

中国电梯发展现状及前景趋势预测报告2021-2026年

产品名称	中国电梯发展现状及前景趋势预测报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国电梯发展现状及前景趋势预测报告2021-2026年【报告编号】：323938【出版时间】：2021年1月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/323938.html>免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

【报告目录】第1章：中国电梯行业概念界定及发展环境剖析1.1 电梯行业相关概念界定1.1.1 电梯行业的定义1.1.2 电梯的分类1.1.3 电梯行业所属的国民经济分类1.1.4 本报告数据来源及统计口径说明1.2 行业政策环境分析1.2.1 中国电梯行业管理体制1.2.2 中国电梯行业标准制订现状1.2.3 中国电梯行业主要政策法规1.2.4 政策法规对行业的影响1.3 行业经济环境分析1.3.1 国际经济环境（1）全球经济发展状况（2）美国宏观经济分析（3）日本宏观经济分析（4）欧盟宏观经济分析1.3.2 国际宏观经济预测1.3.3 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（3）经济环境对行业的影响1.4 行业社会环境分析1.4.1 中国电梯运行安全现状1.4.2 电梯安全运行管理现状1.4.3 电梯运行安全对电梯企业的影响1.5 行业技术环境分析1.5.1 中国电梯行业技术标准简介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）行业专利申请数量（2）行业专利公开数量（3）行业专利申请人分析（4）行业热门技术分析第2章：全球电梯行业发展现状分析2.1 全球电梯数量规模2.1.1 全球电梯新增数量分析2.1.2 全球在用电梯数量分析2.2 全球重点地区电梯市场发展2.2.1 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2.2.2 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2.2.3 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2.3 全球电梯行业竞争格局2.4 全球十大电梯品牌在华竞争分析2.4.1 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2.4.2 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2.4.3 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2.4.4 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2.4.5 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2.4.6 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2.4.7 瑞士迅达集团(Schindler)(1)迅达集团在华布局情况(2)迅达集团在华经营情况(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2.4.8 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)东芝优劣势分析2.4.9 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2.5 其他国际品牌电梯企业个案分析2.5.1 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)主要在华企业经营情况分析(6)企业优劣势分析2.5.2 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)主要在华企业经营情况分析(5)企业优劣势分析2.5.3 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)主要在华企业经营情况分析(6)企业优劣势分析2.5.4 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)主要在华企业经营情况分析(6)企业优劣势分析2.6 全球电梯市场发展趋势分析第3章：中国电梯行业发展现状分析3.1 中国电梯行业发展历程及市场特征分析3.1.1 中国电梯行业发展历程3.1.2 电梯行业发展主要特点(1)电梯行业集群效应明显(2)零部件国产化程度高，市场日趋完善(3)外资品牌主导国内电梯行业竞争格局，民族品牌迅速崛起(4)绿色环保电梯成为研究方向3.2 中国电梯行业供需状况分析3.2.1 中国电梯行业供给情况分析(1)中国电梯生产企业数量(2)电梯生产量规模分析3.2.2 中国电梯行业需求情况分析3.2.3 中国电梯行业产销率分析3.3 中国电梯行业进出口市场分析3.3.1 电梯行业出口市场分析(1)电梯行业出口整体情况(2)载客电梯出口情况分析(3)自动扶梯出口情况分析3.3.2 电梯行业进口市场分析(1)电梯行业进口整体情况(2)载客电梯进口情况分析(3)自动扶梯进口情况分析3.3.3 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3.4 中国电梯行业发展规模分析3.5 中国电梯行业上市企业经营分析3.6 中国电梯行业发展痛点分析第4章：中国电梯行业市场竞争状态及竞争格局分析4.1 中国电梯行业竞争强度分析4.1.1 现有电梯企业间的竞争分析4.1.2 上游供应商的议价能力分析4.1.3 下游购买者的议价能力分析4.1.4 电梯业新进入者的威胁分析4.1.5 电梯行业替代品的威胁分析4.1.6 电梯行业竞争状态总结4.2 中国电梯行业品牌竞争分析4.2.1 电梯企业品牌重要性分析4.2.2 电梯行业品牌竞争格局分析4.2.3 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4.2.4 内资电梯企业品牌提升方向4.3 中国电梯行业招投标市场分析4.3.1 行业销售模式分析4.3.2 行业设备投招标特点4.3.3 电梯招投标注意事项(1)类型的确定(2)价格的确定(3)电梯的安装4.3.4 电梯行业招标技术评价指标(1)电梯品牌(2)曳引机(驱动装置)(3)控制柜(电气控制)(4)门机系统(5)电梯功能(6)安装质量(7)售后服务(8)其他技术评价指标4.3.5 政府电梯采购分析(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(4)政府电梯采购特点(5)国内企业投标壁垒(6)政府电梯招标趋势(7)政府电梯招标前景第5章：电梯行业产业链全景预览及上游市场供应状况5.1 电梯行业产业链全景预览5.1.1 电梯行业产业链全景预览5.1.2 电梯行业成本结构分析5.2 电梯行业上游原材料市场供应情况5.2.1 钢材5.2.2 稀土5.2.3 有色金属5.3 电梯行业上游零部件市场供应情况5.3.1 电机5.3.2 牵引装置5.3.3 控制系统5.3.4 其他零部件第6章：中国电梯行业细分产品市场需求潜力分析6.1 电梯行业产品特征6.1.1 电梯产品6.1.2 扶梯产品6.2 按结构划分电梯产品市场需求潜力分析6.2.1 垂直电梯市场分析(1)垂直电梯市场概况(2)垂直电梯发展趋势6.2.2 自动扶梯市场分析(1)自动扶梯市场概况(2)自动扶梯发展趋势6.3 按速度划分电梯产品市场需求潜力分析6.3.1 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6.3.2 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6.4 节能电梯市场需求潜力分析6.4.1 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6.4.2 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6.4.3 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6.4.4 节能电梯推广存在难度(1)价格成为制约节能电梯推广的重要障碍(2)配套政策不完善也是节能电梯推广

