

# 2009年中国电梯行业研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2009年中国电梯行业研究咨询报告》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.cction.com/report/200905/17586.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

## 二、说明、目录、图表目录

### &rarr;内容简介

2008年，我国电梯产量达到24.5万台，同比增长了13%。我国已成为全球电梯生产量最大的国家，电梯出口量也是位居全球之首。全球金融危机的爆发，中国电梯产业也是首当其冲。政府投资计划确定后，电梯企业的发展也出现新的机遇。由于房地产市场不景气，导致多数电梯企业订单大量缩减，甚至一些中小电梯企业有着裁员的计划。4万亿元的投资计划，让更多电梯企业重拾信心。2009年电梯企业将面临着巨大考验，电梯行业的洗牌也许将再次重演。许多企业都已经制定了2009年销售目标，但能否实现，不仅要看整个市场需求，更重要的是看企业应变能力如何。电梯企业要想渡过这场难关，走差异化路线将是企业生存与发展的最佳选择。

电梯产业的前景和走势随着社会的需求悄然发生着改变。市场对新一代的绿色电梯、节能电梯和智能电梯的需求越来越旺盛。国内外电梯企业顺应市场需要，加大研发投入，都准备在未来新概念电梯产业发展中占得先机。我国有13亿多人口，在用电梯的人均拥有量是世界平均数的1/3，是发达国家的1/10，我国电梯市场还远未饱和。2009-2010年期间我国电梯需求将呈现快速增长的态势，预计2009-2010年我国电梯产量分别为28.66万部和33.41万部。我国的电梯市场仍将保持每年20%的递增速度，年平均销售额至少500亿美元。

2009年，全球金融危机引发的经济衰退将进一步显现出来，我国经济面临着复杂的国际、国内环境。目前，全国电梯行业有400余家整机厂、800余家配件厂，在严峻的市场环境下，企业必须提高预见性，及时、清醒地认识自身在中国经济链条中所处的位置与环境。从近期预期来看，2009年第一、第二季度市场相对不容乐观。下半年，整体经济情况有望得到好转，电梯企业必须做好相应的应对措施。从产品需求来看，住宅电梯、公共交通型自动扶梯、商用载客电梯将成为2009年电梯市场三大热点产品。从地域分析来看，中部、西部与环渤海经济区将成为2009年我国电梯需求量较大的区域。从整体城市需求来看，二三线城市电梯需求增长迅速将加快。

面对政府投资建设项目不断加大，一些电梯企业在营销策略上也做出了调整，把政府采购市场作为突破口，来提升企业业绩。2009年商用地项目将会减少，政府项目建设反而加大，包括各地都在加大机场、地铁、廉租房、经济适用的建设，这些项目都会带来大量电梯需求。另外，各地城市拆迁工作也在不断进行，必将带来大规模的新房建设，与之配套的电梯产业也会得到发展。尤其在2009年房地产形式不太好的情况下，一些地产商就容易出现资金链断裂情况，在采购电梯时，付款的信用度就可能出现危机，而政府采购能够保证及时付款，这也是许多电梯企业看好政府采购市场的重要原因。虽然，政府采购市场是一块诱人

的“蛋糕”，但企业要想分得这块“蛋糕”，也不是容易的事。政府采购不仅是对企业综合实力的考验，企业还需要具有了解政府采购相关法律的专业人员，从而保证企业参与招投标时不会出错。

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、国内各大行业数据服务机构、全国及海外上百种相关报刊杂志的基础信息以及电梯专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国电梯行业的市场、行业结构、产品、进出口等情况作了详尽地分析，并参考了国外电梯行业的发展趋势，对今后我国电梯行业的发展做出预测。同时，本报告也针对电梯行业的特点，从各个角度全面详实地进行了研究或调研，它既是一份高质量的、专门针对我国电梯行业的研究报告，也是电梯生产企业、相关配套企业、经销商、银行信贷部门以及战略投资者不可多得的参考资料。

