

2021年中国电梯市场分析报告- 行业竞争现状与前景评估预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国电梯市场分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/541403541403.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

电梯是指服务于建筑物内若干特定的楼层，其轿厢运行在至少两列垂直于水平面或与铅垂线倾斜角小于15°的刚性轨道运动的永久运输设备。根据建筑的高度、用途及客流量（或物流量）的不同，而设置不同类型的电梯。可以分为：乘客电梯、货载电梯、医用电梯、杂物电梯、观光电梯、车辆电梯、船舶电梯等其他电梯。

电梯的分类 数据来源：公开资料整理

在产业政策方面，由于电梯行业属于通用设备制造业，又属于起重运输设备，设备具有特殊性，其被列为特种设备，电梯的质量、安全性受到广泛重视，国家颁布多种政策加强监管，我国电梯行业的制造水平、标准化逐渐提高，电梯行业政策趋于监管加强。

我国电梯行业相关政策法规

时间

政策法规

主要内容

2020年2月

《市场监管总局办公厅关于2019年度特种设备行政许可监督抽查和行政处罚情况的通报》
监督抽查特种设备生产单位198家，其中锅炉制造单位29家、压力容器制造单位26家、气瓶制造单位10家、压力管道元件制造单位23家、压力管道安装单位10家、安全附件制造单位10家、电梯制造单位40家。

2019年2月

《市场监管总局关于特种设备行政许可优化准入服务和加强事中事后监管措施的公告》
对于作业人员，特种设备安全监督管理部门在开展特种设备现场监督检查时，依法抽查使用单位对其特种设备作业人员进行安全教育和技能培训的情况。

2019年1月

《市场监管总局关于调整<电梯施工类别划分表>的通知》
进一步规范电梯安装、改造、修理、维保等行为，降低企业施工过程的制度性交易成本。

2018年1月

《国务院办公厅关于加强电梯质量安全工作的意见（国办发〔2018〕8号）》
到2020年，努力形成法规标准健全、安全责任明晰、工作措施有效、监管机制完善、社会共同参与的电梯质量安全工作体系，电梯质量安全水平全面提升，安全形势持续稳定向好，电梯万台事故起数和死亡人数等指标接近发达国家水平。

2017年11月

《中华人民共和国特种设备安全法》
电梯的安装、改造、修理，必须由电梯制造单位或者其委托的依照本法取得相应许可的单位进行。电梯制造单位委托其他单位进行电梯安装、改造、修理的，应当对其安装、改造、修

理进行安全指导和监控，并按照安全技术规范的要求进行校验和调试。电梯制造单位对电梯安全性能负责。数据来源：公开资料整理

电梯作为我们日常都会使用到的设备，其上游行业主要为电机、牵引装置、控制系统、板材、有色金属、曳引机、等电器系统配套零部件行业。电梯行业的下游行业是房地产行业 and 公共建筑业，包括住宅、商业配套、基础设施等。电梯行业与居民住宅、商场超市、市政工程存在着高度的关联性，下游行业的发展状况直接影响电梯行业的发展。

电梯行业产业链 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2015-2019年期间我国电梯行业产量逐年增长。2019年我国电梯产量达到117.3万台，同比增长63.1%。截至2020年，我国电梯产量达128.2万台。

2015-2020年Q1我国电梯行业产量及增速 数据来源：公开资料整理

由于房地产、城市公共基础设施建设等产业发展迅速，中国新装电梯市场一直保持着高速增长，2015-2019年期间，我国电梯登记数量逐年增多，2019年我国电梯登记数量达709.75万台，新增电梯81.82万台。

2015-2019年我国电梯行业登记数量及新增数量 数据来源：公开资料整理

从区域上来看，我国电梯产量最多的是华中、华东地区，占比72%；其次是华北、东北地区，占比达19%。我国电梯整机及零部件的制造企业主要集中在长三角、珠三角和环渤海等地区。长三角地区各类电梯零配件生产配套和整机制造企业众多，配套体系完善，产业集聚效应明显，为区域内电梯企业的规模扩张、产业整合和转型升级提供了有力的保障。

