

## 2024-2029年中国电梯行业深度调研与发展研究咨询报告

## 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。

从投资的角度讲，房屋限购政策一出，对于为社会消费奉献最大的中产阶级，希望依靠房产交易推动资产流动的愿望落空，影响交易急速走低，房产作为将来投资的吸引力减弱，人们会考虑将更多机会投向其他领域，导致固定资产投资增速下降。电梯承载的投资价值降低，这对电梯业发展影响较大。对于电梯企业来说，制造电梯所需的原材料，只要合理控制要人工成本也能够保持合适利润空间。

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 1

## 第一节 国际电梯市场发展概况 1

## 一、全球电梯在用台量分析 1

## 二、全球电梯市场容量分析 1

## 三、全球电梯生产台量分析 2

## 四、全球主要电梯厂商及其市场份额 3

## 第二节 主要国家电梯市场发展现状 5

## 一、澳大利亚电梯市场 5

1、电梯行业发展历程	5
2、电梯行业市场现状	5
3、电梯行业发展趋势	6
二、英国电梯市场	6
1、电梯行业发展历程	6
2、电梯行业市场现状	7
3、电梯行业发展趋势	8
三、韩国电梯市场	8
1、电梯行业发展历程	8
2、电梯行业市场现状	9
3、电梯行业发展趋势	10
四、美国电梯市场	11
1、电梯行业发展历程	11
2、电梯行业市场现状	11
3、电梯行业发展趋势	12
五、土耳其电梯市场	13
1、电梯行业发展历程	13
2、电梯行业市场现状	13
3、电梯行业发展趋势	14
第三节 欧洲电梯市场发展概况	14
第四节 亚洲电梯市场发展概况	14
第二章 中国电梯行业出口市场分析	16
第一节 中国电梯产品出口量出口金额及增长情况	16
第二节 国际经济形势对电梯产品出口影响的分析	17

第三节 中国电梯行业出口前景及建议	18
第三章 中国电梯行业运行现状分析	20
第一节 中国电梯行业总体规模分析(2019-2023年)	20
一、企业数量及结构分析	20
二、人员规模状况分析	20
三、行业资产规模分析	21
四、行业市场规模分析(在用量市场容量生产台量)	22
第二节 中国电梯行业市场竞争格局	24
一、行业竞争格局	24
二、行业集中度	25
三、行业竞争力	25
第三节 中国电梯行业财务指标分析	26
一、行业盈利能力分析	26
二、行业偿债能力分析	27
三、行业营运能力分析	27
四、行业发展能力分析	28
第四章 中国电梯细分区域调研分析	29
第一节 华东地区	29
一、华东地区电梯发展现状	29
二、华东地区电梯发展特征分析	29
三、华东地区电梯发展趋势分析	29
第二节 华南地区	31
一、华南地区电梯发展现状	31
二、华南地区电梯发展特征分析	31

- 三、华南地区电梯发展趋势分析 31
- 第三节 华中地区 32
  - 一、华中地区电梯发展现状 32
  - 二、华中地区电梯发展特征分析 32
  - 三、华中地区电梯发展趋势分析 32
- 第四节 华北地区 33
  - 一、华北地区电梯发展现状 33
  - 二、华北地区电梯发展特征分析 33
  - 三、华北地区电梯发展趋势分析 33
- 第五节 西北地区 34
  - 一、西北地区电梯发展现状 34
  - 二、西北地区电梯发展特征分析 34
  - 三、西北地区电梯发展趋势分析 34
- 第六节 西南地区 35
  - 一、西南地区电梯发展现状 35
  - 二、西南地区电梯发展特征分析 35
  - 三、西南地区电梯发展趋势分析 35
- 第七节 东北地区 37
  - 一、东北地区电梯发展现状 37
  - 二、东北地区电梯发展特征分析 37
  - 三、东北地区电梯发展趋势分析 38
- 第五章 中国电梯行业产品市场分析 40
  - 第一节 电梯行业产品特征 40
  - 第二节 按结构分产品市场分析 53

