

# 2015-2020年中国电梯市场 深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2015-2020年中国电梯市场深度调研与投资前景研究报告》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/dianqi1411/5012851L7H.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】 2014-11-28

【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《2015-2020年中国电梯市场深度调研与投资前景研究报告》共九章。首先介绍了中国电梯行业市场发展环境、中国电梯整体运行态势等，接着分析了中国电梯行业市场运行的现状，然后介绍了中国电梯市场竞争格局。随后，报告对中国电梯做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电梯行业发展趋势与投资预测。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。 电梯行业是指各种电梯、自动扶梯及自动人行道、升降机及其专门配套件的制造。根据国家统计局制定的《国民经济行业分类与代码》，中国把电梯行业归入通用设备制造业（国统局代码C34）中的物料搬运设备制造（国统局代码C343），其统计4级码为C3435。

## 电梯行业分类

按照分类，电梯包括垂直电梯、倾斜方向的自动扶梯和倾斜或水平方向的自动人行道。垂直电梯和自动扶梯的分类如下表所示。

| 垂直电梯产品的分类                                         | 分类依据 | 产品分类                                  | 用途     | 乘客电梯                                                            |
|---------------------------------------------------|------|---------------------------------------|--------|-----------------------------------------------------------------|
| 、载货电梯、客货电梯、病床电梯、住宅电梯、杂物电梯、观光电梯、船用电梯、汽车电梯、建筑施工电梯等。 | 驱动方式 | 曳引驱动电梯、液压电梯、直线电机驱动电梯、齿轮齿条驱动电梯、螺杆式电梯等。 | 操纵控制方式 | 手柄开关操纵、按钮控制、信号控制、集选控制、并联控制、群控等。                                 |
|                                                   |      |                                       | 机房位置   | 上机房、下机房、侧机房和无机房（曳引系统和控制柜置于井道中）等。                                |
|                                                   |      |                                       |        | 运行速度                                                            |
|                                                   |      |                                       |        | 低速梯（低于1.00米/秒速度的电梯）；中速梯（速度在1.00-2.5米/秒的电梯）；高速梯（速度大于3.00米/秒的电梯）。 |
|                                                   |      |                                       |        | 资料来源：博思数据整理                                                     |

| 自动扶梯产品的分类 | 分类依据   | 产品分类                                         | 用途 | 公共交         |
|-----------|--------|----------------------------------------------|----|-------------|
| 通型、商用型    | 提升高度   | 普通型扶梯（ $H \leq 6m$ ）、中等高度扶梯（ $6m \sim 10m$ ） |    |             |
|           | 驱动装置位置 | 端部驱动式（或称链条式）和中间驱动式（或称齿条式）                    |    |             |
|           | 驱动控制方式 | 常速型和变频调速型                                    |    |             |
|           |        |                                              |    | 资料来源：博思数据整理 |

根据数据统计，2013年国内电梯产量为63.3万台，是2004年产量的5.75倍，2004-2013年年复合增长率达21.46%。

## 2004-2013年中国电梯行业产量统计分析

资料来源：博思数据整理

电梯行业是中国最早引进外资的行业之一。自1980年起，天津电梯厂、上海长城电梯厂、

苏州电梯厂等国内最早生产电梯的八大国企与美国的奥的斯、日本三菱 等外资品牌合资。目前，以奥的斯、三菱、日立为代表的外资品牌主导了中国国内电梯行业竞争格局。而自上世纪90年代起，大量民营企业开始介入电梯行业，打破了外资品牌的垄断地位，涌现出如康力电梯股份有限公司、苏州市申龙电梯有限公司、江南嘉捷电梯股份有限公司等自主品牌企业。目前市场份额中，外资品牌占 据国内电梯市场75%左右的份额，国内自主品牌约占25%的市场份额。未来随着中国城市化进程的加快，以及中国出台的对电梯的强制报废措施，中国电梯消费 量将进一步增加。

