

## 2011-2012年中国电梯行业研究报告

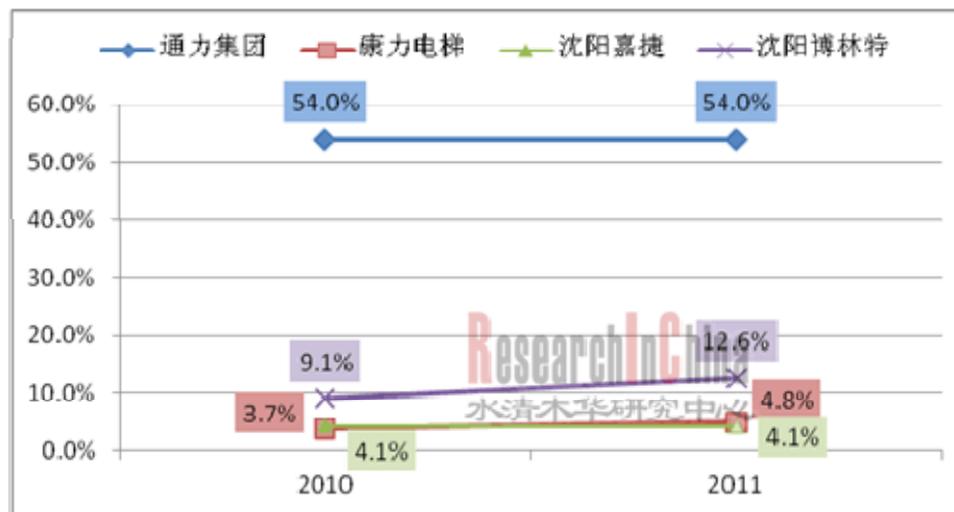
中国电梯行业仍处于快速发展时期。2011年，下游保障房建设的需求抵消了房地产低迷的不利影响，中国电梯产量继续领跑全球。2011年中国电梯产量达到45万台，同比增长23%。

目前中国在用电梯的人均保有量为14.8台/万人，约为世界平均水平23.88台/万人的60%，中国电梯市场远未饱和。

随着电梯保有量的持续扩大，维保、改造等服务型市场也将快速增长。安装、维保收入在未来将会成为中国电梯制造企业的重要收入来源。目前中国电梯制造企业的安装与维保收入比例普遍不高，内资企业基本保持在3-13%之间，而发达国家的维保收入比例基本在50%以上。主要内资企业中，沈阳博林特的维保收入比例最高，2011年公司维保收入占整个营业收入的12.6%。



图：2010-2011年中国及全球各公司电梯维保收入占比



整理：水清木华研究中心《2011-2012年中国电梯行业研究报告》

面对日益激烈的市场竞争，通过上市融资加强竞争力，缩小与外资的差距，尽可能的扩大市场份额，已成为中国电梯企业发展的必然选择。

2010-2012年，中国电梯企业迎来上市潮。继2010年3月12日康力电梯成功上市后，2012年1月16日，江南嘉捷电梯成功登陆上海主板。正在排队上市的还有沈阳博林特电梯、东南电梯，而其他一些民营电梯企业也有上市计划。

