

中国电梯行业发展深度研究与投资前景分析报告 (2026-2033年)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国电梯行业发展深度研究与投资前景分析报告（2026-2033年）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202608/811578.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、电梯产量走弱、保有量持续扩容，行业步入存量更新与后市场驱动发展新时期
电梯属于高端装备制造，涵盖客梯、货梯、扶梯、自动人行道，业务包含整机制造、零部件、安装、加装、维保、更新改造全链条。

国内电梯行业已告别地产主导的增量扩张阶段，步入存量更新与后市场驱动的发展新时期，呈现出产量波动走弱、存量保有量持续扩容的分化格局。

从新增供给来看，行业新增装机量波动显著，2021 年电梯产量冲高至 154.5 万台，同比增长 20.51%，达到阶段性高点；受地产新开工下行影响，后续行业增速由正转负，2022 - 2025 年产量连续同比回落，新装市场需求压力逐步显现。

数据来源：观研天下数据中心整理
与新增端承压形成对比，国内电梯存量保有量保持持续抬升，2020 - 2025 年保有量从 786.55 万台增长至 1231.59 万台，虽然保有量同比增速逐步回落至 6.79%，但已经形成规模庞大的存量底座。

数据来源：观研天下数据中心整理
伴随大量早期投运电梯步入服役中后期，叠加老旧电梯更新相关扶持政策持续落地，老旧梯更换、维保大修、改造升级等后市场需求加速释放，行业增长逻辑逐步从新增装机拉动向存量改造赛道切换。

国内电梯相关政策梳理	政策名称	发布时间	发布单位	核心内容
	《推进建筑和市政基础设施设备更新工作实施方案》	2024 年 3 月	住房和城乡建设部	住宅老旧电梯更新，结合隐患排查或安全风险评估情况进行更新、改造或大修；既有住宅加装电梯，鼓励采取平层入户方式加装电梯，实现无障碍通行；通过中央财政资金对住宅老旧电梯更新、既有住宅加装电梯给予补助，进一步发挥住宅专项维修资金在住宅老旧电梯更新、既有住宅加装电梯中的作用
	《关于加快推动特种设备更新有关工作的通知》	2024 年 6 月	市场监管总局	推动老旧电梯更新和既有住宅加装电梯，对老旧住宅电梯或其部件实施更新或技术升级，支持既有住宅加装电梯，鼓励引入住宅领域专业电梯使用管理新模式，探索培育包含电梯使用管理、维护保养、自行检测等全包式服务的电梯使用管理经营主体，破解住宅电梯使用管理、维护保养市场短期博弈困境
	《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》	2024 年 7 月	国家发展改革委、财政部	将住宅老旧电梯更新改造纳入超长期特别国债资金，将支持范围扩大到老旧电梯等领域设备更新以及重点行业节能降碳和安全改造，并结合实际动态调整
	《市场监管总局办公厅关于进一步做好住宅老旧电梯更新有关工作的通知》	2025 年 6 月		

市场监管总局 超长期特别国债支持老旧电梯更新的配套监管细则，从设备选型利旧、质保售后、安装监检、后期运维、跨部门协同监管五方面明确全流程安全管控要求，规范国债电梯更新项目落地实施 《城市更新“十五五”规划》 2026 年 5 月 国务院 明确“十五五”期间持续推进 11.5 万个老旧小区改造，重点对建成 20 年及以上的城镇住宅小区开展专项体检，聚焦补齐基础设施短板、提升服务功能和环境品质实施针对性改造，支持具备条件的楼栋加装电梯

资料来源：观研天下整理

二、电梯企业向全生命周期垂直交通服务商加速转型，行业智能化、绿色化、服务化趋势显著

整机制造盈利空间持续收窄，我国电梯行业增长重心向后市场倾斜，维保、更新改造及配件业务逐步成为利润核心，企业也由单纯设备制造商向全生命周期垂直交通服务商加速转型，整体行业正由传统设备制造迈入智能化、绿色化、服务化的全新发展阶段。

