

# 中国电梯市场需求潜力分析及投资前景趋势研究报告2024-2030年 \*

产品名称	中国电梯市场需求潜力分析及投资前景趋势研究报告2024-2030年 *
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
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
联系电话	18766830652 18766830652

## 产品详情

中国电梯市场需求潜力分析及投资前景趋势研究报告2024-2030年\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*[报告编号] 383655[出版日期] 2023年12月[出版机构]

中研华泰研究院[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 纸质版+电子版:7000元[联系人员] 刘亚 免费售后服务一年, 具体内容及

订购流程欢迎咨询客服人员 第1章: 电梯行业发展概述1.1 电梯行业界定1.1.1

电梯行业界定1.1.2 电梯所属的国民经济分类1.2 电梯行业分类1.2.1 电梯按样式分类1.2.2

电梯按用途分类1.2.3 电梯按驱动方式分类1.2.4 电梯按运行速度分类1.2.5

电梯产品分类总结1.3 电梯行业术语说明1.4 本报告研究范围界定说明1.5

本报告数据来源及统计标准说明1.5.1 本报告数据来源1.5.2

本报告研究方法及统计标准说明 第2章: 中国电梯行业宏观环境分析 (PEST) 2.1

中国电梯行业政策环境 (Policy) 分析2.1.1 中国电梯行业监管体系及机构介绍 (1) 中国

电梯行业主管部门 (2) 中国电梯行业自律组织2.1.2 中国电梯行业标准体系建设及分析

(1) 中国电梯行业标准体系建设 (2) 中国电梯行业现行标准分析2.1.3 中国电梯行业

发展相关政策规划汇总及重点政策规划解读 (1) 中国电梯行业发展相关政策汇总 (2)

