2026-2031年电梯行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

近年来，随着中国地铁、车站、机场、码头等公共交通设施迅速发展，电梯、自动扶梯、自动人行道(统称电梯)等特种设备大量服务于公共交通领域，成为人民群众日常出行不可或缺的设备。同时，伴随经济的快速发展和城镇化进程的不断深入，中国的电梯行业也正经历着一个高速发展期。

电梯安全不仅与产品质量有关，且与安装和维保也有很大关联，世界上1/3的电梯和自动扶梯已经服务了超20年，而近10年来电梯扶梯技术突飞猛进发展，一些以往无法实现的新功能近期终于得以实现，现代的更新改造技术可以实现快速实现更新升级。

全球电梯更新改造市场超2/3集中在欧美地区，每年增速保持10%左右，在电梯保有量增长而新增需求增速放缓的大趋势下，未来维修和改造需求有望成为电梯市场重要组成部分。

中国人口基数较大，尽管电梯产量飞速增长，中国电梯的市场需求远未达到饱和的程度。中国在用电梯的人均拥有量仍只是世界平均水平的一半，与发达国家相比，则仅仅是1/10-1/20，随着中国经济逐步复苏，在中国城镇化建设加速的背景下，中国在今后相当长的时间内仍将是全球最大的电梯市场。近几年来，中国电梯行业产量实现稳步增长，且增幅有所增大。

未来，在“中国制造2025”的推动下，智能化将成为电梯企业转型改革的方向。一方面，在电梯制造过程中，电梯企业要实现智能化转型，需要促进电梯制造技术改造升级，实现对现有生产设备及技术进行升级改造，积极探索电梯领域智能化工厂的建设，让电梯产品在智能装备领域得到更大发展空间。另一方面，电梯的智能化水平决定电梯产品与服务质量的优劣。电梯企业要加大在智能化、高端技术领域上的投入以及对核心技术的掌握，才能不断升级电梯体系智能化水平，实现产品智能化、生产智能化、管理智能化以及服务智能化，从而实现企业转型升级，提升行业竞争力和电梯品牌地位。

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、国家工信部、国家发改委、中国电梯协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国电梯及各相关行业的发展状况、市场供需形势、发展趋势等进行了分析，并重点分析了中国电梯行业发展状况和特点，以及中国电梯行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对电梯行业进行了趋向研判，是电梯企业、科研、投资机构等单位准确了解目前电梯发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 电梯行业发展综述

第一节 电梯行业相关概念概述

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

第二节 电梯行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 最近3-5年中国电梯行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 电梯行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 电梯行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、电梯行业相关标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、电梯产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、电梯产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、电梯技术分析

二、电梯技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

四、技术环境对行业的影响

第三章 国际电梯行业市场竞争分析

第一节 国际电梯市场竞争分析

一、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

二、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

三、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

四、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

五、国际电梯行业竞争格局分析

六、国际电梯市场发展趋势分析

第二节 国际电梯品牌在华竞争分析

一、瑞士迅达集团(shindler)

1、迅达集团在华布局情况

2、近年迅达集团在华经营情况

3、迅达集团的技术发展情况

4、不同阶段迅达集团的发展战略分析

二、德国蒂森克虏伯(thyssen)

1、蒂森克虏伯在华布局情况

2、近年蒂森克虏伯在华经营情况

3、蒂森克虏伯的技术发展情况

4、不同阶段蒂森克虏伯的发展战略分析

三、美国奥的斯(otis)

1、奥的斯在华布局情况

2、近年奥的斯在华经营情况

3、奥的斯的技术发展情况

4、不同阶段奥的斯的发展战略分析

四、芬兰通力(kone)

1、通力在华布局情况

2、近年通力在华经营情况

3、通力的技术发展情况

4、不同阶段通力的发展战略分析

五、日本三菱(mitsubishi)

1、三菱在华布局情况

2、近年三菱在华经营情况

3、三菱的技术发展情况

4、不同阶段三菱的发展战略分析

六、日本日立(hitachi)

1、日立在华布局情况

2、近年日立在华经营情况

3、日立的技术发展情况

4、不同阶段日立的发展战略分析

七、日本东芝(toshiba)

1、东芝在华布局情况

2、近年东芝在华经营情况

3、东芝的技术发展情况

4、不同阶段东芝的发展战略分析

八、日本富士达(fujitec)

