能情况分析

第二节 电梯行业产能分析

一、2009-2010年电梯产能分析

二、2009-2010年重点企业产能及占有份额

二、2011-2015年电梯产能预测

第三节 电梯行业产量分析

一、2009-2010年电梯产量分析

二、2010年产能配置与产能利用率调查

三、2011-2015年电梯产量预测

第四节 电梯行业市场供给分析

一、2010年电梯生产规模现状

二、2010年电梯产能规模分布

- 三、2010年电梯市场价格走势
- 四、2010年电梯重点厂商分布
- 五、2010年电梯产供状况分析

第七章 电梯行业采购状况分析

第一节 电梯成本分析

- 一、2009-2010年原材料成本走势分析
- 二、2009-2010年劳动力供需及价格分析
- 三、2009-2010年其他方面成本走势分析

第二节 上游原材料价格与供给分析

- 一、主要原材料情况
- 二、2008-2010年主要原材料价格与供给分析
- 三、2011-2015年主要原材料市场变化趋势预测

第三节 电梯产业链的分析

- 一、行业集中度
- 二、主要环节的增值空间
- 三、行业进入壁垒和驱动因素
- 四、上下游行业影响及趋势分析

第八章 中国电梯市场供需分析

第一节 2010年电梯市场需求分析

- 一、电梯行业需求市场
- 二、电梯行业客户结构
- 三、电梯行业需求的地区差异

第二节 2010年电梯市场供给分析

- 一、2010年电梯市场供给分析
- 二、2011-2015年电梯市场供给预测

第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势

- 一、2011-2015年电梯行业的需求预测
- 二、2009-2010年电梯供求平衡分析
- 三、2011-2015年电梯供求平衡预测

第九章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第五节 电梯行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第六节 电梯重点地区销售分析

一、电梯各地区对比销售分析

二、电梯“重点地区一”销售分析

三、电梯“重点地区二”销售分析

四、电梯“重点地区三”销售分析

五、电梯“重点地区四”销售分析

六、电梯“重点地区五”销售分析

七、电梯“重点地区六”销售分析

第三部分 行业竞争分析

第十章 电梯市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 电梯竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第五节 电梯行业竞争格局分析

一、2010年电梯行业竞争分析

二、2010年国内外电梯竞争分析

三、2010年中国电梯市场竞争分析

四、2010年中国电梯市场集中度分析

五、2010年中国电梯竞争对手市场份额

六、2010年中国电梯主要品牌企业梯队分布

第十一章 电梯行业产业结构分析

第一节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业价值链的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业价值链的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国电梯行业参与国际竞争的战略市场定位

第十二章 前十大领先企业发展分析

第一节 上海三菱电梯有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第二节 日立电梯（中国）有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第三节 奥地斯电梯有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四节 通力电梯有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第五节 东芝电梯（中国）有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第六节 蒂森克虏伯集团

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第七节 迅达集团

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第八节 华升富士达电梯有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第九节 企业九

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四部分 投资潜力预测

第十三章 2011-2015年电梯行业发展趋势及影响因素

第一节 电梯市场前景分析

一、电梯市场容量分析

二、电梯行业利好利空政策

三、电梯行业发展前景分析

第二节 电梯未来发展预测分析

一、中国电梯发展方向分析

二、2011-2015年中国电梯行业发展规模

三、2011-2015年中国电梯行业发展趋势预测

第三节 2011-2015年电梯行业供需预测

一、2011-2015年电梯行业供给预测

二、2011-2015年电梯行业需求预测

三、2011-2015年电梯行业进出口预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

六、中国电梯行业SWOT分析

第十四章 2011-2015年电梯行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 电梯行业投资潜力与机会

第五节 新进入者应注意的障碍因素

第六节 2011-2015年中国电梯行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第五部分 市场策略研究

第十五章 行业发展环境与渠道分析

第一节 全国经济发展背景分析

一、2010年宏观经济数据分析

二、2010年宏观政策环境分析

三、“十二五”发展规划分析

第二节 主要城市发展背景分析

一、主要城市区域市场特点分析

二、主要城市社会经济现状分析

三、未来主要城市经济发展预测

第三节 竞争对手渠道模式

一、电梯市场渠道情况

二、电梯竞争对手渠道模式

三、电梯直营代理分布情况

第四节 主要商圈发展趋势分析

一、各城市主要商圈渠道分布情况

二、各城市主要商圈销售规模分析

三、各城市主要商圈发展趋势分析

第十六章 2011-2015年电梯行业市场策略分析

第一节 消费者调查研究

- 一、消费者生活方式调查
- 二、未来社会人口生活水平
- 三、电梯消费者调查
- 四、发达国家同期消费者感知

第二节 营销分析与营销模式推荐

- 一、渠道构成
- 二、销售贡献比率
- 三、覆盖率
- 四、销售渠道效果
- 五、价值流程结构

第三节 多元化策略分析

- 一、行业多元化策略研究
- 二、现有竞争企业多元化业务模式
- 三、上下游行业策略分析

第四节 广告投放策略分析

- 一、行业广告投放现状分析
- 二、2009-2010年广告投放方式变化分析
- 三、2009-2010年广告投放总量变化分析
- 四、2011-2015年广告投放策略分析

