

中国电梯销量正逐年增长

15.55%

数字

2013 年中国共生产电梯约 62.5 万台，与 2012 年 52.9 万台相比，同比增长了 18.15%，与 2012 年的增幅 15.75% 相比，增幅上涨了 2.4%。2013 年，中国电梯表观消费量达到 55 万台左右，同比增长 15.55%。

电梯市场增速有望达到 7.1%

7.1%

数字

到 2025 年，城镇总建筑面积有望翻倍达到 445 亿 m²。而年均新增建筑面积有望维持在近 20 亿 m² 的水平，是电梯巨大需求基数的基础，据测算，总电梯市场（含维保）增速在 2012 ~ 2020 年有望达到 7.1%，2020 年总电梯市场将接近 2000 亿元，电梯行业前景可期。

电梯节能至关重要

24%

数字

随着中国城市建设的迅速发展，各种不同用途的高层建筑不断涌现，城市中电梯保有量也逐年增加，在对宾馆、写字楼等的用电情况调查统计中，电梯用电量占这些高层建筑物总用电量的 18% ~ 24% 以上。

展会 EIHIBITIONS

CeMAT ASIA 2014

展会见

亚洲国际物流技术与运输系统展览会

展会时间：2014 年 10 月 27 ~ 30 日

展出地点：上海新国际博览中心

主办单位：汉诺威米兰展览（上海）有限公司
德国汉诺威展览公司

PTC ASIA 2014

展会见

亚洲国际动力传动与控制技术展览会

展会时间：2014 年 10 月 27 ~ 30 日

展出地点：上海新国际博览中心

主办单位：德国汉诺威展览公司

中国液压气动密封件工业协会

CIIF 2014 中国国际工业博览会（IAS）

展会时间：2014 年 11 月 4 ~ 8 日

展会地点：上海新国际博览中心

主办单位：国家发展和改革委员会

汉诺威米兰展览（上海）有限公司

中国电梯行业面临增速趋缓和竞争加剧的现状

在已经过去的 2013 年，中国电梯行业在整体经济形势并不乐观的背景下，依然保持着稳健增长的态势，行业增速超过预期。对于已经到来的 2014 年，电梯行业能否继续保持高速增长？尤其是《特种设备安全法》实施后，电梯行业将产生哪些变局？哪些企业有望成为市场主角？又有哪些技术将主导行业发展？

虽然近两年中国的电梯产销量增速有所放缓，但增量依然可观。2012 年全国电梯产销量 52.9 万台，比 2011 年增长 15.8%。来自中国电梯协会的数据显示，2013 年全国电梯产销量约为 60 万台，依然保持了 15% 的增长幅度，超过预期。

有业内分析人士认为，尽管国家房地产宏观调控对电梯市场有一定的影响，但新型城镇化政策的实施、保障性住房的建设以及全国大中型城市公共交通的快速发展，在一定程度上延缓了商品房电梯量与产销量的下滑。总体而言，电梯行业还将继续保持健康稳定的发展态势。

业内专家表示，增量不减、增幅回落将成为未来几年中国电梯市场发展的常态，这意味着 2014 年中国

电梯产量与销量还会保持稳健增长，预估增长幅度仍能保持在 10% 以上。过去，电梯市场需求主要集中在一二线城市，但近两年三四线城市的电梯需求量增速较快。随着大城市建设用地不断减少，一些小城镇逐渐成为房地产商开发的新阵地。另外，一线城市老旧电梯开始增多，电梯更新改造项目增多也成为新的市场亮点。

虽然电梯市场容量每年不断扩大，但市场竞争愈演愈烈已成为不争的事实。这主要源于两个方面：一方面是电梯制造厂家数量过多，导致整体产能过剩，供需不平衡；另一方面，由于人力成本增加、原材料价格上涨等原因，电梯企业成本增加，整体行业利润降低。一些大的制造厂家为了保证市场占有率，只能降价销售，而那些曾经依靠价格优势赢得市场的小企业将会丧失部分市场。

在此背景下，电梯企业扩张步伐却并没有放缓，电梯行业已形成群雄逐鹿之势。随着市场竞争的不断加剧，行业品牌集中度会更高，缺乏核心技术、长期依靠价格战的中小企业将被逐渐淘汰。

声音 VOICE

抓住电梯后市场等于抓住未来

电梯产品的特殊属性和中国电梯保有量的持续增加，将创造一个持续、稳定增长的电梯后市场，也就是庞大的服务市场，其中包括更新、改造、维修及维保。而产业结构调整的方向和任务也十分明确，即从过去的制造业为主，调整为制造与服务业并重，再进一步调整为以服务为主，制造业为辅。这一点国际先进国家电梯产业在其发展中已经通过实践证明，这是一条正确的道路。北美、欧洲当前的产业结构基本为 70% 服务业和 30% 制造业。目前中国电梯行业这样的条件正在逐步具备和成熟。主动调整产业结构，做大做强电梯后市场，是行业非常重要的任务。抓住电梯后的市场，就抓住了未来，也就掌握了可持续发展的主动权。

——中国电梯协会理事长李守林表示