

电梯行业市场发展分析及投资机会与风险展望研究报告(2024-2029版)

报告简介

中国电梯行业相对于发达国家起步较晚，大致可以分为四个发展阶段。第一阶段二十世纪上半叶，我国电梯行业发展主要是对进口电梯进行销售、安装维护保养等;第二阶段是1950-1979年，我国坚持独立自主、艰苦研制开发生产国产电梯设备;第三阶段是1980-2007年，伴随着中国国产电梯技术逐渐趋于成熟，以及房地产开发行业快速发展，电梯行业进入快速发展阶段;第四阶段是2008年至今，行业进入高速发展，目前我国成为世界最大的新装电梯市场和最大的电梯生产国。

在产业政策方面，由于电梯行业属于装备制造业，近年来国家进一步规范房地产建筑业以及推动旧改项目，电梯业也因此受益匪浅。近年来，我国发布了相关政策鼓励支持电梯行业的发展。

十四五期间，不同省份对该省电梯行业的发展都有所布局，各省份以对老旧小区加装电梯作为首要目标。为老旧小区加装电梯主要是为了社区适老化，以及提升建筑物的配套设备，以满足人群生活需求。同时各地还强调支持居民提取住房公积金用于加装电梯，政府同步出台既有住宅增设奖补资金的政策。

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、国内外相关报刊杂志的基础信息、电梯行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国电梯市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了电梯前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对电梯市场风险进行了预测，为电梯生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在电梯行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国电梯行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一章 电梯行业概述及相关技术指标

第一节 电梯产品概述

第二节 电梯产品性能参数

第三节 电梯替代品分析

第四节 电梯的用途及应用领域

第二章 2023年中国电梯市场发展关键因素分析

第一节 电梯市场规模分析

第二节 电梯市场主要竞争对手构成

第三节 电梯市场政治、经济、法律、技术环境分析

一、政治环境

二、经济环境

三、法律环境

四、技术环境

第四节 电梯市场发展驱动因素分析

一、产品优势

二、政策扶持

第三章 电梯生产工艺及技术路径分析

第一节 电梯各种生产方法及利弊对比分析

第二节 国内外电梯生产工艺及技术趋势

一、国外主流生产工艺介绍

二、国内主流生产工艺介绍

第三节 国内外电梯最新技术研发及应用情况

第四节 主要生产设备情况介绍

第四章 电梯市场容量分析

第一节 2021-2023年电梯市场容量统计

第二节 电梯下游应用市场结构

第三节 影响电梯市场容量增长的因素

第四节 2024-2029年我国电梯市场容量预测

第五章 电梯市场推广策略研究

第一节 电梯行业新品推广模式研究

第二节 电梯市场终端产品发布特点

第三节 电梯市场中间商、代理商参与机制

第四节 电梯市场网络推广策略研究

第五节 电梯市场广告宣传策略

第六节 电梯市场推广与配套供货渠道建立

第七节 电梯新产品推广常见问题

第六章 电梯营销渠道建立策略

第一节 电梯市场营销渠道结构

一、主力型渠道

二、紧凑型渠道

三、伙伴型渠道

四、松散型渠道

第二节 电梯市场伙伴型渠道研究

第三节 电梯市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

一、直接分销渠道

二、间接分销渠道(长渠道、短渠道)