- 一、垂直电梯市场分析 53
  - 1、垂直电梯市场规模分析 53
  - 2、垂直电梯需求规模预测 53
- 二、自动扶梯市场分析 54
  - 1、自动扶梯市场规模分析 54
  - 2、自动扶梯需求规模预测 55
- 三、按速度分产品市场分析 55
  - 1、中低速电梯市场分析 55
    - ①中低速电梯市场概况 55
    - ②中低速电梯发展趋势 55
    - ③中中低速电梯需求前景 56
  - 2、高速电梯市场分析 56
    - ①高速电梯市场概况 56
    - ②高速电梯发展趋势 57
    - ③高速电梯需求前景 57
- 第六章 电梯产品价格调研分析 59
  - 第一节 电梯价格特征分析 59
  - 第二节 电梯主要品牌企业价位分析 60
  - 第三节 电梯价格与成本的关系 65
  - 第四节 电梯价格策略分析 65
- 第七章 中国电梯行业招投标市场分析 67
  - 第一节 电梯行业招投标环境分析 67
    - 一、行业销售模式分析 67
    - 二、行业设备投招标特点 69

三、电梯招投标注意事项 71

第二节 电梯行业招标技术评价指标 74

一、电梯品牌 74

二、曳引机驱动装置 75

三、控制柜电气控制 76

四、门机系统 78

五、电梯功能 78

六、安装质量 107

七、售后服务 112

八、其他技术评价指标 114

第三节 政府电梯采购分析 115

一、政府电梯采购现状 115

1、政府采购市场概况 115

2、政府采购项目分析 115

3、项目竞标企业分析 116

二、政府电梯采购特点 116

三、国内企业投标壁垒 117

四、政府电梯招标趋势 118

五、政府电梯招标前景 120

第八章 中国电梯行业维保服务市场分析 122

第一节 中国电梯维保市场现状 122

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) 122

二、电梯维保市场特点(行业集中度等) 122

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) 123

## 第二节 其他国家和地区主要电梯维保市场分析 124

### 一、美国电梯维保市场分析 124

#### 1、美国电梯维保周期 124

#### 2、美国电梯维保费用分摊 124

### 二、香港电梯维保市场分析 125

#### 1、香港电梯维保周期 125

#### 2、香港电梯维保费用分摊 127

### 三、先进模式电梯维保服务启示 127

#### 1、对中国电梯保养市场的启示 127

#### 2、对中国电梯维保费用分摊及管理的启示 128

## 第三节 中国电梯维保市场竞争分析 128

### 一、电梯维保区域竞争分析 128

#### 1、电梯维保市场类型 128

#### 2、电梯维保市场区域分布及特点 128

### 二、国内电梯维保服务商生存现状 129

## 第四节 中国电梯保养服务市场前景 129

### 一、电梯保养市场发展趋势分析 129

### 二、电梯保养市场发展前景预测 129

## 第九章 中国电梯行业下游应用市场需求分析 131

### 第一节 电梯行业需求影响因素分析(定量分析) 131

#### 一、房地产市场分析 131

#### 二、城市化进程分析 131

#### 三、城市更新进程分析 131

#### 四、轨道交通建设分析 132

五、旧楼加装电梯分析	132
六、电梯出口预测增长分析	132
七、维保服务市场重要性分析	133
第二节 房地产领域电梯需求分析	133
一、住宅领域电梯需求分析	133
二、商业地产电梯需求分析	134
第三节 交通基础设施领域电梯需求分析	134
一、轨道交通行业发展分析	134
二、轨道交通行业发展趋势	134
三、轨道交通市场电梯需求	135
第四节 电梯更新改造市场需求分析	135
一、电梯更新市场需求分析	135
二、电梯改造市场需求分析	136
第五节 电梯行业发展趋势与前景预测	136
一、行业发展趋势分析	136
二、行业发展前景预测	137
第十章 中国电梯行业领先企业经营对标分析	138
第一节 上海三菱	138
一、企业基本情况	138
二、企业主要产品/服务特色	138
三、企业经营情况	139
四、企业销售渠道	141
五、企业竞争优劣势	141
六、2024-2029年发展战略	142