## ▸ 报告目录

### 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展概况与环境分析

##### 第一章 电梯行业发展概况 1

##### 第一节 电梯行业基本知识 1

###### 一、电梯的定义及分类 1

###### 二、自动扶梯的分类 4

###### 三、中国电梯发展历程 6

##### 第二节 电梯交通配置发展概况 8

###### 一、电梯交通配置概念 8

###### 二、电梯交通配置发展 8

##### 第三节 世界电梯行业发展分析 10

###### 一、世界电梯发展历史 10

###### 二、日本电梯专利战略分析 17

###### 三、英国电梯法规标准体系概述 22

#### 第二章 电梯行业发展环境分析 34

##### 第一节 行业发展宏观经济环境分析 34

###### 一、2008年我国宏观经济运行分析 34

###### 二、2008-2009年我国宏观经济景气指数分析 53

三、2009年1季度我国经济运行分析	58
四、2009年我国居民消费情况	60
五、2009-2011年我国宏观经济形势分析	65
第二节 行业发展的政策环境分析	68
一、2008年度电梯行业政策解读	68
二、我国电梯行业标准	71
三、国内首个电梯安全地方标准出台	77
第二部分 行业市场发展分析	
第三章 中国电梯市场发展分析	79
第一节 中国电梯市场发展分析	79
一、我国电梯市场发展现状	79
二、2008年我国电梯产量情况	80
三、近年来中国电梯行业变化分析	80
四、中国电梯市场的国际地位分析	82
五、中国电梯市场的制高点分析	83
六、发展OEM对中国电梯行业的重要性分析	86
第二节 4万亿元投资计划对电梯行业的影响分析	88
一、4万亿元投资计划简述	88
二、4万亿元投资计划对电梯行业的影响	90
三、4万亿元投资计划对电梯企业的影响	90
第三节 我国快速电梯市场发展分析	91
一、我国快速电梯市场发展状况	91
二、超高速电梯技术发展的难题	95
三、2009年快速电梯市场发展情况	99
第四节 中国电梯行业存在的问题	100
一、企业缺乏竞争力	100
二、产品结构不足	100
三、不合理的市场竞争	104
四、电梯安全问题	106
五、能源再生技术电梯亟待研发普及	106
第四章 电梯消费者与维修市场发展分析	108
第一节 消费者对电梯的消费偏好分析	108

一、消费者电梯品牌偏好	108
二、电梯用户满意度调查	109
三、电梯用户满意度测评	109
四、电梯用户需求变化	111
第二节 电梯维修市场发展分析	113
一、电梯维修市场的特点	113
二、我国电梯维保的现状	116
三、电梯设备维护分析	120
四、电梯维保业务的重要性分析	125
第五章 中国电梯制造业经济运行分析	127
第一节 2008年电梯制造业经济运行分析	127
一、2008年电梯制造企业排名	127
二、2009年电梯制造分地区经济指标	128
第二节 2008年我国载货电梯进出口数据	182
一、2008年我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据	182
二、2008年我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据	185
第六章 中国房地产市场发展分析	189
第一节 我国房产市场对电梯行业影响分析	189
一、中国房产市场对电梯行业影响分析	189
二、我国房产市场对电梯企业的影响分析	190
第二节 2008年房地产市场运行分析	193
一、2008年中国房地产市场整体情况	193
二、2008年中国房地产市场热点问题	201
三、2008年房地产开发完成情况	204
四、2008年商品房销售和空置情况	206
五、2008年房地产开发企业资金来源情况	208
六、2008年全国房地产开发景气指数	208
七、2008年四季度企业景气指数分析	210
第三节 2008年我国大中城市房屋市场销售价格指数	212
一、2008年10月全国70个大中城市房屋销售价格指数	212
二、2008年11月全国70个大中城市房屋销售价格指数	216
三、2008年12月全国70个大中城市房屋销售价格指数	222