其中智慧化为核心升级主线，头部企业加快

AI、物联网技术在研发、生产、运维全链条落地，借助 AI 视觉识别、多传感融合技术，完成电动车入梯、人员跌倒等风险场景主动预警；依托物联网平台开展设备实时监测与故障预测诊断，推动维保模式由被动抢修转向主动预防，同时通过智能工厂建设提质增效，借助特种设备质量追溯体系实现产品全流程溯源。

绿色化是行业重要发展方向，企业推进工厂绿电应用与节能产品迭代，能量回馈系统、低功耗待机等技术可将电梯制动能量回收转化为建筑可用电能，叠加住建部相关新规将安全、舒适、绿色、智慧列为住宅配套基础要求，电梯配置标准实现从 “有没有” 向 “好不好” 的转变。

而服务化则驱动商业模式深度重构，企业加速向城市服务商角色演进，跳出单纯设备销售，以维保、旧梯更新改造、智慧楼宇系统集成等综合解决方案，充分挖掘电梯全生命周期商业价值。

我国电梯企业智能化、绿色化、服务化发展趋势 企业 智能化布局 绿色化布局 服务化布局
日立电梯 NCA Pro 智慧电梯搭载 AI 客流预测系统，高峰输送能力提升 50%，候梯时间缩短 22%；ELECLOUD® 云服务中心接入超 45 万台设备，落地 600+ 项 AI 预诊断算法 多地工厂实现绿电全覆盖；NCA Pro 动态高压能量回馈技术节电超 30%，单梯年节电超 2500 度 覆盖 324 城 4.7 万+ 栋加装电梯项目、322 城 1.8 万+ 电梯改造项目；发布 HMAX for Buildings 智慧楼宇综合解决方案，覆盖电梯全生命周期服务 西奥电梯 落地数字孪生 + 柔性产线，订单交付周期从 20 天压缩至 6 天；搭建条码扫描全生命周期追溯体系 工厂配套光伏发电 + 储能系统，年减碳约 1000 吨；打造「产储用」三位一体智慧能源管理体系 电梯订单结构向「334」优化（新梯 30%、家用梯 30%、更新改造及维保 40%），后市场业务占比持续提升 康力电梯

依托国家特种设备质量追溯体系，实现产品设计、生产、安装、运维全流程可追溯
打造节能型电梯产品矩阵，核心机型能量回馈效率行业领先 明确「更新 - 改造 -
维保」全链条第二增长曲线战略，深化存量电梯后市场业务布局 西子电梯 UN-Victor
数智电梯搭载 AI 神经网络与北斗定位系统，核心零部件自主研发率超 90% 80% 产品获
TUV「A+++」绿色认证；零碳电梯通过势能回收 +
光伏储能系统，实现运行阶段零市电依赖 产品出口全球 70
多个国家和地区，「一带一路」沿线市场份额持续提升，海外服务网络覆盖核心区域
通用电梯 收购云视智邦，布局智慧交通与智慧城市 AI 应用场景，打造电梯智能化解决方案
聚焦节能型电梯产品研发，适配公共建筑、住宅等多场景低碳需求 转型「高端装备 +
智慧服务」综合解决方案提供商，拓展电梯全生命周期运维服务

资料来源：观研天下整理

三、我国电梯行业已形成显著寡头竞争格局，出海成重要拓展方向、有望持续贡献增量
受行业整体承压步入下行周期影响，电梯头部企业营收规模连续多年收缩，2022 - 2025年营
收同比增速持续为负。但随着行业监管持续趋严，缺乏全国性服务网络的中小整机厂商与维
保机构加速出清；与此同时，头部企业依托整机制造能力叠加完善的全国服务网络持续抢占
市场份额，推动行业集中度不断提升。

数据来源：观研天下数据中心整理

从 2026
年一季度上市电梯企业营收份额来看，行业已形成显著的寡头竞争格局，其中上海机电以
60.48% 的营收份额位居首位，广日股份、康力电梯分别以 19.27%、11.27%
紧随其后，同力天启占比 5.53%，位列行业第四。

