

# 2020-2026年中国电梯行业 分析与市场前景预测报告

## 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

《2020-2026年中国电梯行业分析与市场前景预测报告》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/202007/177744.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

随着我国经济持续快速增长、城市化快速推进、人民生活水平提高、人口老龄化等因素的推动，我国电梯行业也呈快速发展态势。根据中国电梯协会的统计数据，2003年至2008年我国电梯产量保持年均23.86%的增长速度，2008年我国电梯产量达到24.5万台，将近全球电梯产量的一半，成为全球最大的电梯市场和制造中心，2016年我国电梯产量更是达到了90万台。

随着电梯表观消费量的提升，我国电梯行业市场规模也将不断扩大。同时，由于电梯行业竞争激烈，未来虽然电梯产量仍保持较快增长，其销售收入增速将会放缓，但市场规模会进一步扩大，预计到2023年，我国电梯行业销售规模将达到4681亿元。2012-2023年中国电梯行业销售规模走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国电梯行业分析与市场前景预测报告》共十九章。首先介绍了中国电梯行业市场发展环境、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，然后介绍了电梯市场竞争格局。随后，报告对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中国电梯行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

### 第一章中国电梯所属行业发展环境分析

#### 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) 国内宏观经济运行分析

### 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 中国电梯行业技术专利情况

## 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

## 第二章中国电梯所属行业发展现状分析

### 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2015-2018年中国电梯产量走势

(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

#### 2.3.3 中国电梯行业产销率分析

## 2.4 中国电梯所属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

- (1) 电梯行业出口前景及建议
- (2) 电梯行业进口前景及建议

## 第三章中国电梯所属行业市场竞争分析

### 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

- (1) 德国电梯行业发展历程
- (2) 德国电梯行业发展现状
- (3) 德国电梯行业发展趋势

#### 3.1.3 美国电梯市场发展分析

- (1) 美国电梯行业发展历程
- (2) 美国电梯行业市场现状
- (3) 美国电梯行业发展趋势

#### 3.1.4 日本电梯市场发展分析

- (1) 日本电梯行业发展历程
- (2) 日本电梯行业发展现状
- (3) 日本电梯行业发展趋势

#### 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 中国电梯行业竞争强度分析

### 3.2.1 现有电梯企业间的竞争分析

### 3.2.2 上游供应商的议价能力分析

### 3.2.3 下游购买者的议价能力分析

### 3.2.4 电梯业新进入者的威胁分析

### 3.2.5 电梯行业替代品的威胁分析

## 3.3 中国电梯行业竞争格局分析

### 3.3.1 电梯行业竞争区域分布（竞争企业所属地区）

### 3.3.2 电梯行业竞争企业区域市场的分布（市场区域分布）

## 3.4 中国电梯行业品牌竞争分析

### 3.4.1 电梯企业品牌重要性分析

### 3.4.2 电梯行业品牌竞争格局分析

### 3.4.3 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

### 3.4.4 内资电梯企业品牌提升方向

## 第四章中国电梯所属行业产品市场分析

### 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

### 第五章中国电梯所属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 行业设备投招标特点

##### 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

## 第六章中国电梯所属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

## 第七章 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 轨道交通建设分析

#### 7.1.2 旧大楼加装或改装电梯

#### 7.1.3 电梯出口预测稳步增长

#### 7.1.4 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 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
- 7.2.3 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

## 第八章电梯行业领先企业经营状况分析

- 8.1 大电梯品牌在华竞争分析
  - 8.1.1 日本三菱 ( MITSUBISHI )
    - (1) 三菱在华布局情况
    - (2) 近年三菱在营情况
    - (3) 三菱的技术发展情况
    - (4) 三菱发展战略分析
    - (5) 三菱优劣势分析
  - 8.1.2 芬兰通力 ( KONE )
    - (1) 通力在华布局情况
    - (2) 近年通力在营情况
    - (3) 通力的技术发展情况
    - (4) 通力发展战略分析
    - (5) 通力优劣势分析
  - 8.1.3 日本日立 ( HITACHI )
    - (1) 日立在华布局情况

- (2) 近年日立在营情况
- (3) 日立的技术发展情况
- (4) 日立发展战略分析
- (5) 日立优劣势分析

#### 8.1.4 德国蒂森克虏伯 ( THYSSEN )

- (1) 蒂森克虏伯在华布局情况
- (2) 近年蒂森克虏伯在营情况
- (3) 蒂森克虏伯的技术发展情况
- (4) 蒂森克虏伯发展战略分析
- (5) 蒂森优劣势分析

