

2026-2031年中国电梯行业调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

电梯是指服务于建筑物内若干特定的楼层，其轿厢运行在至少两列垂直于水平面或与铅垂线倾斜角小于15°的刚性轨道运动的永久运输设备。也有台阶式，踏步板装在履带上连续运行，俗称自动扶梯或自动人行道。服务于规定楼层的固定式升降设备。垂直升降电梯具有一个轿厢，运行在至少两列垂直的或倾斜角小于15°的刚性导轨之间。轿厢尺寸与结构形式便于乘客出入或装卸货物。习惯上不论其驱动方式如何，将电梯作为建筑物内垂直交通运输工具的总称。按速度可分低速电梯(4米/秒以下)、快速电梯4~12米/秒)和高速电梯(12米/秒以上)。19世纪中期开始出现液压电梯，至今仍在低层建筑物上应用。1852年，美国的E.G.奥蒂斯研制出钢丝绳提升的安全升降机。80年代，驱动装置有进一步改进，如电动机通过蜗杆传动带动缠绕卷筒、采用平衡重等。19世纪末，采用了摩擦轮传动，大大增加电梯的提升高度。

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、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内电梯行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，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。本报告是电梯行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

报告目录

第一章 国际电梯行业发展分析

第一节 国际电梯市场发展概况

一、全球电梯在用台量分析(2021-2026年，细分大洲)

二、全球电梯市场容量分析(2021-2026年，细分大洲)

三、全球电梯生产台量分析(2021-2026年，细分大洲)

四、全球主要电梯厂商及其市场份额(2021-2026年)

第二节 亚洲电梯市场发展概况

2021-2026年亚洲电梯市场主要电梯厂商及市场容量分析，其他细分内容

第三节 欧洲电梯市场发展概况

2021-2026年欧洲电梯市场主要电梯厂商及市场容量分析，其他细分内容

第四节 主要国家电梯市场发展现状

一、澳大利亚电梯市场

1、电梯行业发展历程(含发展历程图)

2、电梯行业市场现状(含市场容量、主要电梯厂商)

3、电梯行业发展趋势(含市场容量预测)

二、英国电梯市场

1、电梯行业发展历程(含发展历程图)

2、电梯行业市场现状(含市场容量、主要电梯厂商)

3、电梯行业发展趋势(含市场容量预测)

三、韩国电梯市场

1、电梯行业发展历程(含发展历程图)

2、电梯行业市场现状(含市场容量、主要电梯厂商)

3、电梯行业发展趋势(含市场容量预测)

四、美国电梯市场

1、电梯行业发展历程(含发展历程图)

2、电梯行业市场现状(含市场容量、主要电梯厂商)

3、电梯行业发展趋势(含市场容量预测)

五、土耳其电梯市场

1、电梯行业发展历程(含发展历程图)

2、电梯行业市场现状(含市场容量、主要电梯厂商)

3、电梯行业发展趋势(含市场容量预测)

第二章 中国电梯行业出口市场分析

第一节 中国电梯产品出口量出口金额及增长情况(2021-2026年)

第二节 国际经济形势对电梯产品出口影响的分析

第三节 中国电梯行业出口前景及建议

第三章 中国电梯行业运行现状分析

第一节 中国电梯行业总体规模分析(2021-2026年)

一、企业数量及结构分析

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(在用量 市场容量 生产台量)