## 第1章：中国电梯行业发展环境分析

### 1.1 电梯行业在国民经济中的地位

#### 1.1.1 电梯行业的定义

#### 1.1.2 电梯行业产业链简介

#### 1.1.3 电梯行业在国民经济中的地位

### 1.2 中国电梯行业政策环境分析

#### 1.2.1 中国电梯行业管理体制

#### 1.2.2 中国电梯行业标准制订现状

#### 1.2.3 中国电梯行业主要政策法规

#### 1.2.4 政策法规对行业的影响

### 1.3 中国电梯行业经济环境分析

#### 1.3.1 电梯行业经济环境

##### (1) 国外宏观经济走势分析

##### (2) 国内宏观经济走势分析

#### 1.3.2 电梯行业社会环境

#### 1.3.3 电梯行业产业环境

##### (1) 中国房地产市场发展情况

##### (2) 中国房地产市场发展趋势

##### (3) 中国房地产市场基本判断

### 1.4 中国电梯行业技术环境分析

#### 1.4.1 中国电梯行业技术标准简介

#### 1.4.2 中国电梯行业技术水平分析

#### 1.4.3 中国电梯行业技术发展趋势

### 1.5 中国电梯运行安全状况分析

#### 1.5.1 中国电梯运行安全现状

### 1.5.2 电梯安全运行管理现状

### 1.5.3 电梯运行安全对电梯企业的影响

## 第2章：中国电梯行业发展现状分析

### 2.1 电梯行业发展概况

#### 2.1.1 电梯行业市场规模分析

##### (1) 电梯生产量规模分析

##### (2) 电梯保有量规模分析

#### 2.1.2 电梯行业发展主要特点

### 2.2 电梯行业经营效益分析

#### 2.2.1 行业经济效益影响因素

#### 2.2.2 行业主要经营状况分析

### 2.3 电梯行业供需状况分析

#### 2.3.1 中国电梯行业供给情况分析

##### (1) 全国电梯行业总产值分析

##### (2) 全国电梯行业产成品分析

#### 2.3.2 中国电梯行业需求情况分析

##### (1) 全国电梯行业销售产值分析

##### (2) 全国电梯行业销售收入分析

#### 2.3.3 中国电梯行业产销率分析

##### (1) 全国电梯造行业总体产销率情况

##### (2) 全国电梯制造行业区域产销率情况

### 2.4 中国电梯行业进出口市场分析

#### 2.4.1 电梯行业出口市场分析

##### (1) 电梯行业出口整体情况

##### (2) 载客电梯出口情况分析

##### (3) 自动扶梯出口情况分析

#### 2.4.2 电梯行业进口市场分析

##### (1) 电梯行业进口整体情况

##### (2) 载客电梯进口情况分析

##### (3) 自动扶梯进口情况分析

#### 2.4.3 电梯行业进出口前景及建议

### 第3章：中国电梯行业市场竞争分析

#### 3.1 国际电梯市场竞争分析

##### 3.1.1 国际电梯市场发展概况

- (1) 全球电梯新增数量分析
- (2) 全球在用电梯数量分析

##### 3.1.2 德国电梯市场发展分析

##### 3.1.3 美国电梯市场发展分析

##### 3.1.4 日本电梯市场发展分析

##### 3.1.5 国际电梯行业竞争格局分析

##### 3.1.6 国际电梯市场发展趋势分析

#### 3.2 国际电梯品牌在华竞争分析

##### 3.2.1 瑞士迅达集团（Shindler）

- (1) 企业简况
- (2) 企业竞争力分析

##### 3.2.2 德国蒂森克虏伯（THYSSEN）

- (1) 企业简况
- (2) 企业竞争力分析

##### 3.2.3 美国奥的斯（OTIS）

- (1) 企业简况
- (2) 企业竞争力分析

##### 3.2.4 芬兰通力（KONE）

- (1) 企业简况
- (2) 企业竞争力分析