#### 8.1.5 美国奥的斯 ( OTIS )

- (1) 奥的斯在华布局情况
- (2) 近年奥的斯在营情况
- (3) 奥的斯的技术发展情况
- (4) 奥的斯发展战略分析
- (5) 企业优劣势分析

#### 8.1.6 德国沃克斯 ( VOLKSLIFT )

- (1) 沃克斯在华布局情况
- (2) 近年沃克斯在营情况
- (3) 沃克斯的技术发展情况
- (4) 沃克斯发展战略分析
- (5) 沃克斯优劣势分析

#### 8.1.7 瑞士迅达集团 ( Shindler )

- (1) 迅达集团在华布局情况
- (2) 近年迅达集团在营情况
- (3) 迅达集团的技术发展情况
- (4) 迅达发展战略分析
- (5) 迅达优劣势分析

#### 8.1.8 日本东芝 ( TOSHIBA )

- (1) 东芝在华布局情况
- (2) 近年东芝在营情况
- (3) 东芝的技术发展情况

(4) 东芝发展战略分析

(5) 东芝优劣势分析

#### 8.1.9 日本富士达 (FUJITEC)

(1) 富士达在华布局情况

(2) 近年富士达在营情况

(3) 富士达的技术发展情况

(4) 富士达发展战略分析

(5) 富士达优劣势分析

#### 8.2 其他国际品牌电梯企业个案分析

##### 8.2.1 加拿大希姆斯公司 (Symax)

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业在华投资情况

(3) 企业主要产品分析

(4) 企业销售渠道及售后服务分析

(5) 主要企业经营情况分析

(6) 企业优劣势分析

##### 8.2.2 德国IFE电梯有限公司

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 主要企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

##### 8.2.3 韩国现代电梯

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业在华投资情况

(3) 企业主要产品分析

(4) 企业销售渠道及售后服务分析

(5) 主要企业经营情况分析

(6) 企业优劣势分析

##### 8.2.4 SIGMA韩国星玛电梯

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业在华投资情况

- (3) 企业主要产品分析
- (4) 企业销售渠道以及售后服务分析
- (5) 主要企业经营情况分析
- (6) 企业优劣势分析

### 8.3 中国内资品牌电梯企业个案分析

#### 8.3.1 江南嘉捷电梯股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业基本情况分析
- (2) 企业主要产品分析
- (3) 企业销售渠道及售后服务分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析

#### 8.3.2 康力电梯股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业基本情况分析
- (2) 企业主要产品分析
- (3) 企业销售渠道及售后服务分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析

#### 8.3.3 沈阳博林特电梯集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业基本情况分析
- (2) 企业主要产品分析
- (3) 企业销售渠道及售后服务分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析

#### 8.3.4 广州广日电梯工业有限公司经营情况分析

- (1) 企业基本情况分析
- (2) 企业主要产品分析
- (3) 企业销售渠道及售后服务分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析

#### 8.3.5 西继迅达（许昌）电梯有限公司经营情况分析

- (1) 企业基本情况分析
- (2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

#### 8.3.6 申龙电梯股份有限公司经营情况分析

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

#### 8.3.7 北京京城中奥电梯有限公司经营情况分析

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

#### 8.3.8 山东百斯特电梯有限公司经营情况分析

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

#### 8.3.9 常州电梯厂有限公司经营情况分析

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

#### 8.3.10 永大电梯设备(中国)有限公司经营情况分析

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 企业经营情况分析

## （5）企业优劣势分析

### 第九章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

##### 9.4.1 电梯行业投资现状分析

##### 9.4.2 电梯行业主要投资建议

#### 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 3：2013-2018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 6：2018年美国宏观经济金融指标

图表 7：2018年美国月度DJ工业平均指数

图表 8：2018年欧元区宏观经济金融指标

图表 9：2018年欧元区月度欧洲斯托克50指数

图表 10：2018年日本宏观经济金融指标

图表 11：2018年日经225指数变化情况

图表 12：2013-2018年中国经济增长情况（单位：%）

图表 13：2013-2018年中国三大需求累计增长情况（单位：万亿元）

图表 14：2013-2018年中国主要物价指数月度同比走势（单位：%）

图表 15：2013-2018年中国财政收入和财政支出增长率（单位：%）

图表 16：2013-2018年中国城镇化率变化情况（单位：%）

图表 17：2013-2018年全国房地产开发投资增速（单位：%）

图表 18：2013-2018年全国房地产开发企业土地购置面积增速（单位：%）

图表 19：2013-2018年全国商品房销售面积及销售额增速（单位：%）

图表 20：2013-2018年全国房地产开发企业到位资金增速（单位：%）

图表 21：2018年份全国房地产开发和销售情况

图表 22：2018年份东中西部地区房地产开发投资情况

图表 23：2018年份东中西部地区房地产销售情况

图表 24：中国房地产市场未来发展趋势

图表 25：中国房地产市场城市分化情况

图表 26：中国房地产市场企业分化情况

图表 27：中国房地产市场风险积聚效应

图表 28：中国电梯行业主要标准分类及数量（单位：项，%）

图表 29：中国电梯行业主流技术水平分析

图表 30：代表性电梯制造商技术专利数量情况（单位：项）

图表 31：2013-2018年全国电梯运行事故数据（单位：起）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/177744.html>