数据来源：观研天下数据中心整理

从全球市场看，外资品牌（通力、日立、三菱、奥的斯等）凭借先发技术优势仍占据全球较
大份额，但国产品牌正加速追赶。国内头部整梯厂出海为大势所趋，凭借原材料价格、供应
链和管理优势，海外市场有望持续贡献增量。

2026年H1，我国载客电梯出口台量为65724台，同比增速18.00%，出口额为80.15亿元，
同比增长12.87%。2026年H1，我国自动扶梯及自动人行道出口台量为6364台，同比增速7.
44%；出口额为14.19亿元，同比增长6.94%。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

· 关于行业报告

行业报告是业内企业、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的必备工具，本报告是全面了解本行业、制定正确竞争战略和投资决策的重要依据。

· 报告内容涵盖

观研报告网发布的《中国电梯行业发展深度研究与投资前景分析报告（2026-2033年）》数据丰富，内容详实，整体图表数量达到130个以上，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，帮助业内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。

· 报告数据来源

报告数据来源包括：国家统计局、海关总署等国家统计部门；行业协会、研究院所等业内权威机构；各方合作数据库以及观研天下自有的数据中心；以及对业内专家访谈调研的一手数据信息等。

我们的数据已被官方媒体、证券机构、上市公司、高校部门等多方认可并广泛引用。（如需数据引用案例请联系观研天下客服索取）

报告主要图表介绍

图（部分）

表（部分）

2021-2025年行业市场规模

行业相关政策

2021-2025年行业产量

行业相关标准

2021-2025年行业销量

PEST模型分析结论

2025年行业成本结构情况

行业所属行业企业数量分析

2021-2025年行业平均价格走势

行业所属行业资产规模分析

2021-2025年行业毛利率走势

行业所属行业流动资产分析

2021-2025年行业细分市场1市场规模

行业所属行业销售规模分析

2026-2033年行业细分市场1市场规模及增速预测

行业所属行业负债规模分析

2021-2025年行业细分市场2市场规模

行业所属行业利润规模分析

2026-2033年行业细分市场2市场规模及增速预测

所属行业产值分析

2021-2025年全球行业市场规模

所属行业盈利能力分析

2025年全球行业区域市场规模分布

所属行业偿债能力分析

2021-2025年亚洲行业市场规模

所属行业营运能力分析

2026-2033年亚洲行业市场规模预测

所属行业发展能力分析

2021-2025年北美行业市场规模

企业1营业收入构成情况

2026-2033年北美行业市场规模预测

企业1主要经济指标分析

2021-2025年欧洲行业市场规模

企业1盈利能力分析

2026-2033年欧洲行业市场规模预测

企业1偿债能力分析

2026-2033年全球行业市场规模分布预测

企业1运营能力分析

2026-2033年全球行业市场规模预测

企业1成长能力分析

2025年行业区域市场规模占比

企业2营业收入构成情况

2021-2025年华东地区行业市场规模

企业2主要经济指标分析

2026-2033年华东地区行业市场规模预测

企业2盈利能力分析

2021-2025年华中地区行业市场规模

企业2偿债能力分析

2026-2033年华中地区行业市场规模预测

企业2运营能力分析

2021-2025年华南地区行业市场规模

企业2成长能力分析

2026-2033年华南地区行业市场规模预测

企业3营业收入构成情况

2021-2025年华北地区行业市场规模

企业3主要经济指标分析

2026-2033年华北地区行业市场规模预测

企业3盈利能力分析

2021-2025年东北地区行业市场规模

企业3偿债能力分析

2026-2033年东北地区行业市场规模预测

企业3运营能力分析

2021-2025年西南地区行业市场规模

企业3成长能力分析

2026-2033年西南地区行业市场规模预测

企业4营业收入构成情况

2021-2025年西北地区行业市场规模

企业4主要经济指标分析

2026-2033年西北地区行业市场规模预测

企业4盈利能力分析

2026-2033年行业市场分布预测

企业4偿债能力分析

2026-2033年行业投资增速预测

企业4运营能力分析

2026-2033年行业市场规模及增速预测

企业4成长能力分析

2026-2033年行业产值规模及增速预测

企业5营业收入构成情况

2026-2033年行业成本走势预测

企业5主要经济指标分析

2026-2033年行业平均价格走势预测

企业5盈利能力分析

2026-2033年行业毛利率走势

企业5偿债能力分析

行业所属生命周期

企业5运营能力分析

行业SWOT分析

企业5成长能力分析

行业产业链图

企业6营业收入构成情况

.....

.....

图表数量合计

130+

· 关于我们

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以及十四年的数据累积资源，研究领域覆盖到各大小细分行业，已经为上万家企业单位、政府部门、咨询机构、金融机构、行业协会、高等院校、行业投资者等提供了专业的报告及定制报告，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。

