

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

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 6m）、中等高度扶梯（6m10m）		
	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（THYSEN）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……

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。

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