

## 2024-2029年中国电梯行业深度调研与投资预测分析报告

## 报告简介

目前，我国电梯行业经过多年的发展与变革，逐渐形成了稳定的市场竞争格局。其中，以奥的斯、上海三菱、广州日立三家外资品牌主导的第一梯队，合计占领45%的市场份额。另外以通力、迅达、蒂森克虏伯、东芝等的外资品牌形成了第二梯队，合计占领35%的市场份额。剩下的20%的市场份额由内资电梯企业进行竞争。我国作为电梯产销第一的国家，其最大的市场还是房地产市场。

根据国家规定，20m以上的大楼都应该安装电梯。旧楼加装、升级改造等的发展，将对电梯的需求越来越大。经测算，未来50年中国的新增住房面积达到200亿㎡。而且，国家加大了基础设施建设的投资力度，机场、地铁等大型交通设施的建设对电梯的发展奠定基础。预计未来10年期间，中国电梯行业市场仍将保持每年20%的递增速度，平均每年实现500亿美元的收入。

同时随着我国工业化、城市化进程的加快，以及城市土地资源的制约，国内新增多层、高层住宅、工厂、商务楼等建筑的需求增长较大，原有电梯的维修及更换将推动电梯发展，我国电梯市场将面临良好的发展机遇。

随着房地产行业进入产业发展的调整期，房屋累计施工面积增速不断下降，我国电梯行业发展也随之从高速成长期进入稳步发展期。电梯的实际需求60%左右由传统需求地产决定，另有40%左右的电梯需求是由电梯配比提升、轨道交通、保障房、旧梯更新改造、电梯出口等非地产因素决定。与地产新增需求放缓形成对比，电梯在轨道交通、保障房和旧梯更新改造等几个领域呈现高增长态势，新增需求对传统需求下滑形成一定对冲，未来3-5年新梯产销仍能维持一定增速。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国电梯市场进行了分析研究。报告在总结中国电梯行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国电梯行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为电梯企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

## 报告目录

## 第一部分 行业运行现状

## 第一章 电梯行业发展综述 1

## 第一节 电梯基本概述 1

## 一、电梯的定义和分类 1

## (一)、按用途分类 2

- 1、乘客电梯 2
- 2、载货电梯 2
- 3、客货(两用)电梯 2
- 4、住宅电梯 2
- 5、杂物电梯 2
- 6、船用电梯 2
- 7、汽车用电梯 2
- 8、观光电梯 2
- 9、病床电梯 3
- 10、其他电梯 3

(二)、按拖动方式分类 3

- 1、交流电梯 3
- 2、直流电梯 3
- 3.液压电梯 3

4、齿轮齿条式电梯 4

(三)、按电梯速度分类 4

(四)、按控制方式分类 4

- 1、手柄开关控制，自动门电梯 4
- 2、手柄开关控制，手动门电梯 4
- 3.按钮控制，自动门电梯 4
- 4、按钮控制，手动门电梯 4
- 5、信号控制电梯 5
- 6、集选控制电梯 5
- 7、并联控制电梯 5

- 8、梯群控制电梯 5
- 9、微机控制电梯 5
- (五)、按有无减速装置分类 5
  - 1、无齿轮电梯 5
  - 2、有齿轮电梯 6
- (六)、按操作方式分类 6
- (七)、按驱动方式分类 6
- 二、电梯市场特点 6
- 第二节 电梯行业的特性及发展 8
  - 一、电梯行业的特点 8
  - 二、电梯行业独特优势分析 11
  - 三、电梯行业生命周期分析 15
- 第二章 电梯行业运行环境 ( PEST ) 分析 17
  - 第一节 电梯行业政治法律环境分析(P) 17
    - 一、行业主要法律法规 17
    - 二、行业自发管理体制分析 18
    - 三、行业发展规划 19
  - 第二节 电梯行业经济环境分析(E) 20
    - 一、宏观经济形势分析 20
      - 1、国际宏观经济形势分析 20
      - 2、国内宏观经济形势分析 23
        - (1)中国GDP增长情况分析 23
        - (2)中国CPI波动情况分析 25
        - (3)居民人均收入增长情况分析 26

|                     |    |
|---------------------|----|
| 3、产业宏观经济环境分析        | 27 |
| 二、宏观经济环境对行业的影响分析    | 27 |
| 1、经济复苏对行业的影响        | 27 |
| 2、产业政策对行业的影响        | 30 |
| 第三节 电梯行业社会环境分析(S)   | 32 |
| 一、电梯行业社会环境          | 32 |
| 1、人口环境分析            | 32 |
| (1)中国人口规模           | 32 |
| (2)中国人口年龄结构         | 33 |
| (3)中国人口健康状况         | 34 |
| (4)中国人口老龄化进程        | 36 |
| 2、教育环境分析            | 36 |
| 3、文化环境分析            | 38 |
| 4、中国城镇化率            | 39 |
| 二、社会环境对行业的影响        | 41 |
| 三、电梯行业发展对社会发展的影响    | 42 |
| 第四节 电梯行业技术环境分析(T)   | 45 |
| 一、电梯技术分析            | 45 |
| 1、技术水平总体发展情况        | 45 |
| 2、行业新技术研究           | 46 |
| 二、电梯技术发展趋势          | 46 |
| 第三章 全球电梯行业发展分析及经验借鉴 | 48 |
| 第一节 全球电梯行业运营现状分析    | 48 |
| 一、全球电梯行业运行指标分析      | 48 |