的一大障碍(3)政府推动迟迟没有相关政策出台6.4.5 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)节能电梯发展趋势分析第7章：中国电梯行业维修服务市场分析7.1 中国电梯维修服务市场现状7.1.1 中国保有电梯服务时间结构7.1.2 电梯维修市场规模分析7.1.3 电梯运营安全隐患分析7.1.4 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7.1.5 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7.2 主要国家/地区电梯维修服务及经验启示7.2.1 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7.2.2 中国香港电梯维修服务市场分析(1)中国香港电梯维修服务周期(2)中国香港电梯维修费用分摊7.2.3 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7.3 中国电梯维修服务市场竞争分析7.3.1 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7.3.2 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7.4 中国电梯维修服务市场前景7.4.1 电梯维修市场发展趋势分析(1)法律法规引导行业健康发展(2)电梯保有量增加带来行业广阔的需求空间(3)更新改造为电梯维保行业带来发展机遇7.4.2 电梯维修市场发展前景预测第8章：中国电梯行业下游应用领域市场需求潜力分析8.1 电梯行业下游应用领域需求对比8.2 房地产领域电梯需求分析8.2.1 房地产与电梯行业相关性分析8.2.2 中国房地产市场发展情况(1)房地产开发投资情况(2)房地产新开工面积及竣工面积情况(3)房地产行业销售面积和销售额情况(4)房地产开发企业实际到位资金情况(5)房地产开发景气指数(6)中国房地产市场发展趋势(7)中国房地产市场基本判断8.2.3 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8.2.4 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8.3 交通基础设施领域电梯需求分析8.3.1 轨道交通行业发展分析(1)轨道交通运营线路长度分析(2)城轨交通运营线路长度结构分析8.3.2 轨道交通行业发展趋势(1)投资规模快速增长趋势(2)城轨类型多元化发展趋势8.3.3 轨道交通市场电梯需求8.4 电梯加装改造市场需求分析8.4.1 电梯加装改造发展分析(1)旧楼加装电梯相关政策(2)旧楼加装采购分析(3)电梯企业在旧楼加装的布局分析(4)旧楼加装对电梯行业的影响分析8.4.2 旧楼加装电梯市场需求分析第9章：中国电梯行业代表性企业案例分析9.1 电梯行业代表性企业发展对比9.2 中国电梯代表性企业案例分析9.2.1 菱王电梯股份有限公司(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9.2.2 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9.2.3 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9.2.4 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9.2.5 西继迅达电梯有限公司(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9.2.6 申龙电梯股份有限公司(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9.2.7 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)企业销售渠道分析(4)企业经营情况分析(5)企业优劣势分析9.2.8 山东百斯特电梯有限公司(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9.2.9 常州电梯厂有限公司(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9.2.10 永大电梯设备(中国)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9.2.11 东南电梯股份有限公司(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9.2.12 苏州科达液压电梯有限公司(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9.2.13 宁波宏大电梯有限公司(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9.2.14 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)企业销售渠道分析(4)企业经营情况分析(5)企业优劣势分析第10章：中国电梯行业投资机会与投资建议10.1 电梯行业发展趋势与前景预测10.1.1 行业发展趋势分析10.1.2 行业发展前景预测10.2 中国电梯行业投资特性分析10.2.1

