

2020-2025年中国电梯市场前景预测及未来发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国电梯市场前景预测及未来发展趋势报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/machine/616697.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

电梯作为一种特种设备，给人们的生产生活带来了便利，极大的延伸了人们的生活空间，提高了人们的生活质量。我国成为全球最大的电梯制造大国，已形成较为完整的产业链近几年，电梯产量增加，电梯保有量稳步提升，电梯出口量逐年上涨，区域产业集聚进一步加强，行业集中度较高。

根据中国电梯工业协会数据：我国电梯（含扶梯）产量从2012年的52.9万台增长至2018年的85万台，国家统计局数据显示，2019年我国电梯产量增长至117.3万台（包含升降机）。

2012-2019年我国电梯产量走势图

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：中国电梯行业发展综述

1.1电梯行业概述

1.1.1电梯行业的定义及分类

1.1.2电梯行业产业链分析

（1）电梯行业产业链介绍

（2）上游行业发展现状及影响分析

1) 上游行业发展现状分析

2) 上游行业发展趋势及其对电梯行业的影响分析

（3）下游房地产市场的发展现状及需求分析

1) 下游行业发展现状分析

2) 下游行业发展趋势及其对电梯行业的影响分析

1.2中国电梯行业政策环境分析

1.2.1中国电梯行业管理体制

1.2.2中国电梯行业政策法规

（1）我国电梯行业政策规划汇总

（2）我国电梯行业重点政策解读

1.2.3政策法规对行业的影响

1.3中国电梯行业经济环境分析

1.3.1国际经济环境分析

（1）全球宏观经济发展分析

- (2) 全球宏观经济预测
- 1.3.2国内宏观经济运行分析
 - (1) 宏观经济增长情况分析
 - (2) 宏观经济发展展望
- 1.3.3宏观经济变化对行业发展的影响分析
- 1.4中国电梯行业社会环境分析
 - 1.4.1城镇化的发展
 - 1.4.2电梯运行安全状况分析
 - (1) 中国电梯运行安全现状
 - (2) 电梯安全运行管理现状
 - 1.4.3社会环境的变化对行业发展的影响分析
- 1.5中国电梯行业技术环境分析
 - 1.5.1中国电梯行业标准分析
 - 1.5.2中国电梯行业技术水平分析
 - 1.5.3中国电梯行业技术专利情况
- 1.6中国电梯行业发展机遇与威胁分析
- 第2章：中国电梯行业发展现状分析
 - 2.1电梯行业发展概况
 - 2.1.1中国电梯行业发展历程分析
 - 2.1.2中国电梯行业状态描述总结
 - 2.1.3中国电梯行业经济特性分析
 - 2.1.4中国电梯行业发展特点分析
 - 2.2中国电梯行业供需情况分析
 - 2.2.1中国电梯行业供给情况分析
 - (1) 电梯产能情况
 - (2) 电梯产量分析
 - (3) 电梯保有量分析
 - 2.2.2中国电梯行业需求情况分析
 - (1) 电梯消费量
 - (2) 电梯市场规模
 - (3) 电梯需求结构
 - 2.2.3中国电梯行业盈利水平分析
 - (1) 影响电梯行业盈利水平的因素分析
 - (2) 电梯行业的盈利水平分析
 - 2.2.4中国电梯行业价格走势分析

2.3中国电梯行业市场竞争分析

2.3.1中国电梯行业竞争格局分析

(1) 行业竞争层次分析

(2) 行业竞争格局分析

2.3.2中国电梯行业五力模型分析

(1) 行业现有竞争者分析

从企业业务收入来看，2019年上海机电电梯业务（含电梯整机、零部件、维保等，下同）收入为210.13亿元，广日股份电梯业务收入为47.71亿元，康力电梯股份有限公司电梯业务收入为36.25亿元。