## 二、主要国家(地区)发展状况分析 48

### (一)、欧洲 48

#### 1、市场发展概况 48

#### 2、市场规模及市场结构 49

#### 3、发展前景预测 50

### (二)、北美 51

#### 1、市场发展概况 51

#### 2、市场规模及市场结构 55

#### 3、发展前景预测 56

### (三)、亚洲 56

#### 1、市场发展概况 56

#### 2、市场规模及市场结构 56

#### 3、发展前景预测 57

### (四)、其他国家和地区 57

#### 1、市场发展概况 57

#### 2、市场规模 58

## 第二节 全球电梯行业竞争状况分析 58

### 一、全球电梯行业竞争现状 58

### 二、全球电梯行业竞争趋势 58

## 第二部分 行业深度分析

## 第四章 我国电梯行业运行分析 60

### 第一节 我国电梯行业发展状况分析 60

#### 一、我国电梯行业发展历程 60

#### 二、我国电梯行业发展现状 60

|                    |    |
|--------------------|----|
| 三、我国电梯行业发展特点       | 61 |
| 第二节 区域市场分析         | 62 |
| 一、区域市场分布格局         | 62 |
| 二、区域布局发展趋势         | 63 |
| 第三节 电梯细分产品发展现状分析   | 64 |
| 一、家用电梯             | 64 |
| 二、商用电梯             | 64 |
| 第五章 我国电梯行业整体运行指标分析 | 66 |
| 第一节 中国电梯行业总体规模分析   | 66 |
| 一、企业数量分析           | 66 |
| 二、行业资产规模分析         | 67 |
| 三、行业市场规模分析         | 67 |
| 第二节 我国电梯行业运营情况分析   | 68 |
| 一、电梯行业销售收入分析       | 68 |
| 二、电梯行业销售成本分析       | 68 |
| 三、电梯行业利润分析         | 69 |
| 第三节 我国电梯行业财务指标总体分析 | 70 |
| 一、行业盈利能力分析         | 70 |
| 二、行业偿债能力分析         | 71 |
| 三、行业营运能力分析         | 71 |
| 四、行业发展能力分析         | 72 |
| 第六章 我国电梯行业供需形势分析   | 73 |
| 第一节 全国电梯行业供给分析     | 73 |
| 一、电梯行业供给情况分析       | 73 |

- 1、行业总量分析供给情况分析 73
- 2、行业总产值分析 74
- 二、电梯行业供给变化趋势 74
- 三、各地区电梯行业供给情况分析 75
- 第二节 电梯行业需求分析 75
- 一、消费需求特征分析 75
- 二、需求影响因素分析 76
- 三、电梯行业需求变化趋势 77
- 第三节 电梯行业产销率分析 78
- 第四节 未来电梯行业供需平衡分析 78
- 第七章 我国电梯行业进出口现状分析 81
- 第一节 电梯进口情况分析 81
- 一、行业进口现状分析 81
- 二、进口额变化分析 81
- 三、进口来源地区分析 82
- 四、进口价格变动分析 82
- 五、进口影响因素分析 83
- 六、2024-2029年行业进口趋势分析 83
- 第二节 我国进口电梯消费市场发展问题 83
- 一、我国进口电梯消费市场的主要现实问题 83
- 二、加快发展我国进口电梯消费市场的对策 84
- 第三节 电梯出口情况分析 85
- 一、行业出口现状分析 85
- 二、出口额变化分析 86