2019年我国电梯产量区域分布情况 数据来源：公开资料整理

从进口方面来看，2019年，我国电梯进口总额达10895万美元，同比增长3.5%，共进口2578台，同比增长3.29%。2020年1-9月，我国电梯进口总额为6694万美元，共进口1792台。

2017-2020年1-9月我国电梯行业进口数量及增速 数据来源：公开资料整理

2017-2020年1-9月我国电梯行业进口金额及增速 数据来源：公开资料整理

从出口方面来看，2019年我国电梯出口总额为192666万美元，同比下降5.16%；共出口87320台，同比增长3.73%。2020年1-9月，我国电梯出口总额为128498万美元，出口数量为72100台。

2017-2020年1-9月我国电梯行业出口数量及增速 数据来源：公开资料整理

2017-2020年1-9月我国电梯行业出口金额及增速 数据来源：公开资料整理

由于我国电梯行业起步较晚，在技术方面与国外存在差距，我国每年从国外进口的电梯多为高档电梯，高端需求主要依靠进口；国产电梯主要占据低端电梯市场。随着国内电梯制造业整体实力的提升，以及国家政策的监管加强，国内电梯行业趋于升级发展。未来将向服务化、智能化、绿色节能方向发展。

电梯行业发展趋势

趋势

概述

电梯企业从生产产品向制造服务转型，服务能力成为核心竞争力

随着我国维保市场的进一步规范，电梯“后市场”服务能力将会成为电梯企业的核心竞争力，这需要电梯企业不断完善服务网络建设，提供差异化的服务，加强信息化建设，推进电梯服务产业化，扩大维保新技术、新工艺的应用。为用户提供专业化的设计、制造、安装、维修、保养等一条龙服务，在满足用户电梯需求的同时，拓展企业的自身发展空间。

智能制造成为电梯企业的转型升级方向

在“中国制造2025”的推动下，电梯企业要实现智能化转型，需要促进电梯制造技术改造升级，实现对现有生产设备及技术进行升级改造，积极探索智能化工厂的建设，让电梯产品在自动化、智能装备领域得到更大发展空间。电梯企业要加大在智能化、高端技术领域上的投入以及对核心技术的掌握，才能不断升级电梯体系智能化水平，从而实现企业转型升级，提升行业竞争力。

电梯行业朝“绿色节能”方向发展

近年来，国内外电梯企业在电梯领域的投入不断加大，各类节能、环保材料及技术不断得以研发及应用，如永磁同步无齿轮曳引机、导向轮、曳引轮等。在控制技术方面，电梯群控系统更趋于智能化，如控制目标的多样化、非线性表现等动态特性，达到高效节能的效果。未来一段时间内，节能技术领域的进步将会不断在电梯产品中得到体现。数据来源：公开资料整理（TJL）

《2021年中国电梯市场分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国电梯行业发展概述

第一节 电梯行业发展情况概述

- 一、电梯行业相关定义
- 二、电梯行业基本情况介绍
- 三、电梯行业发展特点分析
- 四、电梯行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、电梯行业需求主体分析

第二节 中国电梯行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电梯行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国电梯行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国电梯行业生命周期分析

- 一、电梯行业生命周期理论概述
- 二、电梯行业所属的生命周期分析

第四节 电梯行业经济指标分析

- 一、电梯行业的赢利性分析
- 二、电梯行业的经济周期分析
- 三、电梯行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电梯行业进入壁垒分析

- 一、电梯行业资金壁垒分析
- 二、电梯行业技术壁垒分析
- 三、电梯行业人才壁垒分析
- 四、电梯行业品牌壁垒分析
- 五、电梯行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球电梯行业市场发展现状分析

第一节 全球电梯行业发展历程回顾

第二节 全球电梯行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电梯行业地区市场分析

- 一、亚洲电梯行业市场现状分析
- 二、亚洲电梯行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲电梯行业市场前景分析