2018-2019年我国主要电梯生产商电梯业务收入对比

(2) 行业潜在进入者威胁

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业供应商议价能力分析

(5) 行业购买者议价能力分析

(6) 行业竞争情况总结

2.4中国电梯所属行业进出口市场分析

2.4.1电梯所属行业出口市场分析

(1) 电梯所属行业出口整体情况

(2) 载客电梯出口情况分析

(3) 自动扶梯出口情况分析

2.4.2电梯所属行业进口市场分析

(1) 电梯所属行业进口整体情况

(2) 载客电梯进口情况分析

(3) 自动扶梯进口情况分析

2.4.3电梯行业进出口前景及建议

(1) 电梯行业出口前景及建议

(2) 电梯行业进口前景及建议

第3章：中国电梯行业市场竞争分析

3.1国际电梯市场竞争分析

3.1.1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

3.1.2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
- 3.1.3 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
- 3.1.4 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
- 3.1.5 国际电梯行业竞争格局分析
- 3.1.6 国际电梯市场发展趋势分析
- 3.2 中国电梯行业竞争强度分析
 - 3.2.1 现有电梯企业间的竞争分析
 - 3.2.2 上游供应商的议价能力分析
 - 3.2.3 下游购买者的议价能力分析
 - 3.2.4 电梯业新进入者的威胁分析
 - 3.2.5 电梯行业替代品的威胁分析
- 3.3 中国电梯行业区域格局竞争分析
- 3.4 中国电梯行业品牌竞争分析
 - 3.4.1 电梯企业品牌重要性分析
 - 3.4.2 电梯行业品牌竞争格局分析
 - 3.4.3 内外资电梯品牌对比分析
 - (1) 品牌成熟度差异分析
 - (2) 品牌产品技术差异分析
 - (3) 外资品牌运作模式分析
 - (4) 内资品牌认可度不断提高
 - 3.4.4 内资电梯企业品牌提升方向
- 第4章：中国电梯行业产品市场分析
 - 4.1 电梯行业产品特征
 - 4.1.1 电梯产品
 - 4.1.2 扶梯产品
 - 4.2 按结构分产品市场分析
 - 4.2.1 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

4.2.2 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

4.3 按速度分产品市场分析

4.3.1 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

4.3.2 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

4.4 节能电梯市场分析

4.4.1 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

4.4.2 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

4.4.3 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

4.4.4 节能电梯推广存在难度

4.4.5 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5章：中国电梯行业招投标市场分析

5.1 电梯行业招投标环境分析

5.1.1 行业销售模式分析

5.1.2行业设备投招标特点

5.1.3电梯招投标注意事项

5.2电梯行业招标技术评价指标

5.2.1电梯品牌

5.2.2曳引机（驱动装置）

5.2.3控制柜（电气控制）

5.2.4门机系统

5.2.5电梯功能

5.2.6安装质量

5.2.7售后服务

5.2.8其他技术评价指标

5.3政府电梯采购分析

5.3.1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

5.3.2政府电梯采购特点

5.3.3国内企业投标壁垒

5.3.4政府电梯招标趋势

5.3.5政府电梯招标前景

第6章：中国电梯行业维修服务市场分析

6.1电梯维修服务市场现状

6.1.1存量电梯服务时间结构分析

6.1.2电梯维修市场规模分析

6.1.3电梯运营安全隐患分析

6.1.4电梯维修服务市场价值

6.1.5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

6.2主要电梯维修服务市场分析

6.2.1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

6.2.2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
- 6.2.3 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
- 6.3 电梯维修服务市场竞争分析
 - 6.3.1 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
 - 6.3.2 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
- 6.4 中国电梯维修服务市场前景
 - 6.4.1 电梯维修市场发展趋势分析
 - 6.4.2 电梯维修市场发展前景预测
- 第7章：中国电梯行业下游应用市场需求分析
 - 7.1 电梯行业需求影响因素分析
 - 7.2 房地产领域电梯需求分析
 - 7.2.1 房地产与电梯行业相关性分析
 - 7.2.2 住宅领域电梯需求分析
 - (1) 住宅市场投资额分析
 - (2) 住宅市场建设面积分析
 - (3) 住宅地产电梯需求分析
 - 7.2.3 商业地产电梯需求分析
 - (1) 商业地产投资额分析
 - (2) 商业地产建设面积分析
 - (3) 商业地产电梯需求分析
 - 7.3 交通基础设施领域电梯需求分析
 - 7.3.1 轨道交通行业发展分析
 - 7.3.2 轨道交通行业发展趋势
 - 7.3.3 轨道交通市场电梯需求
 - 7.4 电梯更新改造市场需求分析
 - 7.4.1 电梯更新市场需求分析
 - 7.4.2 电梯改造市场需求分析

第8章：电梯行业领先企业经营状况分析

8.1 国外电梯品牌在华竞争分析

8.1.1 日本三菱（MITSUBISHI）

- （1）三菱在华布局情况
- （2）三菱在华经营情况
- （3）三菱的技术发展情况
- （4）三菱发展战略分析
- （5）三菱优劣势分析

8.1.2 芬兰通力（KONE）

- （1）通力在华布局情况
- （2）通力在华经营情况
- （3）通力的技术发展情况
- （4）通力发展战略分析
- （5）通力优劣势分析

8.1.3 日本日立（HITACHI）

- （1）日立在华布局情况
- （2）日立在华经营情况
- （3）日立的技术发展情况
- （4）日立发展战略分析
- （5）日立优劣势分析

8.1.4 德国蒂森克虏伯（THYSSEN）

- （1）蒂森克虏伯在华布局情况
- （2）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）蒂森克虏伯发展战略分析
- （5）蒂森克虏伯优劣势分析

