中国电梯行业市场发展现状及前景趋势与投资分析研究报告(2026-2031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、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。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 电梯行业发展概述

第一节 电梯行业概述

一、定义

二、分类

三、产业链与价值挖掘

第二节 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 中国电梯行业宏观环境分析（pest）

第一节 中国电梯行业政策(policy)环境分析

一、电梯行业监管体系及机构介绍

1、电梯行业主管部门

2、电梯行业自律组织

二、电梯行业标准体系建设现状

1、电梯标准体系建设

2、电梯现行标准汇总

3、电梯即将实施标准

4、电梯重点标准解读

三、电梯行业发展相关政策规划汇总及解读

1、电梯行业发展相关政策汇总

2、电梯行业发展相关规划汇总

四、电梯行业相关“十四五”规划解读

1、规划内容(电梯主要内容)

2、对电梯影响分析

五、“碳中和、碳达峰”愿景对电梯行业的影响分析

六、政策环境对电梯行业发展的影响分析

第二节 中国电梯行业经济(economy)环境分析

一、中国宏观经济发展现状

二、中国宏观经济发展展望

三、中国电梯行业发展与宏观经济相关性分析

第三节 中国电梯行业社会(society)环境分析

第四节 中国电梯行业技术(technology)环境分析

第三章 中国电梯行业发展现状

第一节 中国电梯行业发展分析

一、中国电梯行业发展历程

二、我国电梯行业发展特点分析

三、中国电梯行业发展面临问题

四、中国电梯行业发展趋势分析

第二节 中国电梯行业运行分析

一、电梯行业运行规模分析

二、电梯行业运营状况分析

第三节 中国电梯行业竞争分析

一、区域竞争情况分析

二、行业竞争梯队分析

第四章 中国电梯行业市场发展分析及预测

第一节 2021-2026年中国电梯行业供需分析

一、市场供给分析

二、市场需求分析

第二节 2021-2026年中国电梯价格走势及影响因素分析

一、2026-2031年电梯未来价格走势预测

二、电梯市场价格区域性影响因素分析

第三节 对中国电梯市场的分析及思考

一、电梯市场分析

二、电梯市场变化的方向

三、中国电梯产业发展的新思路

四、对中国电梯产业发展的思考

第四节 2026-2031年电梯行业市场发展预测

一、2026-2031年电梯行业市场竞争研判

二、2026-2031年电梯行业市场发展趋势

第五章 2021-2026年中国电梯行业营销渠道分析

第一节 电梯销售渠道分类及对比

一、电梯行业销售渠道分类

二、电梯行业渠道优劣对比

三、2021-2026年电梯营销渠道选择研究

第二节 各类渠道对电梯行业的影响

第三节 主要电梯企业渠道策略研究

第六章 电梯行业主要品牌分析

第一节 电梯行业品牌构成

第二节 主要品牌区域市场占有率分析

第三节 品牌满意度分析

第七章 电梯行业上、下游产业链分析

第一节 电梯行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 电梯上游行业分析

一、电梯成本构成

二、2021-2026年上游行业发展现状

三、2026-2031年上游行业发展趋势

四、上游行业对电梯行业的影响

第三节 电梯下游行业分析

一、电梯下游行业分布

二、2021-2026年下游行业发展现状

三、2026-2031年下游行业发展趋势

四、下游需求对电梯行业的影响

第八章 电梯行业区域市场调研

第一节 华北地区电梯市场调研

一、华北地区电梯市场规模分析

二、华北地区电梯市场竞争现状分析

三、华北地区电梯市场需求特征分析

四、华北地区电梯市场趋势预测分析

第二节 东北地区电梯市场调研

一、东北地区电梯市场规模分析

二、东北地区电梯市场竞争现状分析

三、东北地区电梯市场需求特征分析

四、东北地区电梯市场趋势预测分析

第三节 华东地区电梯市场调研

一、华东地区电梯市场规模分析

二、华东地区电梯市场竞争现状分析

三、华东地区电梯市场需求特征分析

四、华东地区电梯市场趋势预测分析

第四节 华中地区电梯市场调研

一、华中地区电梯市场规模分析

二、华中地区电梯市场竞争现状分析

三、华中地区电梯市场需求特征分析

四、华中地区电梯市场趋势预测分析

第五节 华南地区电梯市场调研

一、华南地区电梯市场规模分析

二、华中地区电梯市场竞争现状分析

三、华南地区电梯市场需求特征分析

四、华南地区电梯市场趋势预测分析

第六节 西部地区电梯市场调研

一、西部地区电梯市场规模分析

二、西部地区电梯市场竞争现状分析

三、西部地区电梯市场需求特征分析

四、西部地区电梯市场趋势预测分析

第九章 电梯重点企业分析