##### 3.2.5 日本三菱（MITSUBISHI）

- (1) 企业简况
- (2) 企业竞争力分析

##### 3.2.6 日本日立（HITACHI）

- (1) 企业简况
- (2) 企业竞争力分析

##### 3.2.7 日本东芝（TOSHIBA）

- (1) 企业简况

- (2) 企业竞争力分析
- 3.2.8 日本富士达（FUJITEC）
  - (1) 企业简况
  - (2) 企业竞争力分析
- 3.3 中国电梯行业竞争强度分析
  - 3.3.1 现有电梯企业间的竞争分析
  - 3.3.2 上游供应商的议价能力分析
  - 3.3.3 下游购买者的议价能力分析
  - 3.3.4 电梯业新进入者的威胁分析
  - 3.3.5 电梯行业替代品的威胁分析
- 3.4 中国电梯行业竞争格局分析
  - 3.4.1 电梯行业竞争区域分布（竞争企业所属地区）
  - 3.4.2 电梯行业竞争企业性质分布
  - 3.4.3 电梯行业竞争企业区域市场的分布（市场区域分布）
- 3.5 中国电梯行业品牌竞争分析
  - 3.5.1 电梯企业品牌重要性分析
  - 3.5.2 电梯行业品牌竞争格局分析
  - 3.5.3 内外资电梯品牌对比分析
    - (1) 品牌成熟度差异分析
    - (2) 品牌产品技术差异分析
    - (3) 外资品牌运作模式分析
    - (4) 内资品牌认可度不断提高
  - 3.5.4 内资电梯企业品牌提升方向

## 第4章：中国电梯行业产品市场分析

- 4.1 电梯行业产品特征
- 4.2 按结构分产品市场分析
  - 4.2.1 垂直电梯市场分析
    - (1) 垂直电梯市场规模分析
    - (2) 垂直电梯应用领域分析
    - (3) 垂直电梯需求规模预测
  - 4.2.2 自动扶梯市场分析

- (1) 自动扶梯市场规模分析
- (2) 自动扶梯应用领域分析
- (3) 自动扶梯需求规模预测
- 4.3 按速度分产品市场分析
  - 4.3.1 中低速电梯市场分析
    - (1) 中低速电梯市场概况
    - (2) 中低速电梯发展趋势
    - (3) 中低速电梯需求前景
  - 4.3.2 高速电梯市场分析
    - (1) 高速电梯市场概况
    - (2) 高速电梯发展趋势
    - (3) 高速电梯需求前景
- 4.4 节能电梯市场分析
  - 4.4.1 节能电梯发展概况
    - (1) 节能电梯行业鉴定
    - (2) 节能电梯市场概况
  - 4.4.2 节能电梯发展环境分析
    - (1) 电梯耗电量分析
    - (2) 政策支持节能电梯
    - (3) 节能电梯评估标准
  - 4.4.3 电梯节能技术水平分析
    - (1) 电梯节能原理概述
    - (2) 电梯节能技术介绍
    - (3) 电梯节能技术应用
  - 4.4.4 节能电梯推广存在难度
  - 4.4.5 节能电梯发展前景分析
    - (1) 节能电梯发展机遇分析
    - (2) 节能电梯节能效果分析
    - (3) 节能电梯发展前景预测

## 第5章：中国电梯行业招投标市场分析

### 5.1 电梯行业招投标环境分析



- 5.1.1 行业销售模式分析
- 5.1.2 行业设备招投标特点
- 5.1.3 电梯招投标注意事项
- 5.2 电梯行业招标技术评价指标
  - 5.2.1 电梯品牌
  - 5.2.2 曳引机（驱动装置）
  - 5.2.3 控制柜（电气控制）
  - 5.2.4 门机系统
  - 5.2.5 电梯功能
  - 5.2.6 安装质量
  - 5.2.7 售后服务
  - 5.2.8 其他技术评价指标
- 5.3 政府电梯采购分析
  - 5.3.1 政府电梯采购现状
    - （1）政府采购市场概况
    - （2）政府采购项目分析
    - （3）项目竞标企业分析
  - 5.3.2 政府电梯采购特点
  - 5.3.3 国内企业投标壁垒
  - 5.3.4 政府电梯招标趋势
  - 5.3.5 政府电梯招标前景