第二节 中国电梯行业市场竞争格局

一、行业竞争格局

二、行业集中度

三、行业竞争力

第三节 中国电梯行业财务指标分析

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

第四章 中国电梯细分区域调研分析

第一节 华东地区

一、华东地区电梯发展现状

二、华东地区电梯发展特征分析

三、华东地区电梯发展趋势分析

第二节 华南地区

一、华南地区电梯发展现状

二、华南地区电梯发展特征分析

三、华南地区电梯发展趋势分析

第三节 华中地区

一、华中地区电梯发展现状

二、华中地区电梯发展特征分析

三、华中地区电梯发展趋势分析

第四节 华北地区

一、华北地区电梯发展现状

二、华北地区电梯发展特征分析

三、华北地区电梯发展趋势分析

第五节 西北地区

一、西北地区电梯发展现状

二、西北地区电梯发展特征分析

三、西北地区电梯发展趋势分析

第六节 西南地区

一、西南地区电梯发展现状

二、西南地区电梯发展特征分析

三、西南地区电梯发展趋势分析

第七节 东北地区

一、东北地区电梯发展现状

二、东北地区电梯发展特征分析

三、东北地区电梯发展趋势分析

第五章 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、自动扶梯需求规模预测

三、按速度分产品市场分析

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

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

第六章 电梯产品价格调研分析

第一节 电梯价格特征分析

第二节 电梯主要品牌企业价位分析(上海三菱电梯 通力电梯 奥的斯电梯等)

第三节 电梯价格与成本的关系

第四节 电梯价格策略分析

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、行业设备招投标特点

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 中国电梯行业维保服务市场分析

第一节 中国电梯维保市场现状

一、电梯维保市场基本面分析(保有量 在册企业数量 从业人数等)

二、电梯维保市场特点(行业集中度等)

三、电梯维保市场盈利能力分析(维保市场收入 利润 其他盈利能力指标)

第二节 国外主要电梯维保市场分析

一、美国电梯维保市场分析

1、美国电梯维保周期

2、美国电梯维保费用分摊

二、香港电梯维保市场分析

1、香港电梯维保周期

2、香港电梯维保费用分摊

三、先进模式电梯维保服务启示

1、对中国电梯保养市场的启示

2、对中国电梯维保费用分摊及管理的启示

第三节 中国电梯维保市场竞争分析

一、电梯维保区域竞争分析

1、电梯维保市场类型

2、电梯维保市场区域分布及特点

二、国内电梯维保服务商生存现状

第四节 中国电梯保养服务市场前景

一、电梯保养市场发展趋势分析

二、电梯保养市场发展前景预测

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(定量分析)

一、房地产市场分析

二、城市化进程分析

三、城市更新进程分析

四、轨道交通建设分析

五、旧楼加装电梯分析

六、电梯出口预测增长分析

七、维保服务市场重要性分析

第二节 房地产领域电梯需求分析

一、住宅领域电梯需求分析

二、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

第十章 中国电梯行业领先企业经营对标分析

第一节 上海三菱

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、2026-2031年发展战略

第二节 通力电梯

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优劣势

六、2026-2031年发展战略

第三节 奥的斯电梯

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优劣势

六、2026-2031年发展战略

第四节 东芝电梯

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优劣势

六、2026-2031年发展战略

第五节 迅达电梯

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优劣势

六、2026-2031年发展战略

第六节 蒂森克虏伯电梯

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优劣势

六、2026-2031年发展战略

第七节 富士达电梯

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优劣势

六、2026-2031年发展战略

第八节 江南嘉捷电梯

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、2026-2031年发展战略

第九节 康力电梯

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、2026-2031年发展战略

第十节 杭州西奥电梯

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、2026-2031年发展战略

第十一节 申龙电梯

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优劣势

六、2026-2031年发展战略

第十二节 快意电梯

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优劣势

六、2026-2031年发展战略

第十三节 梅轮电梯

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优劣势

六、2026-2031年发展战略

第十四节 广日电梯

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优劣势

六、2026-2031年发展战略

第十五节 博林特

一、企业基本情况

二、企业主要产品/服务特色

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、2026-2031年发展战略

第十一章 2026-2031年电梯行业前景展望

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

三、2026-2031年电梯行业发展趋势

第二节 2026-2031年中国电梯行业供需预测

一、2026-2031年中国电梯市场规模预测

二、2026-2031年中国电梯行业供给预测

三、2026-2031年中国电梯行业需求预测

第三节 中国电梯行业存在的问题及对策

一、电梯行业存在的问题

二、电梯行业发展的对策

第十二章 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

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

报告编号：140969

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20191012/140969.shtml>

在线订购：[点击这里](#)