#### 第四节 2009年1-3月全国房地产市场运行情况 227

##### 一、房地产开发完成情况 227

##### 二、商品房销售情况 229

##### 三、房地产开发企业资金来源情况 231

##### 四、全国房地产开发景气指数 231

#### 第五节 2009年我国大中城市房屋市场销售价格指数 232

##### 一、2009年1月全国70个大中城市房屋销售价格指数 232

##### 二、2009年2月全国70个大中城市房屋销售价格指数 236

##### 三、2009年3月70个大中城市房屋销售价格指数 240

#### 第六节 2009年中国房地产市场发展分析 244

##### 一、2009年中国房地产全行业发展形势 244

##### 二、2009年我国房地产调整空间情况 246

##### 三、2009年中国房地产市场发展的关键 247

#### 第七章 电梯行业技术发展分析 250

##### 第一节 行业技术发展现状 250

##### 一、2008年我国电梯技术发展状况 250

##### 二、我国电梯节能技术发展分析 250

##### 三、我国双层轿厢电梯技术发展情况 253

##### 四、电梯技术的发展展望 254

##### 第二节 电梯技术的发展趋势分析 257

##### 一、智能大厦电梯发展趋势 257

##### 二、智能建筑电梯监控技术方向 259

##### 三、电梯技术的整体发展趋势 262

##### 四、电梯驱动技术的发展趋势 265

#### 第三部分 行业竞争分析

#### 第八章 电梯行业市场竞争分析 273

##### 第一节 电梯行业竞争结构分析 273

##### 一、行业内现有企业的竞争 273

##### 二、新进入者的威胁 274

##### 三、替代品的威胁 275

##### 四、供应商的讨价还价能力 275

##### 五、购买者的讨价还价能力 276

第二节 我国电梯市场竞争分析	276
一、电梯产品的市场竞争	276
二、电梯行业的潜在威胁者分析	277
三、电梯跨国公司扩张步伐与竞争优势	280
四、电梯品牌竞争及对高层建筑品质的影响	281
五、合肥电梯行业竞争分析	282
第三节 电梯企业的主要竞争力分析	283
一、电梯企业的主要市场竞争力分析	283
二、增强市场竞争力的核心	284
第四节 快速电梯企业市场竞争策略分析	285
第九章 电梯行业优势企业分析	289
第一节 上海三菱电梯有限公司	289
一、公司概况	289
二、公司技术优势	291
三、公司发展分析	295
四、2009年公司动态	303
第二节 日立电梯(中国)有限公司	304
一、公司概况	304
二、公司发展策略	305
三、2009年公司动态	309
第三节 奥的斯电梯公司	310
一、公司概况	310
二、西子奥的斯节能电梯	312
三、2009年公司动态	314
第四节 通力电梯有限公司	315
一、公司概况	315
二、公司发展优势	316
三、2009年公司动态	317
第五节 东芝电梯(中国)有限公司	317
一、公司概况	317
二、公司技术优势	318
三、2009年公司动态	319