第四节 网络经销渠道优化

第五节 渠道经销管理问题

一、现金流管理

二、货品进出物流管理

三、售后服务

第七章 电梯市场客户群研究与渠道匹配分析

第一节 电梯主要客户群消费特征分析

第二节 电梯主要销售渠道客户群稳定性分析

第三节 大客户经销渠道构建问题研究

第四节 渠道经销商维护策略研究

第五节 电梯市场客户群消费趋势发展方向

第八章 2022-2024年电梯原料行业发展的影响展望

第一节 我国电梯原料行业发展状况

一、电梯原料行业历史相关指标汇总

二、电梯原料相关指标汇总

三、电梯原料行业中电梯的替代情况

第二节 影响电梯原料行业发展的主要因素

第三节 2022-2024年电梯原料行业发展态势展望

一、2022-2024年电梯原料行业发展态势展望

二、2022-2024年电梯原料价格走势预测

第四节 2022-2024年电梯原料行业发展的影响展望

第九章 2024年中国电梯市场行情分析及发展预测

第一节 国内电梯市场发展回顾分析

第二节 2024-2029年电梯产量分析及预测

第三节 2024-2029年电梯需求量分析及预测

第四节 国内电梯进出口状况分析

第五节 2024-2029年中国电梯价格研究

一、电梯产品价格变化趋势

二、电梯产品价格影响因素分析

第六节 电梯主要下游消费领域构成分析

一、下游消费领域

二、下游产业发展预测

三、市场需求结构及份额构成

第十章 2023年中国主要电梯生产企业标杆分析

第一节 上海三菱电梯有限公司

一、企业基本情况介绍

二、生产规模分析

三、经营财务指标分析

四、产量及供需格局走势分析

第二节 奥的斯电梯(中国)投资有限公司

一、企业基本情况介绍

二、生产规模分析

三、经营财务指标分析

四、产量及供需格局走势分析

第三节 通力电梯有限公司

一、企业基本情况介绍

二、生产规模分析

三、经营财务指标分析

四、产量及供需格局走势分析

第四节 日立(中国)有限公司

一、企业基本情况介绍

二、生产规模分析

三、经营财务指标分析

四、产量及供需格局走势分析

第五节 迅达(中国)电梯有限公司

一、企业基本情况介绍

二、生产规模分析

三、经营财务指标分析

四、产量及供需格局走势分析

第六节 蒂升电梯有限公司

一、企业基本情况介绍

二、生产规模分析

三、经营财务指标分析

四、产量及供需格局走势分析

第七节 梅轮电梯股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、生产规模分析

三、经营财务指标分析

四、产量及供需格局走势分析

第八节 华升富士达电梯有限公司

一、企业基本情况介绍

二、生产规模分析

三、经营财务指标分析

四、产量及供需格局走势分析

第九节 康力电梯股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、生产规模分析

三、经营财务指标分析

四、产量及供需格局走势分析

第十节 永大电梯设备(中国)有限公司

一、企业基本情况介绍

二、生产规模分析

三、经营财务指标分析

四、产量及供需格局走势分析

第十一章 2022-2024年中国电梯行业投资机会风险展望

第一节 2022-2024年电梯行业投资机会

一、2022-2024年电梯行业主要领域投资机会

二、2022-2024年电梯行业出口市场投资机会

三、2022-2024年电梯行业企业的多元化投资机会

第二节 2022-2024年电梯行业投资风险展望

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第十二章 2023年对电梯行业主要研究结论及市场判断

第一节 对电梯市场行情的主要判断及结论

第二节 对电梯产品主要生产技术及工艺流程分析判断

第十三章 中道泰和独家策略建议

第一节 电梯技术开发注意要点及应对策略

一、电梯技术开发注意要点

二、电梯技术开发应对策略

第二节 电梯项目投资注意要点及应对策略

一、电梯项目投资注意要点

二、电梯项目投资应对策略

第三节 电梯行业产业链延伸策略

第四节 电梯产品市场及销售策略建议

图表目录

图表：电梯全球市场构成图

图表：电梯技术质量指标

图表：电梯理化性质一览图

图表：电梯生产工艺流程图

图表：电梯主要生产工艺及技术对比

图表：电梯下游需求领域构成图

图表：电梯市场发展驱动因素构成图

图表：电梯行业在建、拟建项目统计

图表：电梯产品主要生产厂家相关数据统计

图表：2023年电梯市场规模分析

图表：2023年电梯产品进出口情况

图表：2023年全球经济发展对电梯行业的影响

图表：2024-2029年电梯产品价格走势

图表：2024-2029年电梯产量分析及预测

图表：2024-2029年电梯需求量分析及预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20240115/486154.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)