第二节 通力电梯 142

一、企业基本情况 142

二、企业主要产品/服务特色 142

三、企业经营情况 143

四、企业销售渠道 143

五、企业竞争优势劣势 144

六、2024-2029年发展战略 144

第三节 奥的斯电梯 144

一、企业基本情况 144

二、企业主要产品/服务特色 145

三、企业经营情况 145

四、企业销售渠道 146

五、企业竞争优势劣势 146

六、2024-2029年发展战略 147

第四节 东芝电梯 147

一、企业基本情况 147

二、企业主要产品/服务特色 148

三、企业经营情况 148

四、企业销售渠道 149

五、企业竞争优势劣势 149

六、2024-2029年发展战略 150

第五节 迅达电梯 150

一、企业基本情况 150

二、企业主要产品/服务特色 151

三、企业经营情况	151
四、企业销售渠道	152
五、企业竞争优劣势	152
六、2024-2029年发展战略	153
第六节 蒂森克虏伯电梯	153
一、企业基本情况	153
二、企业主要产品/服务特色	153
三、企业经营情况	154
四、企业销售渠道	154
五、企业竞争优劣势	155
六、2024-2029年发展战略	155
第七节 富士达电梯	155
一、企业基本情况	155
二、企业主要产品/服务特色	156
三、企业经营情况	156
四、企业销售渠道	157
五、企业竞争优劣势	158
六、2024-2029年发展战略	159
第八节 江南嘉捷电梯	159
一、企业基本情况	159
二、企业主要产品/服务特色	159
三、企业经营情况	160
四、企业销售渠道	161
五、企业竞争优劣势	161

六、2024-2029年发展战略 162

第九节 康力电梯 162

一、企业基本情况 162

二、企业主要产品/服务特色 162

三、企业经营情况 163

四、企业销售渠道 163

五、企业竞争优势 164

六、2024-2029年发展战略 164

第十节 杭州西奥电梯 165

一、企业基本情况 165

二、企业主要产品/服务特色 165

三、企业经营情况 166

四、企业销售渠道 166

五、企业竞争优势 166

六、2024-2029年发展战略 167

第十一节 申龙电梯 167

一、企业基本情况 167

二、企业主要产品/服务特色 167

三、企业经营情况 168

四、企业销售渠道 168

五、企业竞争优势 168

六、2024-2029年发展战略 169

第十二节 快意电梯 169

一、企业基本情况 169

二、企业主要产品/服务特色 169

三、企业经营情况 170

四、企业销售渠道 171

五、企业竞争优劣势 171

六、2024-2029年发展战略 172

第十三节 梅轮电梯 172

一、企业基本情况 172

二、企业主要产品/服务特色 172

三、企业经营情况 173

四、企业销售渠道 173

五、企业竞争优劣势 174

六、2024-2029年发展战略 175

第十四节 广日电梯 175

一、企业基本情况 175

二、企业主要产品/服务特色 175

三、企业经营情况 176

四、企业销售渠道 177

五、企业竞争优劣势 177

六、2024-2029年发展战略 178

第十五节 博林特 178

一、企业基本情况 178

二、企业主要产品/服务特色 180

三、企业经营情况 180

四、企业销售渠道 181

五、企业竞争优劣势	182
六、2024-2029年发展战略	182
第十一章 2024-2029年电梯行业前景展望	184
第一节 2024-2029年电梯市场发展前景	184
一、2024-2029年电梯市场发展潜力	184
二、2024-2029年电梯市场发展前景	184
三、2024-2029年电梯行业发展趋势	184
第二节 2024-2029年中国电梯行业供需预测	185
一、2024-2029年中国电梯市场规模预测	185
二、2024-2029年中国电梯行业供给预测	186
三、2024-2029年中国电梯行业需求预测	186
第三节 中国电梯行业存在的问题及对策	187
一、电梯行业存在的问题	187
二、电梯行业发展的对策	188
第十二章 电梯行业发展战略研究	190
第一节 电梯行业发展战略研究	190
一、战略综合规划	190
二、技术开发战略	190
三、业务组合战略	192
四、区域战略规划	193
五、产业战略规划	194
六、营销品牌战略	194
七、竞争战略规划	195
第二节 对中国电梯品牌的战略思考	196

- 一、电梯品牌的重要性 196
- 二、电梯实施品牌战略的意义 197
- 三、电梯企业品牌的现状分析 198
- 四、中国电梯企业的品牌战略 198
- 五、电梯品牌战略管理的策略 200
- 第三节 电梯经营策略分析 203
  - 一、电梯市场细分策略 203
  - 二、电梯市场创新策略 203
  - 三、品牌定位与品类规划 204
  - 四、电梯新产品差异化战略 205
- 第四节 电梯行业投资战略研究 206
  - 一、2024-2029年电梯行业投资战略 206
  - 二、2024-2029年细分行业投资战略 206

#### 图表目录

- 图表：2019-2023年全球在用电梯数量情况(单位：万台) 1
- 图表：2019-2023年全球各地区每万人电梯保有量情况 2
- 图表：2019-2023年全球电梯生产数量情况(单位：万台) 3
- 图表：2019-2023年全球主要电梯制造商市场份额 3
- 图表：澳大利亚电梯行业发展历程 5
- 图表：2019-2023年澳大利亚电梯保有量情况 5
- 图表：2019-2023年澳大利亚电梯市场竞争格局 6
- 图表：2019-2023年英国电梯保有量情况 7
- 图表：2019-2023年英国电梯市场竞争格局 8
- 图表：韩国电梯发展历程 9