(2) 中国电梯行业发展相关规划重点解读1) 《“十四五”市场监管现代化规划》2) 《“十

四五”规划纲要及2035远景目标纲要》2.1.4 政策环境对中国电梯行业发展的影响总结2.2

中国电梯行业经济 (Economy) 环境分析2.2.1 中国宏观经济现状 (1) 中国GDP及增长

情况 (2) 中国三次产业结构 (3) 中国居民消费价格 (CPI) (4) 中国生产者价格

指数 (PPI) (5) 中国工业经济增长情况 (6) 中国固定资产投资情况2.2.2 中国宏观

经济发展展望 (1) 国际机构对中国GDP增速预测 (2) 对中国宏观经济指标增速预测

2.2.3 中国电梯行业发展与宏观经济相关性分析2.3

中国电梯行业社会 (Society) 环境分析2.3.1 中国电梯行业社会环境分析 (1) 中国人口

规模及增速 (2) 中国人口结构 (3) 中国城镇化水平变化1) 中国城镇化现状2) 中国

城镇化趋势展望 (4) 中国居民人均可支配收入 (5) 中国居民人均消费支出及结构1

) 中国居民人均消费支出2) 中国居民消费结构变化2.3.2  
社会环境对电梯行业的影响总结2.4 中国电梯行业技术 (Technology) 环境分析2.4.1  
电梯制造流程2.4.2 电梯行业关键技术分析2.4.3 中国电梯行业研发投入情况2.4.4 中国电梯  
行业研发成果分析 (1) 专利申请 (2) 专利授权 (3) 热门申请人 (4) 热门技术  
领域2.4.5 技术环境对中国电梯行业的影响总结 第3章：全球电梯行业发展分析3.1  
全球电梯行业发展历程及发展特点3.1.1 全球电梯行业发展历程3.1.2  
全球电梯行业发展特点3.2 全球电梯行业供需现状及市场规模3.2.1  
全球电梯行业供给现状3.2.2  
全球电梯行业需求现状 (1) 全球电梯产品需求量 (2) 全球电梯产品保有量3.2.3  
全球电梯行业市场规模3.3 全球电梯行业竞争现状3.3.1 全球电梯行业区域竞争格局3.3.2  
全球电梯行业企业竞争格局3.4 全球重点区域电梯行业发展分析3.4.1 德国电梯行业发展分  
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3.4.2 日本电梯行业发展分析 (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3.4.3 美国电梯行业发展分析 (1) 美国电梯行业发  
展历程 (2) 美国电梯行业发展现状 (3) 美国电梯行业发展趋势3.5  
全球电梯行业代表性企业案例分析3.5.1 美国奥的斯 (Otis) (1) 企业发展历程及基本  
信息 (2) 企业整体经营情况分析 (3) 企业电梯业务发展情况 (4) 企业电梯业务  
在华布局情况 (5) 企业电梯业务发展规划3.5.2 德国蒂森克虏伯 (THYSSEN) (1)  
企业发展历程及基本信息 (2) 企业整体经营情况分析 (3) 企业电梯业务发展情况  
(4) 企业电梯业务在华布局情况3.5.3 日本三菱 (MITSUBISHI) (1) 企业发展历程及  
基本信息 (2) 企业整体经营情况分析 (3) 企业电梯业务发展情况 (4) 企业电梯  
业务在华布局情况 (5) 企业电梯业务发展规划3.6  
全球电梯行业发展前景预测及趋势分析3.6.1 全球电梯行业发展前景预测3.6.2  
全球电梯行业发展趋势分析 第4章：中国电梯行业发展分析4.1  
中国电梯行业发展历程及市场特征4.1.1 中国电梯行发展历程4.1.2  
中国电梯行业市场特征4.1.3 中国电梯运行安全现状4.2  
中国电梯行业参与者类型及规模4.2.1 中国电梯行业参与者类型及入场方式4.2.2  
中国电梯行业企业数量规模4.3 中国电梯行业进出口市场分析4.3.1  
中国电梯进出口基本信息 (1) 电梯HS编码 (2) 电梯行业进出口状况综述4.3.2 电梯  
行业进口情况 (1) 电梯行业进口量 (2) 电梯行业进口金额 (3) 电梯行业进口产  
品结构 (4) 电梯行业主要进口来源地 (5) 电梯行业主要进口省份4.3.3 电梯行业出口  
情况 (1) 电梯行业出口量 (2) 电梯行业出口金额 (3) 电梯行业出口产品结构  
(4) 电梯行业主要出口目的地 (5) 电梯行业主要出口省份4.4  
中国电梯行业供需现状分析4.4.1  
中国电梯行业供给现状 (1) 中国电梯产品产量 (2) 中国电梯产品供给类型4.4.2 中国  
电梯行业需求现状 (1) 中国电梯产品销售模式 (2) 中国电梯产品需求量 (3) 中  
国电梯产品保有量4.4.3 中国电梯行业供需平衡分析4.4.4 中国电梯行业价格水平及趋势4.5  
中国电梯行业招投标市场分析4.5.1 中国电梯行业招投标概况 (1) 电梯行业投招标特点  
(2) 电梯行业招投标注意事项 (3) 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4.5.2  
中国电梯行业招投标项目现状 (1) 招标项目数量规模 (2) 招投标项目分析4.6  
中国电梯行业市场规模测算4.7  
中国电梯行业发展痛点分析 第5章：中国电梯行业竞争状态及市场格局分析5.1