1、富士达在华布局情况

2、近年富士达在华经营情况

3、富士达的技术发展情况

4、不同阶段富士达的发展战略分析

第二部分 行业深度分析

第四章 中国电梯行业运行现状分析

第一节 中国电梯行业发展状况分析

一、中国电梯行业发展阶段

二、中国电梯行业发展概况

三、中国电梯行业发展特点

四、电梯行业运营模式分析

第二节 2021-2026年电梯行业发展现状

一、2021-2026年中国电梯行业发展分析

二、2021-2026年中国电梯企业发展分析

1、中外电梯企业发展对比

2、电梯企业发展动态的那些

第三节 2021-2026年电梯市场情况分析

一、2021-2026年中国电梯市场总体概况

二、2021-2026年中国电梯产品市场发展分析

1、中外电梯产品对比分析

2、中国电梯产品发展情况

第五章 中国电梯行业整体运行指标分析

第一节 2021-2026年中国电梯行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2021-2026年中国电梯行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第三节 中国电梯市场供需分析

一、2021-2026年中国电梯行业供给情况

1、中国电梯行业供给分析

2、中国电梯行业产品规模分析

3、重点企业市场占有份额

二、2021-2026年中国电梯行业需求情况

1、电梯行业需求市场

2、电梯行业客户结构

3、电梯行业需求的地区差异

三、2021-2026年中国电梯行业供需平衡分析

第三部分 市场全景调研

第六章 中国电梯行业产品市场分析

第一节 电梯行业产品特征

第二节 按结构分产品市场分析

一、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

二、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

第三节 按速度分产品市场分析

一、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

二、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

第四节 节能电梯市场分析

一、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

二、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

三、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

四、节能电梯推广存在难度

五、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

第七章 中国电梯行业招投标市场分析

第一节 电梯行业招投标环境分析

一、行业销售模式分析

二、行业设备投招标特点

三、电梯招投标注意事项

第二节 电梯行业招标技术评价指标

一、电梯品牌

二、曳引机驱动装置、

三、控制柜电气控制、

四、门机系统

五、电梯功能

六、安装质量

七、售后服务

八、其他技术评价指标

第三节 政府电梯采购分析

一、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

二、政府电梯采购特点

三、国内企业投标壁垒

四、政府电梯招标趋势

五、政府电梯招标前景

第八章 中国电梯行业维修服务市场分析

第一节 电梯维修服务市场现状

一、电梯保有量分析

二、电梯维修市场规模分析

三、电梯运营安全隐患分析

四、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

五、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

第二节 主要电梯维修服务市场分析

一、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

二、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

三、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

第三节 电梯维修服务市场竞争分析

一、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

二、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

第四节 中国电梯维修服务市场前景

一、电梯维修市场发展趋势分析

二、电梯维修市场发展前景预测

第九章 中国电梯行业下游应用市场需求分析

第一节 电梯行业需求影响因素分析

一、房地产市场分析

二、城市化进程分析

三、轨道交通建设分析

四、旧大楼加装或改装电梯

五、电梯出口预测稳步增长

六、维保服务市场重要性凸显

第二节 房地产领域电梯需求分析

一、房地产与电梯行业相关性分析

二、房地产行业对电梯的需求分析

1、住宅领域电梯需求分析

2、商业地产电梯需求分析

第三节 交通基础设施领域电梯需求分析

一、轨道交通行业发展分析

二、轨道交通行业发展趋势

三、轨道交通市场电梯需求

第四节 电梯更新改造市场需求分析

一、电梯更新市场需求分析

二、电梯改造市场需求分析

第五节 电梯行业发展趋势与前景预测

一、行业发展趋势分析

二、行业发展前景预测

第四部分 竞争格局分析

第十章 2026-2031年电梯行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、电梯行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、电梯行业集中度分析

三、电梯行业swot分析

第二节 2021-2026年电梯行业竞争格局分析

一、2021-2026年国内外电梯竞争分析

二、2021-2026年中国电梯市场竞争分析

三、2021-2026年国内主要电梯企业动向

第三节 中国电梯行业竞争力分析

一、中国电梯行业竞争力分析

二、中国电梯竞争力优势分析

三、电梯行业主要企业竞争力分析

第四节 电梯市场竞争策略分析

第十一章 2026-2031年电梯行业领先企业经营形势分析

第一节 快意电梯股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第二节 康力电梯股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第三节 沈阳远大智能工业集团股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业销售渠道及售后服务分析

