

# 2021-2027年中国电梯产业 发展现状与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国电梯产业发展现状与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202109/239462.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2019年1-6月我国房屋竣工面积累计同比下滑12.70%，但是考虑到施工节奏加快，后续地产竣工面积有望回暖，进而带动电梯销量提升。2014-2020年我国传统地产竣工面积测算2014-2020年我国传统地产电梯配置比测算 中企顾问网发布的《2021-2027年中国电梯产业发展现状与战略咨询报告》共十二章。首先介绍了中国电梯行业市场发展环境、电梯整体运行态势等，接着分析了中国电梯行业市场运行的现状，然后介绍了电梯市场竞争格局。随后，报告对电梯做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电梯行业发展趋势与投资预测。您若想对电梯产业有个系统的了解或者想投资中国电梯行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 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：

### 第一章电梯行业综述

#### 第一节电梯概念

##### 一、电梯概念及分类

##### 二、电梯行业产业链

#### 第二节电梯行业发展环境

##### 一、行业管理体制

##### 二、行业法律法规

##### 三、行业相关标准

##### 四、宏观经济形势

##### 五、行业社会环境

##### 六、技术发展水平

### 第二章国际电梯所属行业市场发展分析

#### 第一节国际电梯市场发展分析

##### 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

## 六、国际电梯市场发展趋势

## 第二节国际电梯品牌在华竞争分析

### 一、瑞士迅达集团（Shindler）

### 二、德国蒂森克虏伯（THYSSEN）

### 三、美国奥的斯（OTIS）

### 四、芬兰通力（KONE）

### 五、日本三菱（MITSUBISHI）

### 六、日本日立（HITACHI）

### 七、日本东芝（TOSHIBA）

### 八、日本富士达（FUJITEC）

## 第三章中国电梯所属行业运行现状分析

### 第一节中国电梯所属行业发展状况分析

#### 一、中国电梯行业发展阶段

#### 二、中国电梯行业发展现状

2019年全行业共生产电梯85万台，与2017年相比增长5%;截至2019年底，国内电梯注册总量达到627.83万台。2013-2018年中国电梯保有量走势

#### 三、中国电梯行业发展特点

#### 四、中国电梯行业运营模式

## 第二节中国电梯所属行业总体规模分析

### 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

## 第三节中国电梯所属行业财务指标分析

### 一、所属行业盈利能力分析

### 二、所属行业偿债能力分析

### 三、所属行业营运能力分析

### 四、所属行业发展能力分析

## 第四章中国电梯行业市场竞争及供需与进出口分析

### 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、中国电梯行业市场竞争格局

##### 1、行业竞争格局

##### 2、行业集中度

##### 3、行业竞争力

#### 三、中国电梯产品品牌竞争分析

##### 1、中外电梯产品品牌对比分析

##### 2、中国电梯产品品牌发展情况

### 第二节中国电梯所属市场供需分析

#### 一、2016-2019年中国电梯行业供给情况

#### 二、2016-2019年中国电梯行业需求情况

#### 三、2016-2019年中国电梯行业供需平衡

### 第三节中国电梯所属行业进出口市场分析

- 一、电梯行业出口市场分析
- 二、电梯行业进口市场分析
- 三、电梯行业进出口前景及建议

## 第五章中国电梯所属行业产品市场分析

### 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2014-2020年我国传统地产电梯需求测算

#### 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

## 第六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

## 第七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

### 第八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

### 第九章中国电梯行业领先企业经营分析

#### 第一节快意电梯股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品
- 三、企业经营情况
- 四、企业销售渠道
- 五、企业竞争优势

## 第二节康力电梯股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品
- 三、企业经营情况
- 四、企业销售渠道
- 五、企业竞争优势

## 第三节沈阳远大智能工业集团股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品
- 三、企业经营情况
- 四、企业销售渠道
- 五、企业竞争优势

## 第四节广州广日电梯工业有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品
- 三、企业经营情况
- 四、企业销售渠道
- 五、企业竞争优势

## 第五节西继迅达（许昌）电梯有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品
- 三、企业经营情况
- 四、企业销售渠道
- 五、企业竞争优势

## 第六节申龙电梯股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

#### 第七节北京京城中奥电梯有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要产品

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

#### 第八节山东百斯特电梯有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要产品

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

#### 第九节常州电梯厂有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要产品

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

#### 第十节永大电梯设备（中国）有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要产品

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

### 第十章2021-2027年电梯行业前景展望

#### 第一节2021-2027年电梯市场发展前景

一、2021-2027年电梯市场发展潜力

二、2021-2027年电梯市场发展前景

### 三、2021-2027年电梯行业发展趋势

#### 第二节2021-2027年中国电梯行业供需预测

##### 一、2021-2027年中国电梯市场规模预测

##### 二、2021-2027年中国电梯行业供给预测

##### 三、2021-2027年中国电梯行业需求预测

#### 第三节中国电梯行业存在的问题及对策

##### 一、电梯行业存在的问题

##### 二、电梯行业发展的对策

### 第十一章2021-2027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、行业投资现状分析

#### 第二节2021-2027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2021-2027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、电梯行业主要投资建议

##### 二、中国电梯企业融资分析

## 第十二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

### 第二节对中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、中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、2021-2027年电梯行业投资战略

#### 二、2021-2027年细分行业投资战略

### 图表目录：

图表：2016-2019年电梯制造行业经营效益分析

图表：2016-2019年中国电梯制造行业盈利能力分析

图表：2016-2019年中国电梯制造行业运营能力分析

图表：2016-2019年中国电梯制造行业偿债能力分析

图表：2016-2019年中国电梯制造行业发展能力分析

图表：2016-2019年中国电梯生产量变化情况

图表：2016-2019年中国电梯保有量变化情况

图表：2016-2019年中国电梯制造行业经营规模情况

图表：2016-2019年中国电梯制造行业经营效益情况

图表：2016-2019年全国电梯行业工业产值变化情况

图表：2016-2019年中国电梯制造行业产值省市分布情况

图表：2016-2019年全国电梯行业产成品变化情况

图表：2021-2027年电梯行业市场规模预测

图表：2021-2027年电梯行业营业收入预测

图表：2021-2027年中国电梯行业供给预测

图表：2021-2027年中国电梯投资规模预测

图表：2021-2027年中国电梯企业规模预测

图表：2021-2027年中国电梯行业需求预测

图表：2021-2027年中国电梯行业供需平衡预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/239462.html>