## 第六节 蒂森克虏伯集团 319

### 一、公司概况 319

### 二、公司中国市场定位 320

### 三、公司新动态 321

## 第七节 迅达集团 321

### 一、公司概况 321

### 二、2009年集团动态 322

## 第八节 华升富士达电梯有限公司 324

### 一、公司概况 324

### 二、公司SWOT分析 325

### 三、公司营销策略 327

## 第四部分 行业发展趋势与策略分析

## 第十章 电梯行业发展前景与趋势 333

### 第一节 电梯行业发展前景 333

#### 一、电梯节能发展潜力分析 333

#### 二、电梯行业的发展前景 333

#### 三、未来电梯发展方向展望 334

### 第二节 电梯行业发展趋势分析 336

#### 一、今后几年我国电梯行业发展趋势 336

#### 二、我国电梯市场发展趋势分析 338

#### 三、未来我国电梯市场需求趋势 341

#### 四、2009年我国电梯市场发展预测 342

### 第三节 2010年中国电梯市场预测 344

#### 一、2010年中国电梯需求量预测 344

#### 二、2010年日本电梯占中国市场份额预测 346

#### 三、2010年我国电梯进出口量预测 347

## 第十一章 电梯行业投资分析 348

### 第一节 电梯行业的进入壁垒分析 348

#### 一、政策壁垒 348

#### 二、技术壁垒 349

#### 三、生产能力 351

#### 四、品牌效应 351

## 第二节 电梯行业的投资风险及机会 352

### 一、投资机会分析 352

### 二、投资风险分析 353

### 三、投资战略的选择 353

## 第三节 中国电梯业投资分析 354

### 一、2008-2010年中国电梯行业投资分析 354

### 二、未来外资对中国电梯业的投资研讨 355

## 第四节 电梯企业融资与筹资分析 357

### 一、我国的融资环境分析 357

### 二、电梯企业的筹资方式 358

### 三、我国现状对融资结构的影响 363

## 第十二章 电梯行业发展策略分析 366

### 第一节 电梯企业的营销策略分析 366

#### 一、电梯营销渠道创新策略分析 366

#### 二、电梯差异化营销策略分析 369

### 第二节 电梯企业的跨媒体宣传策略与研究 374

#### 一、市场研究 375

#### 二、目标用户购买行为研究 376

#### 三、媒介研究 377

#### 四、广告研究 377

## 附录

附录：国务院关于修改《特种设备安全监察条例》的决定 381

### 图表目录

图表：2009年世界十大电梯品牌 17

图表：在中国申请专利的日本主要电梯企业一览表 18

图表：日本电梯企业在中国的专利申请数量一览表 19

图表：中国电梯专利申请数量百分比 20

图表：1996-2006年7家日本电梯企业专利申请时间一览表 21

图表：英国标准学会制定的5655、bs5656系列标准一览表 28

图表：英国的电梯标准体系列标准一览表 30

图表：英国标准学会制定iso系列标准一览表 31

图表：英国标准学会制定其他bs电梯标准一览表 31

图表：2008年1-4季度国内生产总值 35

图表：2004-2008年国内生产总值增长趋势图 35

图表：2000-2008年城镇固定资产投资名义增速及实际增速 36

图表：2006-2008年我国出口累计同比增速对比 36

图表：2008年2-11月我国CPI情况 38

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 38

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 39

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 39

图表：2007年6月-2008年我国轻重工业增加值情况 40

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 40

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 40

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 41

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 41

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 41

图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 42

图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 43

图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 43

图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 44

图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 44

图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 45

图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 45

图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 46

图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 46

图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 47

图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 48

图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 49

图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 49

图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 49

图表：2008年12月我国前十位出口市场 50

图表：2008年12月我国前十位进口来源地 50

图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 51

图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 52

图表：2008年我国月度进出口总值情况 52

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 53

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 53

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 53

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 53

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 53

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 54

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 54

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 54

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 54

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 54

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 55

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 55

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 55

图表：2008年1季度我国企业景气指数 55

图表：2008年2季度我国企业景气指数 55

图表：2008年3季度我国企业景气指数 56

图表：2008年4季度我国企业景气指数 56

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 57

图表：2009年1月我国社会消费品零售总额情况 60

图表：2009年2月我国社会消费品零售总额情况 60

图表：2009年1月我国居民消费价格分类指数 61

图表：2009年2月我国居民消费价格分类指数 61

图表：2009年1月我国消费者信心指数 62

图表：2009年2月我国消费者信心指数 62

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（一） 62

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（二） 63

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（三） 63

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（四） 63

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（五） 64

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（一） 64

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（二） 64

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（三） 64

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（四） 65

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（五） 65

图表：我国电梯行业标准目录 71

图表：品牌电梯用户满意度表 109

图表：品牌电梯的性价比 109

图表：2008年2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位 127

图表：2008年5月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位 127

图表：2008年8月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位 128

图表：2008年11月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造企业销售收入前十位 128

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标全国合计 128

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标北京合计 130

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标天津合计 132

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标河北合计 134

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标山西合计 136

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标内蒙古合计 137

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标辽宁合计 139

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标吉林合计 141

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标黑龙江合计 143

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标上海合计 144

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标江苏合计 146

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标浙江合计 148

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标安徽合计 150

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标福建合计 152

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标江西合计 153

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标山东合计 155

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标河南合计 157

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标湖北合计 159

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标湖南合计 161

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标广东合计 162

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标广西合计 164

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标海南合计 166

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标重庆合计 168

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标四川合计 169

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标贵州合计 171