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10.2.2

电梯行业盈利模式分析10.2.3

行业投资风险预警 (1) 宏观经济及政策风险 (2) 市场竞争风险 (3) 行业监管风险10.3

中国电梯行业投资价值及投资机会分析10.3.1

电梯行业投资价值分析 (1) 行业盈利趋势分析 (2) 行业抗风险趋势分析10.3.2 电梯行业投资机会分析 (1) 电梯行业重点投资产品分析 (2) 重点区域投资机会分析 (3) 细分市场投资机会分析10.4

中国电梯行业投资建议分析10.4.1 电梯行业投资策略建议 (1) 避免同质化 (2) 寻找新市场10.4.2 电梯行业

可持续发展建议图表目录图表1：我国电梯品种基本分类情况图表2：本报告的数据来源及统计标准说明

图表3：中国电梯行业监管体制一览表图表4：截至2020年9月中国电梯行业现行标准一览表图表5：我国

电梯制造行业涉及到的法律法规图表6：截至2020年9月我国电梯相关政策汇总表7：2012-2019年世界

GDP (现价美元) 总量及其增长情况 (单位：万亿美元，%) 图表8：2012-2019年美国GDP及其增速 (单

位：万亿美元，%) 图表9：2009-2019年日本GDP变化情况 (单位：%) 图表10：2010-2019年欧元区GDP

增速 (单位：%) 图表11：2020-2021年世界经济展望 (单位：%) 图表12：2013-2020年Q3中国GDP增长

走势图 (单位：亿元，%) 图表13：2012-2020年Q3中国工业增加值变化情况 (单位：万亿元，%) 图表1

4：2012-2019年全国固定资产投资 (不含农户) 增长速度 (单位：万亿元，%) 图表15：2020年中国主要

经济指标增长及预测 (单位：%) 图表16：2010-2019年全国电梯运行事故数据 (单位：起) 图表17：全

国部分省市主要电梯政策法规汇总表18：截至2019年底中国电梯行业主要标准分类及数量 (单位：项

) 图表19：中国电梯行业主流技术水平分析图表20：2014-2020年9月中国电梯相关专利申请量变化图 (单

位：项) 图表21：2014-2020年9月中国电梯相关专利公开数量变化图 (单位：项) 图表22：截至2020年9

月中国电梯行业技术专利申请人Top10 (单位：项) 图表23：截至2020年9月中国电梯行业技术专利分布

领域 (前十位) (单位：项) 图表24：2015-2019年全球电梯保有量情况 (单位：万台) 图表25：德国电

梯行业发展历史上的主要事件图表26：德国主要电梯品牌概览图表27：德国电梯行业的发展趋势图表28

：日本电梯行业发展历程图表29：2020年全球电梯制造商TOP10图表30：MITSUBIHI三菱电梯主要产品列

表图表31：2020财年三菱电机的经营状况分析 (单位：亿日元) 图表32：上海三菱电梯有限公司发展简

况图表33：上海三菱电梯有限公司市场网络示意图图表34：三菱电机上海机电电梯有限公司发展简况图

表35：三菱电机混合电力电梯示意图图表36：三菱电机集团的经营方针图表37：MITSUBIHI三菱电梯经

营优劣势分析图表38：芬兰通力电梯有限公司 (KONE) 主要产品列表图表39：通力电梯有限公司发展

简况图表40：芬兰通力电梯有限公司经营优劣势分析图表41：HITACHI日立电梯主要产品列表图表42：

HITACHI日立电梯主要销售渠道图表43：2018-2020财年日立制作所 (HITACHI) 的经营状况分析 (单

位：万亿日元，亿日元) 图表44：日立电梯 (中国) 有限公司发展简况图表45：日立电梯技术图表46：HIT

ACHI日立电梯经营优劣势分析图表47：德国蒂森克虏伯电梯集团 (THYSEN) 主要产品列表图表48：

德国蒂森克虏伯电梯集团 (THYSEN) 在华发展历程图表49：2016-2020财年蒂森克虏伯 (THYSEN) 的

经营状况分析 (单位：亿欧元) 图表50：蒂森克虏伯电梯 (上海) 有限公司发展简况图表51：德国蒂森

