

中国电梯行业市场发展前景及趋势预测与投资分析研究报告(2026-2031版)

报告简介

电梯是指服务于建筑物内若干特定的楼层，通过动力驱动，利用沿刚性导轨运行的箱体进行升降或平行运送人、货物的机电设备。电梯的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°的刚性导轨之间，具有运送乘客和货物的功能。

随着物联网技术的发展，电梯行业正朝着智能化、数字化方向发展。智能传感器、连接性技术、数据分析、人工智能等技术的应用将推动电梯行业的创新和升级。此外，随着可持续性的重要性日益增加，电梯行业将大力发展节能技术以减少能源消耗，包括可再生能源、能源回收以及绿色环保材料等。

未来，电梯行业将继续向智能化、数字化、低碳化方向发展。随着城市化进程的加快和高层建筑的不断增多，电梯的需求将持续增长。同时，旧楼加装电梯的需求也将增加，为行业带来新的发展机遇。此外，政府对电梯安全和维护的重视以及相关政策的出台，将为行业发展提供有力支持。

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、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及电梯行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国电梯行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外电梯行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了电梯行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于电梯产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国电梯行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。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、2021-2026年电梯技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、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

第四章 我国电梯行业运行现状分析

第一节 我国电梯行业发展状况分析

- 一、我国电梯行业发展阶段
- 二、我国电梯行业发展总体概况
- 三、我国电梯行业发展特点分析
- 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年我国电梯行业市场规模
 - 1、电梯生产量规模分析
 - 2、电梯保有量规模分析
- 二、2021-2026年我国电梯行业发展分析
- 三、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、我国电梯产品发展情况

第五章 我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 我国电梯市场供需分析

一、2021-2026年我国电梯行业供给情况

1、我国电梯行业供给分析

2、我国电梯行业产品规模分析

3、重点企业市场占有率

二、2021-2026年我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年我国电梯行业供需平衡分析

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、电梯行业企业间竞争格局分析

三、电梯行业集中度分析

四、电梯行业swot分析

第二节 中国电梯行业竞争格局综述

一、电梯行业竞争概况

二、中国电梯行业竞争力分析

三、中国电梯竞争力优势分析

四、电梯行业主要企业竞争力分析

第三节 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年我国电梯市场竞争分析

三、2021-2026年我国电梯市场集中度分析

四、2021-2026年国内主要电梯企业动向

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 苏州江南嘉捷电梯股份有限公司

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 沈阳博林特电梯集团股份有限公司

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 上海永大电梯设备有限公司

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

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

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

第十四章 2026-2031年电梯行业面临的困境及对策

第一节 2026-2031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

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

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 对我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、我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、2021-2026年电梯行业投资战略

二、2026-2031年电梯行业投资战略

三、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

第三节 电梯行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：电梯行业定义分类

图表：电梯行业发展历程

图表：电梯产业链分析

图表：2021-2026年中国电梯行业产值走势图

图表：2021-2026年中国电梯市场需求情况

图表：2021-2026年中国电梯行业进出口统计情况

图表：中国电梯市场格局分析

图表：2021-2026年中国电梯行业市场规模

图表：2021-2026年中国电梯区域市场规模分析

图表：2021-2026年中国电梯产业集中度

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：1552073

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20250106/1552073.shtml>

在线订购：[点击这里](#)