## 第6章：中国电梯行业维修服务市场分析

- 6.1 电梯维修服务市场现状
  - 6.1.1 电梯保有量分析
  - 6.1.2 电梯维修市场规模分析
  - 6.1.3 电梯运营安全隐患分析
  - 6.1.4 电梯维修服务市场价值
    - （1）电梯行业价值链分析
    - （2）电梯行业专业化利润
    - （3）电梯维修利润乘数
    - （4）电梯维修售后利润

### 6.1.5 电梯维修服务市场特点

- (1) 物业预算硬约束
- (2) 维修效果与效应反比倾向
- (3) 四个关键维修要点

### 6.2 主要电梯维修服务市场分析

#### 6.2.1 美国电梯维修服务市场分析

- (1) 美国电梯维修服务周期
- (2) 美国电梯维修费用分摊

#### 6.2.2 香港电梯维修服务市场分析

- (1) 香港电梯维修服务周期
- (2) 香港电梯维修费用分摊

#### 6.2.3 先进模式电梯维修服务启示

- (1) 对电梯维修更新的启示
- (2) 对费用分摊及管理的启示

### 6.3 电梯维修服务市场竞争分析

#### 6.3.1 电梯维修服务区域竞争分析

- (1) 电梯维修服务市场类型
- (2) 电梯维修市场区域分布

#### 6.3.2 国内电梯维修服务商生存现状

- (1) 核心技术受品牌厂商控制
- (2) 品牌厂商收缩保养业务
- (3) 小维修服务商夹缝生存

### 6.4 中国电梯维修服务市场前景

#### 6.4.1 电梯维修市场发展趋势分析

#### 6.4.2 电梯维修市场发展前景预测

## 第7章：中国电梯行业下游应用市场需求分析

### 7.1 电梯行业需求影响因素分析

#### 7.1.1 房地产市场分析

#### 7.1.2 城市化进程分析

#### 7.1.3 轨道交通建设分析

#### 7.1.4 旧大楼加装或改装电梯

- 7.1.5 电梯出口预测稳步增长
- 7.1.6 维保服务市场重要性凸显
- 7.2 房地产领域电梯需求分析
  - 7.2.1 房地产与电梯行业相关性分析
  - 7.2.2 房地产行业对电梯的需求分析
    - (1) 住宅领域电梯需求分析
      - 1) 住宅市场投资额分析
      - 2) 住宅市场建设面积分析
      - 3) 住宅地产电梯需求分析
    - (2) 商业地产电梯需求分析
      - 1) 商业地产投资额分析
      - 2) 商业地产建设面积分析
      - 3) 商业地产电梯需求分析
- 7.3 交通基础设施领域电梯需求分析
  - 7.3.1 轨道交通行业发展分析
  - 7.3.2 轨道交通行业发展趋势
  - 7.3.3 轨道交通市场电梯需求
- 7.4 电梯更新改造市场需求分析
  - 7.4.1 电梯更新市场需求分析
  - 7.4.2 电梯改造市场需求分析
- 7.5 电梯行业发展趋势与前景预测
  - 7.5.1 行业发展趋势分析
  - 7.5.2 行业发展前景预测

## 第8章：电梯行业领先企业经营状况分析

- 8.1 国内电梯企业整体发展排名情况
  - 8.1.1 电梯企业市场份额排名
  - 8.1.2 电梯企业资产总额排名
  - 8.1.3 电梯企业工业产值排名
  - 8.1.4 电梯企业销售收入排名
- 8.2 欧美合资电梯品牌企业个案分析
  - 8.2.1 奥的斯电梯公司（OTIS）经营情况分析