在中国本土电梯企业掀起上市潮的同时，国外主要电梯生产商加速在中国市场的扩张步伐。

2011年12月1日，通力集团宣布出资9.5亿元增持巨人通力电梯有限公司40%股权，增资后通力集团成为巨人通力最大股东，持股达80%。

2011年4月，迅达集团收购许昌西继电梯46%的股权，许昌西继正式成为迅达集团旗下合资公司。此次股权收购加大了迅达集团在中国二三线电梯市场的份额。



# 报告目录

## 第一章 电梯行业概述

### 1.1 电梯概述

### 1.2 行业属性及盈利能力

### 1.3 法律法规及政策

## 第二章 中国电梯行业竞争格局

### 2.1 外资品牌在华发展

### 2.2 市场竞争

#### 2.2.1 内外资品牌竞争

#### 2.2.2 外资品牌竞争

#### 2.2.3 内资品牌竞争

### 2.3 产品竞争

## 第三章 中国电梯行业供应状况

### 3.1 供应结构

### 3.2 新梯产量

### 3.3 安装维保市场

## 第四章 中国电梯行业需求状况

### 4.1 需求结构

#### 4.1.1 下游需求结构

#### 4.1.2 区域需求结构

### 4.2 销量分析

### 4.3 影响因素分析

#### 4.3.1 房地产行业

#### 4.3.2 城市基础设施建设

#### 4.3.3 旧梯更新改造

#### 4.3.4 轨道交通建设

#### 4.3.5 政府采购

## 第五章 中国电梯行业进出口状况

### 5.1 进出口量

### 5.2 进出口价格

## 第六章 全球重点企业分析

### 6.1 Otis

#### 6.1.1 公司简介

#### 6.1.2 经营状况



6.1.3 在华发展

6.1.4 在华订单

6.1.5 西子奥的斯

6.2 Hitachi

6.2.1 公司简介

6.2.2 在华电梯业务

6.2.3 在华电梯订单

6.3 KONE

6.3.1 公司简介

6.3.2 经营状况

6.3.3 营收构成

6.3.4 在华发展

6.3.5 在华订单

6.3.6 巨人通力

6.4 Schindler

6.4.1 公司简介

6.4.2 经营状况

6.4.3 收购与合作

6.4.4 “绿色” 电梯

6.4.5 迅达中国

6.4.6 在华订单

6.4.7 西继迅达

6.5 Thyssen Krupp

6.5.1 公司简介

6.5.2 经营状况

6.5.3 电梯业务

6.5.4 在华发展

6.5.5 在华电梯订单

6.6 Toshiba

6.6.1 公司简介

6.6.2 经营状况

6.6.3 在华电梯业务

6.6.4 在华电梯订单

6.7 Fujitec

6.7.1 公司简介

6.7.2 经营状况

6.7.3 在华发展

6.7.4 在华订单

第七章 中国重点企业分析



7.1 上海三菱电梯

7.1.1 公司简介

7.1.2 电梯产销量

7.1.3 经营状况

7.1.4 电梯订单

7.2 广日股份

7.2.1 公司介绍

7.2.2 经营状况

7.2.3 营收构成

7.2.4 参股/控股子公司

7.2.5 产业链布局

7.3 康力电梯

7.3.1 公司简介

7.3.2 经营状况

7.3.3 营收构成

7.3.4 毛利率分析

7.3.5 研发及投资

7.3.6 电梯订单

7.4 江南嘉捷

7.4.1 公司简介

7.4.2 产品产销量

7.4.3 经营状况

7.4.4 营收构成

7.4.5 毛利率分析

7.4.6 研发及投资

7.4.7 供应商与客户分析

7.4.8 电梯订单

7.4.9 出口分析

7.5 沈阳博林特

7.5.1 公司简介

7.5.2 产品产销量

7.5.3 经营状况

7.5.4 营收构成

7.5.5 毛利率分析

7.5.6 研发及投资

7.5.7 供应商与客户分析

7.5.8 电梯订单

7.5.9 出口分析

7.6 东南电梯

7.7 苏州申龙



## 7.8杭州新马电梯

### 第八章 中国电梯行业发展趋势

#### 8.1 市场发展趋势

##### 8.1.1 电梯销量增速放缓

##### 8.1.2 政府采购市场持续升温

##### 8.1.3 行业整合将加速

##### 8.1.4 保障房市场竞争加剧

##### 8.1.5 维保市场前景广阔

#### 8.2 产品发展趋势

##### 8.2.1 绿色节能电梯需求旺盛

##### 8.2.2 超高速电梯继续成为研究方向

#### 8.3 技术发展趋势

##### 8.3.1 智能群控技术引领行业发展

##### 8.3.2 物联网监管电梯逐步推广



## 图表目录

- 表：电梯产品分类
- 图：2008-2011年上半年中国本土电梯企业电梯产品毛利率
- 表：2000-2011年中国电梯行业相关法律法规
- 表：2006-2011年中国电梯行业相关政策
- 表：八大外资品牌电梯在中国布局情况
- 图：2011年中国电梯市场内外资品牌市场份额
- 图：2011年中国电梯市场竞争格局
- 图：2011年中国外资品牌市场份额构成
- 图：2011年中国内资品牌市场份额构成
- 图：电梯产品结构
- 图：2005—2012年中国中低速电梯产品市场份额及预测
- 图：1983-2011年中国电梯产量及同比增长
- 表：2011-2012年中国电梯新增产能项目
- 图：全球电梯市场收入构成
- 图：2010-2011年中国及全球各公司电梯维保收入占比
- 图：2000-2011年中国电梯保有量