中国电梯行业波特五力模型分析5.1.1 现有电梯企业间的竞争分析5.1.2  
上游供应商的议价能力分析5.1.3 下游购买者的议价能力分析5.1.4  
电梯行业潜在进入者分析5.1.5 电梯行业替代品的威胁分析5.1.6 电梯行业竞争状态总结5.2  
中国电梯行业投融资、兼并与重组状况5.2.1 中国电梯行业投融资状况 (1) 中国电梯行业  
投融资主体 (2) 中国电梯行业投融资事件汇总5.2.2 中国电梯行业兼并与重组状况  
(1) 中国电梯行业投资兼并与重组方式 (2) 中国电梯行业投资兼并与重组主要动因  
(3) 中国电梯行业兼并与重组整合现状5.3 中国电梯行业市场格局分析5.3.1  
中国电梯行业市场企业竞争格局5.3.2  
中国电梯行业市场区域竞争格局 第6章：中国电梯产业链梳理及上游市场供应情况6.1  
中国电梯产业结构属性6.1.1 电梯产业链结构梳理6.1.2 电梯产业链生态图谱6.2  
中国电梯产业价值属性6.2.1  
电梯行业成本结构分析 (1) 电梯制造成本结构 (2) 电梯使用成本结构6.2.2  
电梯行业价值链分析6.3 中国电梯行业上游原材料市场供应分析6.3.1 钢材市场 (1) 钢材  
市场供给分析 (2) 钢材市场需求分析 (3) 价格走势 (4) 钢材市场发展趋势6.3.2  
稀土市场 (1) 稀土市场供给分析 (2) 稀土市场需求分析 (3) 稀土市场竞争格局  
(4) 稀土市场发展趋势6.3.3 有色金属市场 (1) 有色金属市场供给分析 (2) 有色  
金属市场需求分析 (3) 有色金属价格走势 (4) 有色金属市场发展趋势6.4  
中国电梯行业上游零部件供应情况6.4.1 电机市场 (1) 电机市场供需分析 (2) 电机市  
场竞争格局 (3) 电机市场发展前景6.4.2 控制部件市场 (1) 控制部件市场供需分析1  
) 变频器市场需求分析2) 电梯门机和电梯控制系统市场需求分析 (2) 控制部件市场竞  
争格局 (3) 控制部件市场发展前景6.4.3  
牵引装置市场 (1) 牵引装置市场现状分析 (2) 牵引装置市场发展趋势6.4.4  
其他零部件市场6.5 上游市场供应对电梯行业发展的影响总结 第7章：中国电梯行业细分  
市场需求潜力分析7.1 中国电梯行业细分市场需求结构7.2  
按结构划分电梯产品市场需求潜力分析7.2.1 垂直电梯市场分析 (1) 垂直电梯应用场景  
分析 (2) 垂直电梯市场现状分析 (3) 垂直电梯市场前景预测7.2.2 自动扶梯市场分析  
(1) 自动扶梯应用场景分析 (2) 自动扶梯市场现状分析 (3) 自动扶梯市场前景  
预测7.3 按速度划分电梯产品市场需求潜力分析7.3.1 中低速电梯市场分析 (1) 中低速电  
梯应用场景分析 (2) 中低速电梯市场现状分析 (3) 中低速电梯市场前景预测7.3.2 高  
速电梯市场分析 (1) 高速电梯应用场景分析 (2) 高速电梯市场现状分析 (3) 高  
速电梯市场前景预测7.4 智能电梯产品市场需求潜力分析7.4.1 智能电梯发展概述7.4.2  
智能电梯市场现状7.4.3 智能电梯市场前景预测7.5 电梯行业维修服务市场分析7.5.1  
电梯维修服务市场概述7.5.2 电梯维修服务市场现状7.5.3  
电梯维修服务市场前景预测 第8章：中国电梯行业下游市场需求潜力分析8.1  
中国电梯行业下游应用市场结构8.2 房地产市场电梯需求分析8.2.1 房地产开发市场电梯需  
求类型 (1) 住宅电梯需求类型1) 别墅电梯2) 家用电梯 (2) 商业地产电梯需求类型  
8.2.2 房地产开发市场发展情况8.2.3 房地产开发市场电梯需求现状 (1) 住宅市场电梯需  
求现状 (2) 商业地产市场电梯需求现状8.2.4 房地产开发市场电梯需求趋势8.3  
轨道交通市场电梯需求分析8.3.1 轨道交通交通市场电梯需求类型8.3.2  
轨道交通市场发展情况 (1) 轨道交通运营总长度 (2) 轨道交通车站数量8.3.3  
轨道交通市场电梯需求现状8.3.4 轨道交通市场电梯需求趋势8.4  
旧楼改造市场电梯需求分析8.4.1 旧楼改造市场电梯需求类型8.4.2  
旧楼改造市场发展情况8.4.3 旧楼电梯加装需求现状 (1) 各地电梯加装补贴政策及加装  
进展1) 加装电梯补贴政策汇总2) 老旧小区加装电梯进展 (2) 电梯加装市场政府采购