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标云南合计 173

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标陕西合计 175

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标甘肃合计 177

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标宁夏合计 178

图表：2009年1-2月轴承、齿轮、传动和驱动部件制造主要经济指标新疆合计 180

图表：2008年1月我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 182

图表：2008年2月我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 182

图表：2008年3月我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 182

图表：2008年1季度我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 183

图表：2008年4月我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 183

图表：2008年5月我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 183

图表：2008年6月我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 183

图表：2008年2季度我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 183

图表：2008年7月我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 184

图表：2008年8月我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 184

图表：2008年9月我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 184

图表：2008年3季度我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 184

图表：2008年10月我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 184

图表：2008年11月我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 185

图表：2008年12月我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 185

图表：2008年4季度我国升降、搬运、装卸货物等机器进口数据 185

图表：2008年1月我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 185

图表：2008年2月我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 185

图表：2008年3月我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 186

图表：2008年1季度我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 186

图表：2008年4月我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 186

图表：2008年5月我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 186

图表：2008年6月我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 186

图表：2008年2季度我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 187

图表：2008年7月我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 187

图表：2008年8月我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 187

图表：2008年9月我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 187

图表：2008年3季度我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 187

图表：2008年10月我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 188

图表：2008年11月我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 188

图表：2008年12月我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 188

图表：2008年4季度我国升降、搬运、装卸货物等机器出口数据 188

图表：2007年11月-2008年11月全国房地产开发投资走势 194

图表：2007年11月-2008年11月土地购置开发面积情况 194

图表：1998年-2008年11月土地购置开发面积情况 195

图表：2007年11月-2008年11月竣工面积、新开工面积、施工面积增长情况 196

图表：2007年11月-2008年11月销售面积及增长情况 196

图表：2001年-2008年11月销售面积及增长情况 197

图表：2006年-2008年全国住宅日均销售套数 197

图表：2006年-2008年主要城市住宅总销售套数和日均销售套数 198

图表：2007年11月-2008年11月销售额与投资额差值情况 202

图表：2010年中国城镇建筑面积预测 204

图表：2008年1-11月全国房地产开发投资完成情况 205

图表：2008年1-11月东部地区房地产开发投资完成情况 205

图表：2008年1-11月中部地区房地产开发投资完成情况 205

图表：2008年1-11月西部地区房地产开发投资完成情况 206

图表：2008年1-11月全国商品房销售情况 207

图表：2008年1-11月东部地区商品房销售情况 207

图表：2008年1-11月中部地区商品房销售情况 207

图表：2008年1-11月西部地区商品房销售情况 208

图表：2007年2月-2008年11月全国房地产开发景气指数趋势图 209

图表：2007年2月-2008年12月全国房地产开发景气指数趋势图 209

图表：2008年四季度全国企业景气指数回落 211

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 213

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 214

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 214

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 214

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 215

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 215

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 215

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 216

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 217

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 218

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 218

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 218

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 219

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 219

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 219

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 220

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（90平方米及以下） 220

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 224

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 224

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 224

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 225

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 225

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 226

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 226

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 226

图表：2009年1-3月全国房地产开发投资完成情况 227

图表：2009年1-3月东部地区房地产开发投资完成情况 227

图表：2009年1-3月中部地区房地产开发投资完成情况 228

图表：2009年1-3月西部地区房地产开发投资完成情况 228

图表：2009年1-3月全国商品房销售情况 229

图表：2009年1-3月东部地区商品房销售情况 229

图表：2009年1-3月中部地区商品房销售情况 230

图表：2009年1-3月西部地区商品房销售情况 230

图表：2008年2月-2009年3月全国房地产开发景气指数走势图 231

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 233  
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 233  
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 234  
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 234  
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 234  
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 235  
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 235  
图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 236  
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 237  
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 237  
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 238  
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 238  
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 238  
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 239  
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 239  
图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 240  
图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 241  
图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 242  
图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 242  
图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 242  
图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 243  
图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 243  
图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 243  
图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 244  
图表：上海三菱电梯有限公司市场销售网络 290  
图表：上海三菱电梯有限公司产品 291  
图表：上海三菱电梯有限公司能量回馈原理简图 295  
图表：日立电梯（中国）有限公司服务销售网络 305  
图表：2010年电梯需求规模趋势 344  
图表：2010年各类电梯需求规模增长趋势 344  
图表：2006-2010年各类电梯需求规模增长趋势 345  
图表：2006-2010年电梯出口增长趋势 347

图表：2006-2010年电梯进口增长趋势 347

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200905/17586.html>