- 图：电梯下游需求结构
- 表：电梯市场区域特征对比
- 图：2011年中国电梯市场分区域消费构成
- 图：2004-2011年中国电梯销量
- 表：全球主要国家和地区人均电梯保有量对比
- 图：1997-2011年中国房地产投资额及同比增长
- 图：1999—2011年中国房屋新开工面积与电梯行业同比增速
- 图：2008—2012年中国保障房建设计划
- 图：2011年保障房类型建设规划
- 图：全球主要国家（区域）城镇化率对比
- 图：1990-2011年中国城镇化率及同比增速
- 图：2010-2024年中国电梯更新改造需求量
- 图：中国各城市轨道交通规划
- 表：2010-2011年中国政府采购电梯项目数量及中标金额
- 图：2011年1-12月中国政府电梯采购中标金额
- 图：2011年中国电梯政府采购额（分区域）构成
- 表：2011年中国政府采购电梯中标项目
- 图：1999—2012年中国电梯及扶梯进出口量



- 图：2007—2012年中国电梯及扶梯进出口额
- 图：2004—2010年中国电梯及扶梯进出口平均价格
- 图：奥的斯电梯产品发展历程
- 图：奥的斯全球业务分布
- 图：2011年奥的斯主要营业指标
- 图：2011年奥的斯营业收入构成
- 表：奥的斯中国扩张过程
- 表：2009-2012年奥的斯在华主要电梯订单
- 图：西子奥的斯营销网络
- 表：2011-2012年西子奥的斯主要订单
- 表：2008-2009年西子奥的斯主要营业指标
- 图：2012财年日立集团营业收入
- 图：2012财年日立集团员工人数
- 表：日立中国主要电梯制造基地
- 表：2011年日立在华主要电梯订单
- 图：2011-2012年通力集团主要营业指标
- 图：2005-2012年通力集团已接订单额
- 图：2005-2012年通力集团销售收入



- 图：2005-2011年通力集团收入（分地区）构成
- 图：2012年一季度通力集团销售收入构成
- 表：通力集团中国发展历程
- 图：2009—2011年通力中国重要订单情况
- 表：2011年巨人通力主要营业指标
- 图：2007-2011年迅达集团主要营业指标
- 图：2012年一季度迅达集团主要营业指标
- 图：2011年迅达集团员工人数构成（分部门）
- 图：2011年迅达集团市场开票额（分区域）
- 表：2011年迅达集团公司收购及合作项目
- 图：2011年迅达集团亚洲和中东地区营业指标
- 图：2011年迅达集团在华订单
- 表：2010-2011年西继迅达主要营业指标
- 图：2011-2012年蒂森主要营业指标
- 图：2011-2012年蒂森营业指标（分业务）构成
- 图：2011-2012年蒂森电梯业务主要营业指标
- 图：蒂森在华业务分布
- 表：蒂森电梯中国发展历程



- 表：2011-2012年蒂森在华主要电梯订单
- 图：2010-2011财年东芝主要营业指标
- 图：2011财年东芝盈利能力（分产品）构成
- 图：东芝在华电梯业务分布
- 图：富士达全球业务分布
- 图：2007FY-2011FY富士达主要营业指标
- 表：富士达中国电梯生产基地
- 图：2007FY-2011FY富士达东亚地区销售额
- 图：2008-2011年上海三菱电梯产销量
- 图：2009-2011年上海三菱电梯营业收入与净利润
- 图：2009—2011年上海三菱电梯保障房合作项目
- 表：2011-2012年上海三菱电梯主要电梯订单
- 图：2008—2010年广日股份销售收入和毛利率
- 图：2008—2010年广日股份销售收入（分产品）构成
- 图：2010年广日股份销售收入（分地区）构成
- 表：广日股份研发支出情况
- 表：2010年广日股份控股子公司和参股公司情况
- 图：2006—2010年广日股份对日立电梯的投资收益



- 图：广日股份产业链布局
- 图：2009-2012年康力电梯营业收入与净利润
- 图：2010-2011年康力电梯营业收入（分产品）构成
- 图：2010-2011年康力电梯营业收入（分区域）构成
- 表：2008-2011年康力电梯毛利率
- 表：2009-2011年康力电梯研发投入及占比
- 表：2011-2012年康力电梯主要电梯及电梯配件项目
- 表：2006-2012年康力电梯主要电梯订单
- 表：2008-2011年江南嘉捷电梯整机产销量
- 表：2008-2011年江南嘉捷电梯整机（分产品）销量
- 图：2009-2012年江南嘉捷营业收入与净利润
- 图：2009-2011年江南嘉捷营业收入（分产品）构成
- 图：2009-2011年江南嘉捷营业收入（分区域）构成
- 图：2008-2011年江南嘉捷垂直升降电梯单位销售价格与单位成本
- 图：2008-2011年江南嘉捷自动扶梯单位销售价格与单位成本
- 图：2008-2011年江南嘉捷自动人行道单位销售价格与单位成本
- 表：2008-2011年江南嘉捷毛利率
- 表：2008-2011年江南嘉捷研发费用及占比