8.1.5 美国奥的斯（OTIS）

- （1）奥的斯在华布局情况
- （2）奥的斯在华经营情况
- （3）奥的斯的技术发展情况
- （4）奥的斯发展战略分析
- （5）企业优劣势分析

8.1.6 德国沃克斯（VOLKSLIFT）

- （1）沃克斯在华布局情况
- （2）沃克斯在华经营情况

- (3) 沃克斯的技术发展情况
- (4) 沃克斯发展战略分析
- (5) 沃克斯优劣势分析
- 8.1.7 瑞士迅达集团 (Schindler)
 - (3) 迅达集团的技术发展情况
 - (4) 迅达发展战略分析
 - (5) 迅达优劣势分析
- 8.1.8 日本东芝 (TOSHIBA)
 - (1) 东芝在华布局情况
 - (2) 东芝在华经营情况
 - (3) 东芝的技术发展情况
 - (4) 东芝发展战略分析
 - (5) 东芝优劣势分析
- 8.1.9 日本富士达 (FUJITEC)
 - (1) 富士达在华布局情况
 - (2) 富士达在华经营情况
 - (3) 富士达的技术发展情况
 - (4) 富士达优劣势分析
- 8.2 其他国际品牌电梯企业个案分析
 - 8.2.1 加拿大希姆斯公司 (Symax)
 - (1) 企业基本情况分析
 - (2) 企业在华投资情况
 - (3) 企业主要产品分析
 - (4) 企业销售渠道及售后服务分析
 - (5) 企业经营情况分析
 - (6) 企业优劣势分析
 - 8.2.2 德国IFE电梯有限公司
 - (1) 企业基本情况分析
 - (2) 企业主要产品分析
 - (3) 企业销售渠道及售后服务分析
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业优劣势分析
 - 8.2.3 韩国现代电梯
 - (1) 企业基本情况分析
 - (2) 企业在华投资情况

- (3) 企业主要产品分析
- (4) 企业销售渠道及售后服务分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业优劣势分析

8.2.4 SIGMA韩国星玛电梯

- (1) 企业基本情况分析
- (2) 企业在华投资情况
- (3) 企业主要产品分析
- (4) 企业销售渠道以及售后服务分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业优劣势分析

8.3中国内资品牌电梯企业个案分析

8.3.1天广中茂股份有限公司

- (1) 企业基本情况分析
- (2) 企业主要产品分析
- (3) 企业销售渠道及售后服务分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析

8.3.2康力电梯股份有限公司

- (1) 企业基本情况分析
- (2) 企业主要产品分析
- (3) 企业销售渠道及售后服务分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析

8.3.3沈阳远大智能工业集团股份有限公司

- (1) 企业基本情况分析
- (2) 企业主要产品分析
- (3) 企业销售渠道及售后服务分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析

8.3.4广州广日电梯工业有限公司

- (1) 企业基本情况分析
- (2) 企业主要产品分析
- (3) 企业销售渠道及售后服务分析
- (4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

8.3.5 快意电梯股份有限公司

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

8.3.6 苏州市世嘉科技股份有限公司

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

8.3.7 杭州沪宁电梯部件股份有限公司

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

8.3.8 上海机电股份有限公司

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

8.3.9 江南嘉捷电梯股份有限公司

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

8.3.10 浙江梅轮电梯股份有限公司

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

第9章：中国电梯行业投资机会与投资建议

9.1 电梯行业发展趋势与前景预测

9.1.1 行业发展趋势分析「AK LWY」

9.1.2 行业发展前景预测

9.2 中国电梯行业投资特性分析

9.2.1 电梯行业进入壁垒分析

(1) 技术壁垒

(2) 资金壁垒

(3) 品牌壁垒

(4) 资质壁垒

9.2.2 电梯行业盈利模式分析

9.3 中国电梯行业投资机会分析

9.3.1 电梯行业投资价值分析

(1) 行业盈利趋势分析

(2) 行业发展趋势分析

(3) 行业抗风险趋势分析

9.3.2 电梯行业重点投资产品分析

9.4 中国电梯行业投资建议分析

9.4.1 电梯行业投资现状分析

9.4.2 电梯行业主要投资建议

图表目录：

图表1：我国电梯品种基本分类情况

图表2：电梯行业产业链示意图

图表3：我国电梯制造行业涉及到的法律法规

图表4：2015-2019年美国实际GDP增长率（单位：%）

图表5：2015-2019年欧元区实际GDP增长率（单位：%）

图表6：2015-2019年日本实际GDP增长率（单位：%）

图表7：2015-2019年中国国内生产总值及其增长（单位：万亿元，%）

图表8：2015-2019年全国规模以上工业增加值同比增速（单位：%）

图表9：2015-2019年全社会固定资产投资及增长速度（单位：万亿元，%）

图表10：2018年我国主要宏观经济指标增长率预测（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/machine/616697.html>