项目分析1) 电梯加装采购项目汇总2) 电梯加装采购规模分析3) 电梯加装项目金额分布4) 电梯加装细分领域分布5) 电梯加装市场区域分布8.4.4

旧楼改造市场电梯需求趋势 第9章：中国电梯行业代表性企业案例分析9.1

中国电梯行业代表性企业业务布局对比9.2 中国电梯代表性企业案例分析9.2.1 康力电梯股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍1) 企业主要经济指标分析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 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局1) 电梯产品类型及特色2) 电梯产品技术水平及资质能力3) 电梯产品产能/产销量及生产线布局情况4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析9.2.2 通用电梯股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍1) 企业主要经济指标分析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 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局1) 电梯产品类型及特色2) 电梯产品技术水平及资质能力3) 电梯产品产能/产销量及生产线布局情况4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析9.2.3 广州广日股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍1) 企业主要经济指标分析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 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局1) 电梯产品类型及特色2) 电梯产品技术水平及资质能力3) 电梯产品产能/产销量及生产线布局情况4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析9.2.4 上海机电股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业经营状况介绍1) 企业主要经济指标分析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 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局1) 电梯产品类型及特色2) 电梯产品技术水平及资质能力3) 电梯产品产能/产销量及生产线布局情况4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析9.2.5 沈阳远大智能工业集团股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍1) 企业主要经济指标分析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 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局1) 电梯产品类型及特色2) 电梯产品技术水平及资质能力3) 电梯产品产能/产销量及生产线布局情况4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析9.2.6 申龙电梯股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业销售网络 (4) 企业电梯业务布局1) 电梯产品类型及特色2) 电梯产品技术水平及资质能力3) 电梯产品产能/产量及生产线布局情况4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析9.2.7 浙江梅轮电梯股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍1) 企业主要经济指标分析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 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局1) 电梯产品类型及特色2) 电梯产品技术水平及资质能力3) 电梯产品产销量及生产线布局情况4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析9.2.8 东南电梯股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析9.2.9 森赫电梯股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍1) 企业主要经济指标分析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 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局1) 电梯产品类型及特色2) 电梯产品技术水平及资质能力3) 电梯产品产能/产量及生产线布局情况4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析9.2.10 快意电梯股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍1) 企业主要经济指

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 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局1) 电梯产品类型及特色2) 电梯产品技术水平及资质能力3) 电梯产品产能/产销量及生产线布局情况4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析 第10章：中国电梯行业投资机会与投资建议10.1 中国电梯行业发展潜力分析10.1.1 中国电梯行业发展现状总结10.1.2 中国电梯行业影响因素总结10.1.3 中国电梯行业盈利模式分析10.1.4 中国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10.1.5 中国电梯行业发展潜力评估10.2 中国电梯行业发展趋势与前景预测10.2.1 中国电梯行业发展趋势分析10.2.2 中国电梯行业发展前景预测10.3 中国电梯行业投资机会及投资风险分析10.3.1 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10.3.2 电梯行业投资风险分析 (1) 宏观经济及政策风险 (2) 市场竞争风险 (3) 行业监管风险10.4 中国电梯行业投资建议和可持续发展建议10.4.1 电梯行业投资策略建议10.4.2 电梯行业可持续发展建议