- 表：江南嘉捷募集资金项目及投资额
- 表：江南嘉捷电梯扩产项目新增产能
- 表：2011年上半年江南嘉捷前五名客户销售收入及占比
- 表：2011年上半年江南嘉捷前五名供应商采购额及占比
- 表：2005-2009年江南嘉捷主要国际地铁自动扶梯订单
- 图：江南嘉捷自动人行道产品主要客户
- 表：2008-2011年江南嘉捷电梯产品出口情况
- 表：2009-2011年江南嘉捷电梯产品主要出口地区及出口额（分产品）
- 表：2009-2011年沈阳博林特电梯产品产销量
- 表：2009-2011年沈阳博林特直梯销量（分应用领域）
- 表：2009-2011年沈阳博林特扶梯销量（分应用领域）
- 表：2009-2011年沈阳博林特高端电梯销售收入及销量
- 表：2009-2011年沈阳博林特电梯产品销售价格
- 表：2009-2011年沈阳博林特营业收入和净利润
- 表：2009-2011年沈阳博林特主营业务收入（分业务）构成
- 图：2009-2011年沈阳博林特主营业务收入（分区域）构成
- 表：2009-2011年沈阳博林特毛利率
- 表：2009-2011年沈阳博林特研发投入及占营业收入的比例

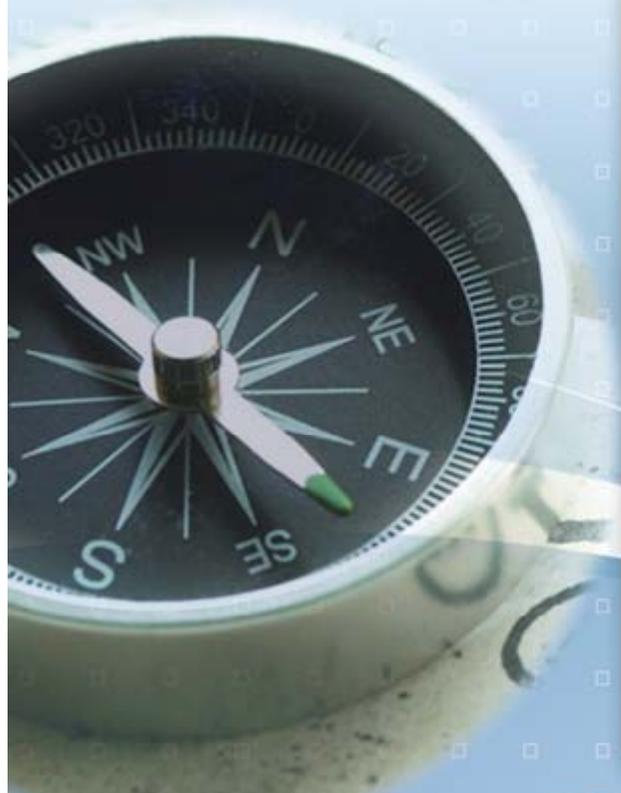


- 表：沈阳博林特募集资金项目
- 表：沈阳基地电梯产业化升级改造项目实施计划
- 表：2011年沈阳博林特前五名客户销售收入及占营业收入的比例
- 表：2011年沈阳博林特前五名供应商采购额及占比
- 表：2010-2011年沈阳博林特在国外主要电梯中标合同
- 表：2010-2011年沈阳博林特在中国国内主要电梯中标合同
- 表：2009-2011年沈阳博林特电梯产品出口量及出口金额
- 表：东南电梯特种电梯产品应用案例
- 图：东南电梯中国市场营销网络
- 表：2008-2009年杭州新马电梯主要营业指标



# 购买报告

价 格	电子版：8500元	电话：010-8260.1561/62
	纸质版：9000元	传真：010-8260.1570
页数：112页		邮箱：hanyue@waterwood.com.cn
发布日期：2012-07		网址：www.pday.com.cn
链接： <a href="http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201207/24511493.html">http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201207/24511493.html</a>		
地址：北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦C座3单元502室		



# 如何申请购买报告

1, 请填写《研究报告订购协议》

([http://www.pday.com.cn/research/pday\\_report.doc](http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc)), 注明单位名称、联系人、  
联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-  
82601570。

2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。

3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:

开户行: 交通银行世纪城支行

帐号: 110060668012015061217

户名: 北京水清木华科技有限公司

4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570

# 版权声明

该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。