第五节 品牌策略分析

- 一、各品牌定位及策略分析
- 二、各品牌知名度及策略分析
- 三、各品牌美誉度及策略分析
- 四、各品牌忠诚度及策略分析

图表目录

图表：电梯产业链分析

图表：电梯行业生命周期

图表：2009-2010年中国电梯行业市场规模

图表：2009-2010年全球电梯产业市场规模

图表：2009-2010年电梯重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国电梯行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国电梯行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国电梯行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国电梯竞争力分析

图表：2011-2015年中国电梯市场前景预测

图表：2011-2015年中国电梯市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国电梯发展前景预测

图表：2009-2010年国内生产总值及其增长速度

图表：2009-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2009-2010年国家外汇储备

图表：2009-2010年税收收入及其增长速度

图表：2009-2010年粮食产量及其增长速度

图表：2009-2010年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2009-2010年建筑业增加值及其增长速度

图表：2009-2010年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2009-2010年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2009-2010年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2009-2010年电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2009-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2009-2010年各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2009-2010年农村居民村收入及其增长速度

图表：2009-2010年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2010年1-11月工业生产主要指标

图表：2009-2010年9月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年9月工业品出厂价格指数

图表：2010年1-11月电梯产量全国统计

图表：2010年1-11月电梯产量北京市统计

图表：2010年1-11月电梯产量天津市统计

图表：2010年1-11月电梯产量河北省统计

图表：2010年1-11月电梯产量内蒙古统计

图表：2010年1-11月电梯产量辽宁省统计

图表：2010年1-11月电梯产量吉林省统计

图表：2010年1-11月电梯产量黑龙江统计

图表：2010年1-11月电梯产量上海市统计

图表：2010年1-11月电梯产量江苏省统计

图表：2010年1-11月电梯产量浙江省统计

图表：2010年1-11月电梯产量安徽省统计

图表：2010年1-11月电梯产量福建省统计

图表：2010年1-11月电梯产量江西省统计

图表：2010年1-11月电梯产量山东省统计

图表：2010年1-11月电梯产量河南省统计

图表：2010年1-11月电梯产量湖北省统计

图表：2010年1-11月电梯产量湖南省统计

图表：2010年1-11月电梯产量广东省统计

图表：2010年1-11月电梯产量广西区统计

图表：2010年1-11月电梯产量海南省统计

图表：2010年1-11月电梯产量四川省统计

图表：2010年1-11月电梯产量云南省统计

图表：2010年1-11月电梯产量陕西省统计

图表：2010年1-11月电梯产量甘肃省统计

图表：2010年1-11月电梯产量青海省统计

图表：2010年1-11月电梯产量宁夏区统计

图表：2010年1-11月电梯产量新疆区统计

图表：2010年1-11月我国电梯产品进口数据

图表：2010年1-11月我国电梯产品出口数据

图表：2010年1月我国电梯产品进口数据

图表：2010年1月我国电梯产品出口数据

图表：2010年2月我国电梯产品进口数据

图表：2010年2月我国电梯产品出口数据

图表：2010年3月我国电梯产品进口数据

图表：2010年3月我国电梯产品出口数据

图表：2010年1季度我国电梯产品进口数据

图表：2010年1季度我国电梯产品出口数据

图表：2010年4月我国电梯产品进口数据

图表：2010年4月我国电梯产品出口数据

图表：2010年5月我国电梯产品进口数据

图表：2010年5月我国电梯产品出口数据

图表：2010年6月我国电梯产品进口数据

图表：2010年6月我国电梯产品出口数据

图表：2010年2季度我国电梯产品进口数据

图表：2010年2季度我国电梯产品出口数据

图表：2010年7月我国电梯产品进口数据

图表：2010年7月我国电梯产品出口数据

图表：2010年8月我国电梯产品进口数据

图表：2010年8月我国电梯产品出口数据

图表：2010年9月我国电梯产品进口数据

图表：2010年9月我国电梯产品出口数据

图表：2010年3季度我国电梯产品进口数据

图表：2010年3季度我国电梯产品出口数据

图表：2010年10月我国电梯产品进口数据

图表：2010年10月我国电梯产品出口数据

图表：2010年11月我国电梯产品进口数据

图表：2010年11月我国电梯产品出口数据

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、国内外相关报刊杂志的基础信息、电梯行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国电梯市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了电梯前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对电梯市场风险进行了预测，为电梯生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在电梯行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国电梯行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitafangchan1012/L216189NP2.html>