克虏伯电梯集团经营优劣势分析图表52：奥的斯电梯公司 (OTIS) 主要产品分析图表53：奥的斯电梯 (

中国) 投资有限公司发展简况图表54：奥的斯机电电梯有限公司发展简况图表55：广州奥的斯电梯有限

公司发展简况图表56：快速电梯有限公司发展简况图表57：奥的斯电梯公司经营优劣势分析图表58：沃

克斯迅达电梯有限公司发展简况图表59：沃克斯迅达电梯有限公司服务网络图表60：德国沃克斯电

梯有限公司经营优劣势分析图表61：Schindler迅达公司主要产品列表图表62：迅达电梯公司 (Schindler) 在

华发展历程图表63：迅达电梯公司 (Schindler) 在华主要企业图表64：迅达 (中国) 电梯有限公司发展简

况图表65：迅达电梯的技术图表66：迅达电梯公司经营优劣势分析图表67：TOSHIBA东芝电梯主要产品列

表图表68：TOSHIBA东芝电梯在华机构图表69：2018-2020财年东芝公司 (Toshiba) 的经营状况分析 (单

位：万亿日元，亿日元) 图表70：东芝电梯 (中国) 有限公司发展简况图表71：东芝电梯 (沈阳) 有限

公司发展简况图表72：东芝电梯的主要技术图表73：TOSHIBA东芝电梯经营优劣势分析图表74：FUJITE

C富士达电梯主要产品列表图表75：华升富士达电梯有限公司发展简况图表76：恒达富士电梯有限公司发

展简况图表77：富士达电梯的技术图表78：FUJITEC富士达电梯经营优劣势分析图表79：加拿大希姆斯公

司 (Symax) 主要产品列表图表80：希姆斯电梯 (中国) 有限公司发展简况图表81：希姆斯电梯 (中国)

有限公司营销网络示意图图表82：加拿大希姆斯公司 (Symax) 经营优劣势分析图表83：德国IFE电

梯有限公司主要产品列表图表84：快意电梯股份有限公司发展简况图表85：快意电梯股份有限公司全球网

络分布情况图表86：德国IFE电梯有限公司经营优劣势分析图表87：韩国现代电梯株式会社主要产品列表

图表88：上海现代电梯制造有限公司发展简况图表89：韩国现代电梯经营优劣势分析图表90：SIGMA星

玛电梯主要产品列表图表91：星玛快速电梯有限公司发展简况图表92：SIGMA韩国星玛电梯经营优劣势分

析图表93：全球电梯行业市场发展趋势图表94：中国电梯行业发展历程图表95：2015-2019年我国电梯行业存续企业数量分析（单位：家，%）图表96：2015-2020年Q3中国电梯、自动扶梯及升降机产量（单位：万台，%）图表97：2015-2019年中国电梯登记数量（单位：万台，%）图表98：2015-2019年我国电梯行业市场规模变化情况（单位：亿元）图表99：2017-2020年9月中国电梯行业进出口情况（单位：万台，亿元）图表100：2017-2020年9月中国电梯行业产品出口情况（单位：台，亿元）图表101：2017-2020年9月中国载客电梯出口情况（单位：万台，亿元）图表102：2017-2020年9月中国自动扶梯和自动人行道出口情况（单位：台，亿元）图表103：2017-2020年9月中国电梯行业产品进口情况（单位：台，亿元）图表104：2017-2020年9月中国载客电梯进口情况（单位：台，亿元）图表105：2017-2020年9月中国自动扶梯和自动人行道进口情况（单位：台，万元）图表106：我国电梯进口主要影响因素分析图表107：2015-2020年Q3政府采购电梯项目采购额（单位：亿元）图表108：2016-2019年中国电梯行业上市企业的营业收入情况（单位：亿元）图表109：2016-2019年中国电梯行业上市企业的盈利情况分析（单位：亿元）图表110：中国电梯行业发展痛点分析图表111：2019年中国政府采购电梯服务十强供应商图表112：中国电梯行业竞争状态分析图表113：内资品牌与外资品牌成熟度差异分析图表114：外资电梯品牌在中国的运作模式图表115：电梯行业销售模式分析图表116：我国电梯行业设备招标特点图表117：我国电梯市场品牌评价指标分析图表118：曳引机性能评价指标分析图表119：控制柜质量评价指标分析图表120：门机系统评价指标分析