图表目录 图表1：国家统计局对于电梯行业的分类 图表2：电梯按样式分类 图表3：电梯按用途分类 图表4：电梯按驱动方式分类 图表5：电梯按运行速度分类 图表6：电梯分类总结 图表7：电梯行业术语说明 图表8：本报告研究范围界定 图表9：本报告数据资料来源汇总 图表10：本报告的主要研究方法及统计标准说明 图表11：中国电梯行业监管体系构成 图表12：中国电梯行业主管部门 图表13：中国电梯行业自律组织 图表14：截至2023年中国电梯标准行业标准体系建设 (单位：项) 图表15：截至2023年中国电梯行业现行国家标准 (部分列举) 图表16：截至2023年中国电梯行业现行行业标准 (部分列举) 图表17：截至2023年中国电梯行业现行地方标准 (部分列举) 图表18：截至2023年中国电梯行业现行团体标准 (部分列举) 图表19：截至2023年中国电梯行业现行企业标准 (部分列举) 图表20：截至2023年中国电梯相关中央政策汇总 图表21：《“十四五”市场监管现代化规划》与电梯相关的主要内容 图表22：《“十四五”规划纲要及2035远景目标纲要》具体建设内容 图表23：政策环境对中国电梯行业发展的影响总结 图表24：2021-2023年中国GDP增长走势图 (单位：万亿元，%) 图表25：2021-2023年中国三次产业结构 (单位：%) 图表26：2021-2023年中国CPI变化情况 (单位：%) 图表27：2021-2023年中国PPI变化情况 (单位：%) 图表28：2021-2023年中国全部工业增加值及增速 (单位：万亿元，%) 图表29：2021-2023年中国固定资产投资额 (不含农户) 及增速 (单位：万亿元，%) 图表30：部分国际机构对2023年中国GDP增速的预测 (单位：%) 图表31：2023年中国宏观经济核心指标预测 (单位：%) 图表32：行业发展与宏观经济相关性分析 图表33：2021-2023年中国人口规模及自然增长率 (单位：万人，‰) 图表34：2021-2023年中国人口年龄结构 (单位：%) 图表35：2021-2023年中国城镇人口规模及城镇化率 (单位：万人，%) 图表36：中国城市化进程发展阶段 图表37：2021-2023年中国居民人均可支配收入 (单位：元) 图表38：2021-2023年中国居民人均消费支出 (单位：元) 图表39：2013-2023年中国居民人均消费支出结构 (单位：%) 图表40：社会环境对电梯行业发展的影响总结 图表41：电梯制造流程图 图表42：中国电梯行业主流技术水平分析 图表43：中国电梯行业科研投入情况分析 图表44：2021-2023年中国电梯专利申请数量变化图 (单位：项) 图表45：2021-2023年中国电梯专利授权数量变化图 (单位：项) 图表46：截至2023年中国电梯专利申请数名申请人