- 三、出口国家流向分析 87
- 四、出口价格变动分析 87
- 五、出口影响因素分析 88
- 六、2024-2029年行业出口趋势分析 88
- 第四节 我国电梯出口面临的问题与对策 88
  - 一、我国电梯出口面临的问题 88
  - 二、对策分析 89
- 第八章 我国电梯行业产业链分析 91
  - 第一节 电梯行业产业链分析 91
    - 一、产业链结构分析 91
    - 二、与上下游行业之间的关联性 92
  - 第二节 电梯上游行业分析 92
    - 一、上游行业发展现状 92
    - 二、上游行业发展对电梯行业的影响 94
    - 三、2024-2029年上游行业发展趋势 94
  - 第三节 电梯下游行业分析 95
    - 一、电梯下游分布 95
    - 二、下游行业发展现状 95
    - 三、下游行业发展对电梯行业的影响 95
    - 四、2024-2029年下游行业发展趋势 95
- 第九章 中国电梯市场价格及营销渠道分析 97
  - 第一节 电梯产品价格分析 97
    - 一、电梯价格分析 97
    - 二、影响电梯价格的因素分析 97



|                     |     |
|---------------------|-----|
| 第二节 电梯营销渠道分析        | 98  |
| 第三节 电梯营销中存在的不足      | 99  |
| 第三部分 行业竞争格局         |     |
| 第十章 我国电梯行业竞争形势及策略   | 102 |
| 第一节 行业总体市场竞争状况分析    | 102 |
| 一、电梯行业波特五力分析        | 102 |
| 1、现有企业间竞争           | 102 |
| 2、潜在进入者分析           | 102 |
| 3、替代品威胁分析           | 102 |
| 4、供应商议价能力           | 102 |
| 5、客户议价能力            | 103 |
| 6、竞争结构特点总结          | 103 |
| 二、电梯行业集中度分析         | 104 |
| 三、电梯行业区域集中度分析       | 104 |
| 第二节 电梯行业SWOT分析      | 104 |
| 一、电梯行业优势分析          | 104 |
| 二、电梯行业劣势分析          | 104 |
| 三、电梯行业机会分析          | 105 |
| 四、电梯行业威胁分析          | 105 |
| 第三节 中外电梯行业竞争格局分析    | 105 |
| 一、中国电梯市场中外品牌发展模式比较  | 105 |
| 二、本土电梯企业积极拓展海外市场    | 106 |
| 第十一章 电梯行业领先企业经营形势分析 | 107 |
| 第一节 上海三菱电梯有限公司      | 107 |

|                |     |
|----------------|-----|
| 一、企业发展概况       | 107 |
| 二、主营业务分析       | 107 |
| 三、经营状况分析       | 107 |
| 四、竞争优势分析       | 107 |
| 五、企业最新动态       | 108 |
| 第二节 通力电梯有限公司   | 108 |
| 一、企业发展概况       | 108 |
| 二、主营业务分析       | 109 |
| 三、经营状况分析       | 110 |
| 四、竞争优势分析       | 110 |
| 五、企业最新动态       | 111 |
| 第三节 日立(中国)有限公司 | 112 |
| 一、企业发展概况       | 112 |
| 二、主营业务分析       | 113 |
| 三、经营状况分析       | 113 |
| 四、竞争优势分析       | 114 |
| 五、企业最新动态       | 114 |
| 第四节 康力电梯股份有限公司 | 114 |
| 一、企业发展概况       | 114 |
| 二、主营业务分析       | 115 |
| 三、经营状况分析       | 115 |
| 四、竞争优势分析       | 116 |
| 五、企业最新动态       | 119 |
| 第五节 东芝(中国)有限公司 | 120 |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 一、企业发展概况                | 120 |
| 二、主营业务分析                | 122 |
| 三、经营状况分析                | 122 |
| 四、竞争优势分析                | 122 |
| 五、企业最新动态                | 123 |
| 第六节 华升富士达电梯有限公司         | 124 |
| 一、企业发展概况                | 124 |
| 二、主营业务分析                | 124 |
| 三、经营状况分析                | 124 |
| 四、竞争优势分析                | 124 |
| 五、企业最新动态                | 125 |
| 第七节 奥的斯电梯(中国)投资有限公司     | 125 |
| 一、企业发展概况                | 125 |
| 二、主营业务分析                | 126 |
| 三、经营状况分析                | 126 |
| 四、竞争优势分析                | 127 |
| 五、企业最新动态                | 127 |
| 第八节 迅达(中国)电梯有限公司        | 128 |
| 一、企业发展概况                | 128 |
| 二、主营业务分析                | 128 |
| 三、经营状况分析                | 128 |
| 四、竞争优势分析                | 129 |
| 五、企业最新动态                | 129 |
| 第四部分 行业发展趋势             |     |
| 第十二章 2024-2029年电梯行业发展预测 | 130 |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 第一节 2024-2029年电梯市场发展前景     | 130 |
| 一、2024-2029年电梯行业发展潜力       | 130 |
| 二、2024-2029年电梯行业出口前景       | 131 |
| 三、2024-2029年电梯市场规模预测       | 131 |
| 四、2024-2029年电梯细分行业发展前景     | 132 |
| 第二节 2024-2029年电梯行业技术发展趋势预测 | 132 |
| 一、电梯整体行业技术发展趋势预测           | 132 |
| 二、电梯细分行业技术发展趋势预测           | 134 |
| 第十三章 2024-2029年电梯行业投资策略研究  | 136 |
| 第一节 行业盈利模式分析               | 136 |
| 第二节 行业投资风险分析               | 138 |
| 一、政策风险                     | 138 |
| 二、经营风险                     | 138 |
| 三、技术风险                     | 138 |
| 四、市场风险                     | 140 |
| 五、财务风险                     | 140 |
| 第三节 国内外电梯行业投资现状分析          | 141 |
| 一、国外投资现状                   | 141 |
| 二、国内投资现状                   | 141 |
| 第四节 电梯行业投资机会分析             | 142 |
| 一、区域市场投资机会                 | 142 |
| 二、国际市场投资机会                 | 143 |
| 三、产业链投资机会                  | 143 |
| 四、细分行业投资机会                 | 144 |
| 第十四章 电梯行业发展战略研究            | 146 |