- (1) 企业简况
- (2) 企业竞争力分析
- 8.2.2 德国蒂森克虏伯电梯集团（THYSSEN）经营情况分析
  - (1) 企业简况
  - (2) 企业竞争力分析
- 8.2.3 芬兰通力电梯有限公司（KONE）经营情况分析
  - (1) 企业简况
  - (2) 企业竞争力分析
- 8.2.4 迅达电梯公司（Schindler）经营情况分析
  - (1) 企业简况
  - (2) 企业竞争力分析
- 8.2.5 加拿大希姆斯公司（Symax）经营情况分析
  - (1) 企业简况
  - (2) 企业竞争力分析
- 8.2.6 德国IFE电梯有限公司经营情况分析
  - (1) 企业简况
  - (2) 企业竞争力分析
- 8.2.7 德国沃克斯电梯有限公司经营情况分析
  - (1) 企业简况
  - (2) 企业竞争力分析
- 8.3 日韩合资电梯品牌企业个案分析
  - 8.3.1 MITSUBIHI三菱电梯经营情况分析
    - (1) 企业简况
    - (2) 企业竞争力分析
  - 8.3.2 HITACHI日立电梯经营情况分析
    - (1) 企业简况
    - (2) 企业竞争力分析
  - 8.3.3 TOSHIBA东芝电梯经营情况分析
    - (1) 企业简况
    - (2) 企业竞争力分析
  - 8.3.4 FUJITEC富士达电梯经营情况分析
    - (1) 企业简况

- (2) 企业竞争力分析

### 8.3.5 三洋电梯经营情况分析

- (1) 企业简况

- (2) 企业竞争力分析

### 8.3.6 韩国现代电梯经营情况分析

- (1) 企业简况

- (2) 企业竞争力分析

### 8.3.7 SIGMA韩国星玛电梯经营情况分析

- (1) 企业简况

- (2) 企业竞争力分析

## 8.4 中国内资品牌电梯企业个案分析

### 8.4.1 苏州江南嘉捷电梯股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介

- (2) 公司经营情况分析

- (3) 公司竞争优势分析

- (4) 公司主要经营业务分析

- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

### 8.4.2 康力电梯股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介

- (2) 公司经营情况分析

- (3) 公司竞争优势分析

- (4) 公司主要经营业务分析

- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

### 8.4.3 沈阳博林特电梯集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介

- (2) 公司经营情况分析

- (3) 公司竞争优势分析

- (4) 公司主要经营业务分析

- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

### 8.4.4 广州广日电梯工业有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介

- (2) 公司经营情况分析

- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.4.5 西继迅达（许昌）电梯有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.4.6 申龙电梯股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.4.7 北京京城中奥电梯有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.4.8 山东百斯特电梯有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.4.9 常州电梯厂有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.4.10 上海永大电梯设备有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.4.11 东南电梯股份有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.4.12 苏州科达液压电梯有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.4.13 宁波宏大电梯有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.4.14 杭州奥立达电梯有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.4.15 广东菱王电梯有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

## 第9章：博思数据关于中国电梯行业投资机会与投资建议

### 9.1 中国电梯行业投资特性分析

#### 9.1.1 电梯行业进入壁垒分析

- (1) 技术壁垒
- (2) 资金壁垒
- (3) 品牌壁垒
- (4) 资质壁垒

#### 9.1.2 电梯行业盈利模式分析

### 9.2 中国电梯行业投资机会分析

#### 9.2.1 电梯行业投资价值分析

- (1) 行业盈利趋势分析
- (2) 行业发展趋势分析
- (3) 行业抗风险趋势分析

#### 9.2.2 电梯行业重点投资产品分析

### 9.3 中国电梯行业投资风险预警

#### 9.3.1 电梯行业投资政策风险

#### 9.3.2 电梯行业投资技术风险

#### 9.3.3 电梯行业投资竞争风险

### 9.4 中国电梯行业投资建议分析

## 图表目录

图表1：我国电梯品种基本分类情况

图表2：电梯行业产业链示意图

图表3：2007-2013年中国电梯行业总产值及占GDP的比重（单位：亿元，%）

图表4：电梯产品的标准目录

图表5：我国电梯制造行业涉及到的法律法规



图表6：2012-2014年新兴市场股票指数与债券息差走势

图表7：2009-2013年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表8：1949-2013年中国城镇化率变化情况（单位：%）