(单位：项) 图表47：截至2023年中国电梯专利申请数小类 (单位：项) 图表48：技术环境对电梯行业发展的影响总结 图表49：全球电梯行业发展历程 图表50：全球电梯行业发展历程分析 图表51：全球电梯行业发展特点分析 图表52：2021-2023年全球电梯产量 (单位：万台) 图表53：2021-2023年全球电梯新装量 (单位：万台) 图表54：2021-2023年全球电梯保有量 (单位：万台) 图表55：2021-2023年全球电梯行业市场规模 (单位：十亿美元) 图表56：2023年全球电梯行业市场区域分布 (按新安装量) (单位：%) 图表57：2023年全球电梯行业主要企业电梯业务营业收入 (单位：十亿美元) 图表58：德国电梯行业发展历史上的主要事件 图表59：德国主要电梯品牌概览 图表60：德国电梯行业的发展趋势 图表61：日本电梯行业发展历程 图表62：2013-2023年日本电梯行业市场规模 (单位：亿美元) 图表63：日本电梯行业产品销售结构 (单位：%) 图表64：2021-2023年美国电梯行业市场规模 (单位：亿美元) 图表65：2021-2023年奥的斯电梯公司 (OTIS) 经营情况 (单位：百万美元，%) 图表66：2023年奥的斯电梯公司 (OTIS) 销售分布 (单位：%) 图表67：2023年奥的斯电梯公司 (OTIS) 业务结构 (单位：%) 图表68：2021-2023年财年德国蒂森克虏伯电梯集团 (THYSSEN) 经营情况 (单位：百万欧元，%) 图表69：2021财年德国蒂森克虏伯电梯集团 (THYSSEN) 业务结构 (单位：%) 图表70：2021财年德国蒂森克虏伯电梯集团 (THYSSEN) 区域分布 (单位：%) 图表71：德国蒂森克虏伯电梯集团 (THYSSEN) 在华发展历程 图表72：2016-2022财年三菱电机有限公司市经营情况分析 (单位：亿日元) 图表73：2022财年三菱电机有限公司业务结构分析 (单位：%) 图表74：2022财年三菱电机有限公司业务结构分析 (单位：%) 图表75：三菱电机有限公司电梯业务在华分公司 图表76：2024-2030年全球电梯行业市场规模 (单位：十亿美元) 图表77：全球电梯行业市场发展趋势 图表78：中国电梯行业发展历程 图表79：中国电梯行业发展主要特点 图表80：2021-2023年中国电梯运行事故数据 (单位：起) 图表81：中国电梯行业参与者及入场方式 图表82：截至2023年中国电梯行业企业存续数量 (单位：家) 图表83：电梯HS编码 图表84：2021-2023年中国电梯行业进出口状况表 (单位：亿美元) 图表85：2021-2023年中国电梯进口量 (单位：台) 图表86：2021-2023年中国电梯进口金额 (单位：亿美元) 图表87：2023年主要中国电梯进口产品结构 (按金额) (单位：%) 图表88：2021-2023年中国电梯行业进口金额 (单位：万美元) 图表89：2023年中国电梯行业主要进口来源地 (单位：%) 图表90：2023年中国电梯行业主要进口省份 (单位：%) 图表91：2021-2023年中国电梯出口量 (单位：万台) 图表92：2021-2023年中国电梯出口金额 (单位：亿美元) 图表93：2023年主要中国电梯出口产品结构 (按金额) (单位：%) 图表94：2021-2023年中国电梯行业出口金额 (单位：亿美元) 图表95：2023年中国电梯行业主要出口目的地 (单位：%) 图表96：2023年中国电梯行业主要出口省份 (单位：%) 图表97：2021-2023年中国电梯产量及增速 (单位：万台，%) 图表98：中国电梯产品供给类型 图表99：电梯行业销售模式分析 图表100：2021-2023年中国电梯和自动扶梯表观消费量 (单位：万台) 图表101：2021-2023年中国电梯保有量 (单位：万台) 图表102：2021-2023年中国电梯行业供需平衡表 (单位：万台) 图表103：2021-2023年中国电梯行业本土企业直梯产品价格水平变化 (单位：万元/台) 图表104：中国电梯行业设备招标特点 图表105：中国电梯招投标注意事项 图表106：中国电梯市场品牌评价指标分析 图表107：曳引机性能评价指标分析 图表108：控制柜质量评价指标分析 图表109：门机系统评价指标分析 图表110：售后服务评价指标分析 图表111：2021-2023年中国政府采购电梯项目数量 (单位：个) 图表112：2021-2023年中国部分电梯采购中标情况 (单位：万元，台) 图表113：2021-2023年中国电梯行业市场规模变化情况 (单位：亿元) 图表114：中国电梯行业发展痛点分析 图表115：中国电梯行业现有企业的竞争分析表

图表116：上游供应商对电梯产品的议价能力分析表 图表117：下游客户对电梯产品议价能力分析表 图表118：中国电梯行业潜在进入者威胁分析表 图表119：中国电梯行业竞争状态分析 图表120：中国电梯行业资金来源及投融资主体类别描述