

中国电梯行业发展状况分析及投资策略研究报告2023-2029年

产品名称	中国电梯行业发展状况分析及投资策略研究报告2023-2029年
公司名称	智信中科（北京）信息科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区汤立路218号1层
联系电话	010-84825791 18311257565

产品详情

中国电梯行业发展状况分析及投资策略研究报告2023-2029年

【全新修订】：2023年2月

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：顾里

【出版机构】：鸿晟信合研究网

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
- (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 中国电梯行业进出口市场分析

2.4.1 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

2.4.2 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

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 行业设备招投标特点

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

1) 上海三菱电梯有限公司经营情况分析

1、企业发展简况

2、企业经营情况分析

2) 三菱电机上海机电电梯有限公司经营情况分析

(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

1) 通力电梯有限公司经营情况分析

(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

1) 日立电梯 (中国) 有限公司经营情况分析

(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

1) 蒂森克虏伯电梯 (上海) 有限公司经营情况分析

(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

1) 奥的斯电梯 (中国) 投资有限公司经营情况分析

2) 奥的斯机电电梯有限公司经营情况分析

2、主要经营情况分析

3) 广州奥的斯电梯有限公司经营情况分析

4) 苏州江南快速电梯有限公司经营情况分析

(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

1) 沃克斯电梯 (中国) 有限公司经营情况分析

(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)

(1) 迅达集团在华布局情况

(2) 迅达集团在华经营情况

1) 电梯有限公司经营情况分析

(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

1) 东芝电梯 (中国) 有限公司经营情况分析

2) 东芝电梯 (沈阳) 有限公司经营情况分析

(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

1) 日本富士达电梯有限公司经营情况分析

2) 浙江恒达富士电梯有限公司经营情况分析

(3) 富士达的技术发展情况

(4) 富士达优劣势分析

8.2 其他电梯企业个案分析

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) 主要企业经营情况分析

1) 希姆斯电梯 (中国) 有限公司经营情况分析

(6) 企业优劣势分析

8.2.2 德国IFE电梯有限公司

(2) 企业主要产品分析

(3) 企业销售渠道及售后服务分析

(4) 主要企业经营情况分析

1) 东莞市快意电梯股份有限公司经营情况分析

8.2.3 韩国现代电梯

1) 上海现代电梯制造有限公司经营情况分析

8.2.4 SIGMA韩国星玛电梯

(4) 企业销售渠道以及售后服务分析

1) 大连星玛电梯有限公司经营情况分析

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

(4) 企业经营情况分析

8.3.2 康力电梯股份有限公司

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

8.3.3 沈阳远大智能工业集团股份有限公司

8.3.4 广州广日电梯工业有限公司

8.3.5 快意电梯股份有限公司

8.3.6 苏州市世嘉科技股份有限公司

8.3.7 杭州沪宁电梯部件股份有限公司

8.3.8 上海机电股份有限公司

8.3.9 江南嘉捷电梯股份有限公司

8.3.10 浙江梅轮电梯股份有限公司

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

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4：2018-2023年美国实际GDP增长率（单位：%）

图表5：2018-2023年欧元区实际GDP增长率（单位：%）

图表6：2018-2023年日本实际GDP增长率（单位：%）

图表7：2018-2023年中国国内生产总值及其增长（单位：万亿元，%）

图表8：2018-2023年全国规模以上工业增加值同比增速（单位：%）

图表9：2018-2023年全社会固定资产投资及增长速度（单位：万亿元，%）

图表10：2023年我国主要宏观经济指标增长率预测（单位：%）

图表11：2018-2023年中国城镇化率变化情况（单位：%）

图表12：2018-2023年全国电梯运行事故数据（单位：起）

图表13：地方主要电梯政策法规汇总

图表14：电梯产品的标准目录

图表15：中国电梯行业主要标准分类及数量（单位：项，%）

图表16：中国电梯行业主流技术水平分析

图表17：代表性电梯制造商技术专利数量情况（单位：项）

图表18：中国电梯行业发展机遇与威胁分析

图表19：中国电梯行业发展历程

图表20：2023年中国电梯行业状态描述总结

图表21：2023年中国电梯行业经济特性分析

图表22：2018-2023年中国电梯产能增长情况统计（单位：万吨，%）

图表23：2018-2023年中国电梯生产量变化情况（单位：万台，%）

图表24：2018-2023年中国电梯保有量变化情况（单位：万台）

图表25：2018-2023年全国电梯行业销售收入变化情况（单位：亿元，%）

图表26：2018-2023年中国电梯消费量情况（单位：万吨，%）

图表27：2018-2023年中国电梯市场规模（单位：亿元，%）

图表28：2023年中国电梯需求结构（单位：%）

图表29：2018-2023年我国电梯行业毛利率及销售利润率（单位：%）

图表30：2018-2023年中国电梯行业价格走势（单位：元）

图表31：中国电梯行业竞争层次分析

图表32：2023年中国电梯行业市场竞争格局（单位：%）

图表33：中国电梯行业现有竞争情况

图表34：我国电梯行业潜在进入者威胁分析

图表35：我国电梯行业替代品威胁分析

图表36：我国电梯行业对上游供应商的议价能力分析

图表37：我国电梯行业对下游客户议价能力分析

图表38：我国电梯行业五力分析结论

图表39：2018-2023年中国电梯行业进出口状况表（单位：万美元）

图表40：2018-2023年中国电梯行业产品出口金额情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表41：2018-2023年中国载客电梯出口情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表42：2023年中国载客电梯出口排名前20的国家和地区（单位：台，万美元，万美元/台）