图表9：2009-2013年中国商品房销售面积变化情况（单位：万平方米，%）

图表10：2013年东中西部地区房地产销售情况（单位：万平方米，亿元，%）

图表11：中国房地产市场未来发展趋势

图表12：中国房地产市场分化情况

图表13：中国房地产市场风险积聚效应

图表14：中国电梯行业主要标准分类及数量（单位：项，%）

图表15：中国电梯行业主流技术水平分析

图表16：电梯制造行业各技术专利申请情况（单位：项）

图表17：全国电梯运行事故数据（单位：起）

图表18：地方主要电梯政策法规汇总

图表19：2009-2013年中国电梯生产量变化情况（单位：万台，%）

图表20：2009-2013年中国电梯保有量变化情况（单位：万台，%）

图表21：2009-2013年中国电梯制造行业经营规模情况（单位：家，人，亿元）

图表22：2009-2013年中国电梯制造行业经营效益情况（单位：亿元，%）

图表23：2009-2013年全国电梯行业工业产值变化情况（单位：亿元，%）

图表24：2013年中国电梯制造行业产值省市分布情况（单位：亿元，%）

图表25：2009-2013年全国电梯行业产成品变化情况（单位：亿元，%）

图表26：2013年中国电梯制造行业产成品省市分布情况（单位：亿元，%）

图表27：2009-2013年全国电梯行业销售产值变化情况（单位：亿元，%）

图表28：2013年中国电梯制造行业销售产值省市分布情况（单位：亿元，%）

图表29：2009-2013年全国电梯行业销售收入变化情况（单位：亿元，%）

图表30：2013年中国电梯制造行业销售收入省市分布情况（单位：亿元，%）

图表31：2009-2013年全国电梯制造行业产销率变化情况（单位：%）

图表32：2013年全国电梯制造行业各省市产销率情况（单位：%）

图表33：2010-2013年中国电梯行业进出口状况表（单位：万美元）

图表34：2010-2013年电梯行业产品出口金额情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表35：2010-2013年载客电梯出口情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表36：2013年载客电梯出口排名前20的国家和地区（单位：台，万美元，万美元/台）

图表37：2010-2013年自动扶梯出口情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表38：2013年自动扶梯出口排名前20的国家和地区（单位：台，万美元，万美元/台）

图表39：2010-2013年电梯行业产品进口金额情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表40：2010-2013年载客电梯进口情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表41：2013年载客电梯进口排名国家和地区（单位：台，万美元，万美元/台）

图表42：2010-2013年自动扶梯进口情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表43：2013年自动扶梯进口排名国家和地区（单位：台，万美元，万美元/台）

图表44：我国电梯出口主要影响因素分析

图表45：我国电梯进口主要影响因素分析

图表46：2008-2013年全球电梯行业新安装量情况（单位：万台，%）

图表47：2008-2013年全球电梯保有量情况（单位：万台，%）

图表48：德国电梯行业发展历史上的主要事件

图表49：2009-2013年德国电梯保有量变化趋势（单位：万台）

图表50：德国电梯行业的发展趋势

图表51：日本电梯行业发展历程

图表52：2009-2013年日本电梯保有量分析（单位：万台，%）

图表53：日本电梯保有量结构分析（单位：台，%）

图表54：全球主要电梯制造商市场份额（单位：%）

图表55：全球电梯行业市场发展趋势

图表56：迅达电梯公司（Shindler）在华发展历程

图表57：迅达电梯公司（Shindler）在华主要企业

图表58：德国蒂森克虏伯电梯集团（THYSSEN）在华发展历程

图表59：上海三菱电梯有限公司股本构成

图表60：三菱电机混合电力电梯示意图

图表61：三菱电机集团的经营方针

图表62：2007-2013年我国电梯行业毛利率及销售利润率（单位：%）

图表63：2013年我国电梯行业企业区域分布情况（单位：亿元，%） 图表&hellip;&hellip;

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianqi1411/5012851L7H.html>