- 图表：2019-2023年韩国电梯保有量情况 9
- 图表：2019-2023年韩国电梯市场竞争格局 10
- 图表：美国电梯行业发展历程 11
- 图表：2019-2023年美国电梯保有量情况 11
- 图表：土耳其电梯行业发展历程 13
- 图表：2019-2023年土耳其电梯保有量情况 13
- 图表：2019-2023年欧洲电梯市场保有量及新增数量 14
- 图表：2019-2023年欧洲电梯市场保有量及新增数量 15
- 图表：2019-2023年中国电梯出口数量情况 16
- 图表：2019-2023年中国电梯出口金额情况 16
- 图表：2019-2023年我国电梯主要出口地区分布情况 17
- 图表：2019-2023年中国电梯企业数量 20
- 图表：2019-2023年中国电梯从业人员数量 21
- 图表：2019-2023年中国电梯行业资产规模 22
- 图表：2019-2023年电梯在用量 22
- 图表：2019-2023年电梯市场容量 23
- 图表：2019-2023年电梯产量 24
- 图表：2019-2023年电梯行业盈利能力 26
- 图表：2019-2023年电梯行业偿债能力 27
- 图表：2019-2023年电梯行业营运能力 28
- 图表：2019-2023年电梯行业发展能力 28
- 图表：2019-2023年华东地区电梯市场销售量 29
- 图表：2019-2023年华南地区电梯市场销售量 31
- 图表：2019-2023年华中地区电梯市场销售量 32

- 图表：2019-2023年华北地区电梯市场销售量 33
- 图表：2019-2023年西北地区电梯市场销售量 34
- 图表：2019-2023年西南地区电梯市场销售量 35
- 图表：2019-2023年东北地区电梯市场销售量 37
- 图表：2019-2023年垂直电梯市场规模 53
- 图表：2024-2029年垂直电梯需求规模预测 53
- 图表：2019-2023年自动扶梯市场规模 54
- 图表：2024-2029年自动扶梯需求规模预测 55
- 图表：2019-2023年中低速电梯市场规模 55
- 图表：2019-2023年高速电梯市场规模 56
- 图表：不同品牌电梯价格及配置情况 59
- 图表：通力电梯1000千克载重电梯土建成本 63
- 图表：主流品牌电梯价格对比情况 64
- 图表：整机性能的试验与检测要求 110
- 图表：对试运行的监测 110
- 图表：2019-2023年上半年中国国内电梯行业市场占比 122
- 图表：2019-2023年上半年电梯维保行业市场占比 123
- 图表：2019-2023年上半年电梯维保行业盈利能力 124
- 图表：上海机电股份有限公司主要产品 138
- 图表：上海三菱电梯有限公司典型项目 140
- 图表：上海机电股份有限公司竞争优势 141
- 图表：通力电梯产品以及特色 142
- 图表：通力电梯联系方式 143
- 图表：通力电梯竞争优势 144



- 图表：奥的斯电梯公司产品及其服务特色 145
- 图表：奥的斯电梯公司销售渠道 146
- 图表：东芝电梯株式会社产品 148
- 图表：东芝电梯株式会社销售渠道 149
- 图表：迅达集团企业产品及其特色 151
- 图表：蒂森克虏伯电梯集团产品及其特色 153
- 图表：华升富士达电梯有限公司产品 156
- 图表：华升富士达电梯有限公司特色 156
- 图表：华升富士达电梯有限公司销售渠道 157
- 图表：江南嘉捷电梯产品及其特色 159
- 图表：康力电梯股份有限公司产品 162
- 图表：杭州西奥电梯有限公司产品 165
- 图表：申龙电梯股份有限公司产品 167
- 图表：快意电梯股份有限公司产品及其特色 169
- 图表：浙江梅轮电梯股份有限公司产品及其特色 172
- 图表：广州广日电梯工业有限公司产品 175
- 图表：广州广日电梯工业有限公司销售渠道 177
- 图表：博林特电梯产品 180
- 图表：2024-2029年中国电梯市场规模预测 185
- 图表：2024-2029年中国电梯行业供给预测 186
- 图表：2024-2029年中国电梯行业需求预测 186

**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/sc/20191024/142998.shtml>

在线订购：[点击这里](#)