图表43：2018-2023年中国自动扶梯和自动人行道出口情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表44：2023年中国自动扶梯和自动人行道出口排名前20的国家和地区（单位：台，万美元，万美元/台）

图表45：2018-2023年中国电梯行业产品进口金额情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表46：2018-2023年中国载客电梯进口情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表47：2023年中国载客电梯进口排名国家和地区（单位：台，万美元，万美元/台）

图表48：2018-2023年中国自动扶梯和自动人行道进口情况（单位：台，万美元，万美元/台）

图表49：2023年中国自动扶梯进口排名国家和地区（单位：台，美元，美元/台）

图表50：我国电梯进口主要影响因素分析

图表51：2018-2023年全球电梯行业新安装量情况（单位：万台）

图表52：2018-2023年全球电梯保有量情况（单位：万台）

图表53：德国电梯行业发展历史上的主要事件

图表54：2018-2023年德国电梯保有量变化趋势（单位：万台，%）

图表55：德国电梯行业的发展趋势

图表56：日本电梯行业发展历程

图表57：2018-2023年日本电梯保有量分析（单位：万台，%）

图表58：日本电梯保有量结构分析（单位：%）

图表59：全球主要电梯制造商市场份额（单位：%）

图表60：全球电梯行业市场发展趋势

图表61：中国电梯行业规模以上企业数量变化趋势图

图表62：2023年我国重点地区电梯采购规模占比（单位：%）

图表63：中国电梯行业民族品牌发展历程图

图表64：中国电梯行业竞争格局图

图表65：内资品牌与外资品牌成熟度差异分析

图表66：外资电梯品牌在中国的运作模式

图表67：国内不同类型电梯企业竞争优劣势示意图

图表68：电梯产品组成部件及功能情况

图表69：扶梯产品组成部件及功能情况

图表70：垂直电梯市场规模

图表71：2023-2029年垂直电梯市场规模市场容量测算

图表72：自动扶梯市场规模

图表73：2023-2029年自动扶梯市场规模市场容量测算

图表74：2023-2029年中国中低速电梯市场占比及预测（单位：%）

图表75：2023-2029年中国高速电梯占比及预测（单位：%）

图表76：节能电梯的鉴定条件

图表77：分别考虑d、q轴上铁损和铜损时永磁同步电机的等效电路图

图表78：共直流母线传动控制系统示意图

图表79：模糊神经网络结构图

图表80：2023年中国电梯采购规模对比（单位：亿元）

图表81：2023年中国电梯保有量服务时间结构（单位：%）

图表82：电梯维修行业市场容量测算（单位：亿元，%）

图表83：中国电梯单位维保费用远低于全球平均水平（单位：元/台）

图表84：2018-2023年电梯维修行业市场容量测算（单位：亿元，%）

图表85：2023年中国电梯维保业务区域分布（单位：%）

图表86：2023-2029年电梯维修行业市场容量预测（单位：亿元，%）

图表87：全球主要国家及地区电梯维保业务收入占比对比（单位：%）

图表88：2018-2023年中国城市轨道交通累计运营里程及其增速（单位：公里，%）

图表89：2023-2029年房地产投资与电梯需求量及预测（单位：亿元，万台）

图表90：2018-2023年全国住宅地产投资额变化情况（单位：亿元，%）

图表91：2018-2023年全国住宅地产建设情况（单位：万平方米）

图表92：2018-2023年商业地产投资额变化情况（单位：亿元，%）

图表93：2018-2023年全国商业地产建设情况（单位：万平方米）

图表94：2023年我国建成城市轨道交通分类占比（单位：%）

图表95：国内主要城市城市轨道交通运营里程（单位：公里，%）

图表96：发改委批复的城市轨道交通项目（单位：公里，亿元）

图表97：2023-2029年中国电梯年均更新量（单位：台）

图表98：MITSUBIHI三菱电梯主要产品列表

图表99：上海三菱电梯有限公司股本构成（单位：%）

图表100：上海三菱电梯有限公司发展简况

图表101：三菱电机上海机电电梯有限公司发展简况

图表102：三菱电机混合电力电梯示意图

图表103：三菱电机集团的经营方针

图表104：MITSUBIHI三菱电梯经营优劣势分析

图表105：芬兰通力电梯有限公司（KONE）主要产品列表

图表106：通力电梯有限公司发展简况

图表107：芬兰通力电梯有限公司经营优劣势分析

图表108：HITACHI日立电梯主要产品列表

图表109：HITACHI日立电梯主要销售渠道

图表110：日立电梯（中国）有限公司发展简况

图表111：HITACHI日立电梯经营优劣势分析

图表112：德国蒂森克虏伯电梯集团（THYSSEN）主要产品列表

图表113：德国蒂森克虏伯电梯集团（THYSSEN）在华发展历程

图表114：蒂森克虏伯电梯（上海）有限公司发展简况

图表115：德国蒂森克虏伯电梯集团经营优劣势分析

图表116：奥的斯电梯公司（OTIS）主要产品分析

图表117：奥的斯电梯（中国）投资有限公司发展简况

图表118：奥的斯机电电梯有限公司发展简况

图表119：广州奥的斯电梯有限公司发展简况

图表120：苏州江南快速电梯有限公司发展简况