目录大纲：

【第一部分 行业基本情况与监管】

第一章 电梯 行业基本情况介绍

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 特点分析

三、电梯 行业供需主体介绍

四、电梯 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

第二节 中国电梯 行业发展历程

第三节 中国电梯行业经济地位分析

第二章 中国电梯 行业监管分析

第一节 中国电梯 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国电梯 行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对电梯 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章中国电梯 行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展现状

第二节 中国对外贸易环境与影响分析

第三节 中国电梯 行业宏观环境分析（PEST模型）

一、PEST模型概述

二、政策环境影响分析

三、经济环境影响分析

四、社会环境影响分析

五、技术环境影响分析

第四节 中国电梯 行业环境分析结论

第四章 全球电梯 行业发展现状分析

第一节 全球电梯 行业发展历程回顾

第二节 全球电梯 行业规模分布

一、2021-2025年全球电梯 行业规模

二、全球电梯 行业市场区域分布

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、2021-2025年亚洲电梯 行业市场规模与需求分析

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、2021-2025年北美电梯 行业市场规模与需求分析

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、2021-2025年欧洲电梯 行业市场规模与需求分析

三、欧洲电梯 行业市场前景分析

第六节 2026-2033年全球电梯 行业分布走势预测

第七节 2026-2033年全球电梯 行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国电梯 行业运行情况

第一节 中国电梯 行业发展介绍

一、电梯行业发展特点分析

二、电梯行业技术现状与创新情况分析

第二节 中国电梯 行业市场规模分析

一、影响中国电梯 行业市场规模的因素

二、2021-2025年中国电梯 行业市场规模

三、中国电梯行业市场规模数据解读

第三节 中国电梯 行业供应情况分析

一、2021-2025年中国电梯 行业供应规模

二、中国电梯 行业供应特点

第四节 中国电梯 行业需求情况分析

一、2021-2025年中国电梯 行业需求规模

二、中国电梯 行业需求特点

第五节 中国电梯 行业供需平衡分析

第六章 中国电梯 行业经济指标与需求特点分析

第一节 中国电梯 行业市场动态情况

第二节 电梯 行业成本与价格分析

一、电梯行业价格影响因素分析

二、电梯行业成本结构分析

三、2021-2025年中国电梯 行业价格现状分析

第三节 电梯 行业盈利能力分析

一、电梯 行业的盈利性分析

二、电梯 行业附加值的提升空间分析

第四节 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

第五节 中国电梯 行业的经济周期分析

第七章 中国电梯 行业产业链及细分市场分析

第一节 中国电梯 行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、电梯 行业产业链图解

第二节 中国电梯 行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对电梯 行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对电梯 行业的影响分析

第三节 中国电梯 行业细分市场分析

一、中国电梯 行业细分市场结构划分

二、细分市场分析——市场1

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

三、细分市场分析——市场2

1.2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

（细分市场划分详情请咨询观研天下客服）

第八章 中国电梯 行业市场竞争分析

第一节 中国电梯 行业竞争现状分析

一、中国电梯 行业竞争格局分析

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 行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第四节 中国电梯 行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第九章 中国电梯 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国电梯 行业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 行业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 行业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