五、企业优劣势分析

六、企业经营情况分析

第四节 广州广日电梯工业有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第五节 西继迅达(许昌)电梯有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第六节 申龙电梯股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第七节 北京京城中奥电梯有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第八节 山东百斯特电梯有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第九节 常州电梯厂有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第十节 永大电梯设备(中国)有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业市场份额分析

四、企业产值和销售量分析

五、企业销售渠道及售后服务分析

六、企业优劣势分析

七、企业经营情况分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 2026-2031年电梯行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年电梯市场发展前景

一、2026-2031年电梯市场发展潜力

二、2026-2031年电梯市场发展前景展望

三、2026-2031年电梯细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年电梯市场发展趋势预测

一、2026-2031年电梯行业发展趋势

二、2026-2031年电梯市场规模预测

1、电梯行业市场规模预测

2、电梯行业营业收入预测

三、2026-2031年电梯行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国电梯行业供需预测

一、2026-2031年中国电梯行业供给预测

二、2026-2031年中国电梯行业产量预测

三、2026-2031年中国电梯投资规模预测

四、2026-2031年中国电梯行业需求预测

五、2026-2031年中国电梯行业供需平衡预测

第十三章 2026-2031年电梯行业投资机会与风险防范

第一节 电梯行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、电梯行业投资现状分析

第二节 2026-2031年电梯行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、电梯行业投资机遇

第三节 2026-2031年电梯行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国电梯行业投资建议

一、电梯行业未来发展方向

二、电梯行业主要投资建议

三、中国电梯企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十四章 2026-2031年电梯行业面临的困境及对策

第一节 2021-2026年电梯行业面临的困境

第二节 电梯企业面临的困境及对策

一、重点电梯企业面临的困境及对策

二、中小电梯企业发展困境及策略分析

三、国内电梯企业的出路分析

第三节 中国电梯行业存在的问题及对策

一、中国电梯行业存在的问题

二、电梯行业发展的建议对策

第四节 中国电梯市场发展面临的挑战与对策

一、中国电梯市场发展面临的挑战

二、中国电梯市场发展对策分析

第十五章 电梯行业发展战略研究

第一节 电梯行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国电梯品牌的战略思考

一、电梯品牌的重要性

二、电梯实施品牌战略的意义

三、电梯企业品牌的现状分析

四、中国电梯企业的品牌战略

五、电梯品牌战略管理的策略

第三节 电梯经营策略分析

一、电梯市场细分策略

二、电梯市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、电梯新产品差异化战略

第四节 电梯行业投资战略研究

一、2026-2031年电梯行业投资战略

二、2026-2031年细分行业投资战略

第十六章 研究结论及发展建议

第一节 电梯行业研究结论及建议

第二节 电梯子行业研究结论及建议

图表目录

图表：2021-2026年电梯制造行业经营效益分析

图表：2021-2026年中国电梯制造行业盈利能力分析

图表：2021-2026年中国电梯制造行业运营能力分析

图表：2021-2026年中国电梯制造行业偿债能力分析

图表：2021-2026年中国电梯制造行业发展能力分析

图表：2021-2026年中国电梯生产量变化情况

图表：2021-2026年中国电梯保有量变化情况

图表：2021-2026年中国电梯制造行业经营规模情况

图表：2021-2026年中国电梯制造行业经营效益情况

图表：2021-2026年全国电梯行业工业产值变化情况

图表：2021-2026年中国电梯制造行业产值省市分布情况

图表：2021-2026年全国电梯行业产成品变化情况

图表：2026-2031年电梯行业市场规模预测

图表：2026-2031年电梯行业营业收入预测

图表：2026-2031年中国电梯行业供给预测

图表：2026-2031年中国电梯投资规模预测

图表：2026-2031年中国电梯企业规模预测

图表：2026-2031年中国电梯行业需求预测

图表：2026-2031年中国电梯行业供需平衡预测

把握投资 决策经营！

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

报告编号：110255

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20190306/110255.shtml

在线订购：点击这里