第四节 北美电梯行业地区市场分析

- 一、北美电梯行业市场现状分析
- 二、北美电梯行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美电梯行业市场前景分析

第五节 欧洲电梯行业地区市场分析

- 一、欧洲电梯行业市场现状分析
- 二、欧洲电梯行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲电梯行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界电梯行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球电梯行业市场规模预测

第三章 中国电梯产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品电梯总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国电梯行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国电梯产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国电梯行业运行情况

第一节 中国电梯行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国电梯行业市场规模分析

第三节 中国电梯行业供应情况分析

第四节 中国电梯行业需求情况分析

第五节 我国电梯行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国电梯行业供需平衡分析

第七节 中国电梯行业发展趋势分析

第五章 中国电梯所属行业运行数据监测

第一节 中国电梯所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国电梯所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国电梯所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国电梯市场格局分析

第一节 中国电梯行业竞争现状分析

- 一、中国电梯行业竞争情况分析
- 二、中国电梯行业主要品牌分析

第二节 中国电梯行业集中度分析

- 一、中国电梯行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国电梯行业市场集中度分析

第三节 中国电梯行业存在的问题

第四节 中国电梯行业解决问题的策略分析

第五节 中国电梯行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国电梯行业需求特点与动态分析

第一节 中国电梯行业消费市场动态情况

第二节 中国电梯行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 电梯行业成本结构分析

第四节 电梯行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国电梯行业价格现状分析

第六节 中国电梯行业平均价格走势预测

- 一、中国电梯行业价格影响因素
- 二、中国电梯行业平均价格走势预测
- 三、中国电梯行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国电梯行业区域市场现状分析

第一节 中国电梯行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电梯市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电梯市场规模分析
- 四、华东地区电梯市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区电梯市场规模分析
- 四、华中地区电梯市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区电梯市场规模分析
- 四、华南地区电梯市场规模预测

第九章 2017-2020年中国电梯行业竞争情况

第一节 中国电梯行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国电梯行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国电梯行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 电梯行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国电梯行业发展前景分析与预测

第一节 中国电梯行业未来发展前景分析

- 一、电梯行业国内投资环境分析
- 二、中国电梯行业市场机会分析
- 三、中国电梯行业投资增速预测

第二节 中国电梯行业未来发展趋势预测

第三节 中国电梯行业市场发展预测

- 一、中国电梯行业市场规模预测
- 二、中国电梯行业市场规模增速预测
- 三、中国电梯行业产值规模预测
- 四、中国电梯行业产值增速预测
- 五、中国电梯行业供需情况预测

第四节 中国电梯行业盈利走势预测

- 一、中国电梯行业毛利润同比增速预测
- 二、中国电梯行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国电梯行业投资风险与营销分析

第一节 电梯行业投资风险分析

- 一、电梯行业政策风险分析
- 二、电梯行业技术风险分析
- 三、电梯行业竞争风险分析
- 四、电梯行业其他风险分析

第二节 电梯行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国电梯行业发展战略及规划建议

第一节 中国电梯行业品牌战略分析

- 一、电梯企业品牌的重要性
- 二、电梯企业实施品牌战略的意义
- 三、电梯企业品牌的现状分析
- 四、电梯企业的品牌战略
- 五、电梯品牌战略管理的策略

第二节 中国电梯行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国电梯行业战略综合规划分析

- 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

第四节 电梯行业竞争力提升策略

- 一、电梯行业产品差异性策略
- 二、电梯行业个性化服务策略
- 三、电梯行业的促销宣传策略
- 四、电梯行业信息智能化策略
- 五、电梯行业品牌化建设策略
- 六、电梯行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国电梯行业发展策略及投资建议

第一节 中国电梯行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国电梯行业营销渠道策略

- 一、电梯行业渠道选择策略
- 二、电梯行业营销策略

第三节 中国电梯行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电梯行业重点投资区域分析
- 二、中国电梯行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/541403541403.html>