第十章 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析

一、影响电梯 行业区域市场分布的因素

二、中国电梯 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区电梯 行业市场分析

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 行业市场分析

- 1、2021-2025年华东地区电梯 行业市场规模
- 2、华东地区电梯 行业市场现状
- 3、2026-2033年华东地区电梯 行业市场规模预测

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 行业市场分析

- 1、2021-2025年华中地区电梯 行业市场规模
- 2、华中地区电梯 行业市场现状
- 3、2026-2033年华中地区电梯 行业市场规模预测

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 行业市场分析

- 1、2021-2025年华南地区电梯 行业市场规模
- 2、华南地区电梯 行业市场现状
- 3、2026-2033年华南地区电梯 行业市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区电梯 行业市场分析

- 1、2021-2025年华北地区电梯 行业市场规模
- 2、华北地区电梯 行业市场现状
- 3、2026-2033年华北地区电梯 行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区电梯 行业市场分析

- 1、2021-2025年东北地区电梯 行业市场规模
- 2、东北地区电梯 行业市场现状
- 3、2026-2033年东北地区电梯 行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析

三、西南地区电梯 行业市场分析

- 1、2021-2025年西南地区电梯 行业市场规模
- 2、西南地区电梯 行业市场现状
- 3、2026-2033年西南地区电梯 行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区电梯 行业市场分析
- 1、2021-2025年西北地区电梯 行业市场规模
- 2、西北地区电梯 行业市场现状
- 3、2026-2033年西北地区电梯 行业市场规模预测

第九节 2026-2033年中国电梯 行业市场规模区域分布预测

第十一章 电梯 行业企业分析（企业名单请咨询观研天下客服）

第一节 企业1

- 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、公司优势分析

第二节 企业2

第三节 企业3

第四节 企业4

第五节 企业5

第六节 企业6

第七节 企业7

第八节 企业8

第九节 企业9

第十节 企业10

【第四部分 行业趋势、总结与策略】

第十二章 中国电梯 行业发展前景分析与预测

第一节 中国电梯 行业未来发展趋势预测

第二节 2026-2033年中国电梯 行业投资增速预测

第三节 2026-2033年中国电梯 行业规模与供需预测

一、2026-2033年中国电梯 行业市场规模与增速预测

二、2026-2033年中国电梯 行业产值规模与增速预测

三、2026-2033年中国电梯 行业供需情况预测

第四节 2026-2033年中国电梯 行业成本与价格预测

一、2026-2033年中国电梯 行业成本走势预测

二、2026-2033年中国电梯 行业价格走势预测

第五节 2026-2033年中国电梯 行业盈利走势预测

第六节 2026-2033年中国电梯 行业需求偏好预测

第十三章 中国电梯 行业研究总结

第一节 观研天下中国电梯 行业投资机会分析

一、未来电梯 行业国内市场机会

二、未来电梯行业海外市场机会

第二节 中国电梯 行业生命周期分析

第三节 中国电梯 行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国电梯 行业SWOT分析结论

第四节 中国电梯 行业进入壁垒与应对策略

第五节 中国电梯 行业存在的问题与解决策略

第六节 观研天下中国电梯 行业投资价值结论

第十四章 中国电梯 行业风险及投资策略建议

第一节 中国电梯 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第二节 中国电梯 行业风险分析

- 一、电梯 行业宏观环境风险
- 二、电梯 行业技术风险
- 三、电梯 行业竞争风险
- 四、电梯 行业其他风险
- 五、电梯 行业风险应对策略
- 第三节 电梯 行业品牌营销策略分析
- 一、电梯 行业产品策略
- 二、电梯 行业定价策略
- 三、电梯 行业渠道策略
- 四、电梯 行业推广策略
- 第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202608/811578.html>