第一节 上海三菱电梯有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第二节 奥的斯电梯(中国)投资有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第三节 通力电梯有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第四节 日立(中国)有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第五节 迅达(中国)电梯有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第六节 蒂升电梯有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第七节 梅轮电梯股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第八节 华升富士达电梯有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第九节 康力电梯股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十节 永大电梯设备(中国)有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十章 中国电梯行业竞争状态及市场格局分析

第一节 中国电梯行业投资、兼并与重组状况

一、中国电梯行业投资现状分析

1、中国电梯行业投资主体分析

2、中国电梯行业投资切入方式

3、中国电梯行业投资规模分析

4、中国电梯行业成功投资案例

二、中国电梯行业兼并与重组状况

第二节 中国电梯行业波特五力模型分析

一、电梯行业现有竞争者之间的竞争状况

二、电梯行业关键要素的供应商议价能力分析

三、电梯行业消费者议价能力分析

四、电梯行业潜在进入者分析

五、电梯行业替代品风险分析

六、电梯行业竞争情况总结

第三节 中国电梯行业市场格局及集中度分析

一、中国电梯行业市场竞争格局

二、中国电梯行业市场集中度分析

第四节 中国电梯企业发展状况分析

一、电梯企业主要类型

二、电梯企业资本运作分析

三、电梯企业国际竞争力分析

第五节 电梯行业竞争趋势分析

一、电梯行业未来竞争格局和特点

二、国内电梯企业竞争能力提升途径

第十一章 中国电梯市场痛点及产业转型升级发展布局

第一节 中国电梯行业经营效益分析

一、中国电梯行业营收状况

二、中国电梯行业利润水平

二、中国电梯行业成本管控

第二节 中国电梯行业商业模式分析

第三节 中国电梯行业市场痛点分析

第四节 中国电梯产业结构优化与转型升级发展路径

第十二章 中国电梯行业投资机遇分析

第一节 行业发展机遇

一、行业经营模式突破

二、行业市场营销创新

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、盈利模式分析

第三节 2026-2031年电梯行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 2026-2031年电梯行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展方向分析

三、投资回报率比较高的投资方向

第十三章 中国电梯行业投资风险及对策分析

第一节 行业投资风险分析

一、政策风险分析

二、技术风险分析

三、市场风险分析

四、经济波动风险

第二节 中道泰和专家行业投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第十四章 中国电梯行业发展潜力评估及市场前景预判

第一节 中国电梯产业链布局诊断

第二节 中国电梯行业swot分析

第三节 中国电梯行业发展潜力评估

第四节 中国电梯行业发展前景预测

第五节 中国电梯行业发展趋势预判

第十五章 中道泰和投资的建议及观点

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 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第三节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

图表目录

图表：2021-2026年中国电梯资产规模分析

图表：2021-2026年中国电梯行业供给情况

图表：2021-2026年中国电梯行业市场规模

图表：2021-2026年中国电梯行业负债规模分析

图表：2021-2026年中国电梯行业市场产品价格走势

图表：2026-2031年中国电梯行业市场产品价格趋势预测

图表：2021-2026年中国电梯行业利润规模及增长速度

图表：2021-2026年中国电梯行业销售收入

图表：2021-2026年中国电梯行业销售利润率

图表：2021-2026年中国电梯行业总资产利润率

图表：2021-2026年中国电梯行业净资产利润率

图表：2021-2026年中国电梯行业总资产增长率

图表：2021-2026年中国电梯行业净资产增长率

图表：2021-2026年中国电梯行业资产负债率

图表：2021-2026年中国电梯行业速动比率

图表：2021-2026年中国电梯行业流动比率

图表：2021-2026年中国电梯行业总资产周转率

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：1538990

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20241014/1538990.shtml

在线订购：点击这里