第一节 影响我国电梯行业发展的因素 146

一、市场整合成长趋势 146

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 146

三、企业区域市场拓展的趋势 147

四、科研开发趋势及替代技术进展 147

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 147

第二节 中国电梯行业存在的问题及对策 148

一、中国电梯行业存在的问题 148

二、电梯行业发展的建议对策 149

第三节 对我国电梯品牌的战略思考 150

一、电梯品牌的重要性 150

二、电梯实施品牌战略的意义 152

三、电梯企业品牌的现状分析 152

四、我国电梯企业品牌战略管理的策略 152

第四节 电梯企业经营策略分析 155

一、电梯行业市场细分策略 155

二、电梯行业市场创新策略 156

三、品牌定位与品类规划 157

四、电梯产品差异化战略 158

第五节 电梯行业发展战略研究 159

附录： 162

一、“十四五”国家战略性新兴产业发展规划 162

二、中国制造2025 1

三、《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》 1

图表目录

- 图表：2019-2023年特种设备数量分类比例图 8
- 图表：产业生命周期一览表 15
- 图表：2019-2023年城镇新增就业人数统计 32
- 图表：2019-2023年全员劳动生产率统计 33
- 图表：2019-2023年人口数及其构成 33
- 图表：2019-2023年全国人口健康威胁前五检测率趋势图 34
- 图表：2019-2023年全国男性健康威胁前五检测率趋势图 35
- 图表：2019-2023年全国女性健康威胁前五检测率趋势图 35
- 图表：2019-2023年研究生招生数量及增速 37
- 图表：2019-2023年研究生毕业数量及增速 37
- 图表：2019-2023年我国电梯保有量示意图 42
- 图表：2019-2023年欧洲电梯需求规模 49
- 图表：2019-2023年欧洲电梯保有量 50
- 图表：2024-2029年欧洲需求量预测 50
- 图表：2019-2023年北美电梯市场保有量 55
- 图表：2019-2023年北美电梯市场需求量 55
- 图表：2024-2029年北美需求预测 56
- 图表：2019-2023年亚洲电梯市场保有量 56
- 图表：2019-2023年亚洲电梯市场需求量 57
- 图表：2024-2029年亚洲需求量预测 57
- 图表：2019-2023年非洲/中东电梯保有量及需求量预测 58
- 图表：2019-2023年电梯行业资产规模分析 67
- 图表：2019-2023年电梯行业市场规模分析 67
- 图表：2019-2023年电梯行业销售收入分析 68

- 图表：2019-2023年电梯行业销售成本分析 68
- 图表：2019-2023年电梯行业利润分析 69
- 图表：2019-2023年电梯行业盈利能力分析 70
- 图表：2019-2023年电梯行业偿债能力分析 71
- 图表：2019-2023年电梯行业营运能力分析 71
- 图表：2019-2023年电梯行业发展能力分析 72
- 图表：2019-2023年电梯行业总量分析 73
- 图表：2019-2023年电梯行业总产值分析 74
- 图表：2019-2023年电梯行业产销率分析 78
- 图表：2019-2023年1-12月载客电梯进口额 81
- 图表：2019-2023年1-12月载客电梯进口来源地区 82
- 图表：2019-2023年1-12月载客电梯进口价格变动分析 82
- 图表：2024-2029年行业进口趋势分析 83
- 图表：2019-2023年1-12月载客电梯出口额 86
- 图表：2019-2023年1-12月载客电梯出口国家流向 87
- 图表：2019-2023年1-12月出口价格变动分析 87
- 图表：2024-2029年载客电梯出口数量趋势 88
- 图表：电梯产业链 91
- 图表：2019-2023年康力电梯盈利能力分析 115
- 图表：2019-2023年康力电梯成长能力分析 115
- 图表：2019-2023年康力电梯偿债能力分析 116
- 图表：2019-2023年康力电梯营运能力分析 116
- 图表：2017-2023年电梯市场规模预测 131
- 图表：品类管理流程 158

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20180113/97374.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)