

中国电梯行业发展现状研究与投资前景预测报告 (2022-2029年)

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《中国电梯行业发展现状研究与投资前景预测报告（2022-2029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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202205/595424.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，一种以电动机为动力的垂直升降机，装有箱状吊舱，用于多层建筑乘人或载运货物。也有台阶式，踏步板装在履带上连续运行，俗称自动电梯，主要服务于规定楼层的固定式升降设备。

我国最早电梯还是在1900年，由美国奥的斯电梯公司给我国上海提供了2台电梯，我国电梯行业进入萌芽阶段；新中国成立后，我国开始独立自主研制开发电梯，行业进入初步发展阶段；改革开放后，市场活力焕发，企业合资，外资引入热潮兴起；2008年后，国内电梯企业数量激增，民族电梯企业日益崛起，电梯生产数量、保有量快速增长，至今我国已经成为全球最大的电梯生产国。

资料来源：观研天下整理

1、供应现状：产量再次高速增长

近年来，随着城镇化的推进及居民生活水平的提高，电梯已成为居民生产、生活中不可或缺的垂直交通工具。供应情况来看，近年来，我国电梯产量呈现逐年递增态势。增速情况对比来看，2016年到2021年电梯产量增速大致上呈现“W”形态增长。2016年我国电梯产量约为63.8万台，同比增长20.6%；2017年到2018年期间国内电梯产量受到房地产行业影响增速放缓；但是在2019年，随着政策支持及需求拉动，其产量增长至117.3万台，同比增速飙升至63.1%；2020年，受到新冠肺炎疫情疫情影响电梯产量增速急剧下降；到2021年，电梯产量随着国内经济的恢复，产量再次高速增长至154.5万台，同比增速恢复至20.5%，使得我国稳居全球电梯生产和使用第一大国。

资料来源：国家统计局

电梯多应用于高层住宅、公寓、酒店、写字楼、办公设施等建筑中。因此房地产市场的变化情况一定程度上会对我国电梯产量的造成影响。2015年到2019年尽管国内房地产开发企业新开工的房屋面积呈现递增态势，但是在2017年到2018年国内房地产开发企业竣工房屋面积是呈现下降态势，因此国内电梯产量在2017年到2018年的同比增速随之放缓。

资料来源：观研天下整理

2019年和2021年，国内竣工房屋面积较上一年都得到增长，叠加政策支持及需求拉动，电梯产量在这两年再次以较高速增长。在我国，过去建设的楼房迫于经济压力大部分没有安装电梯，这对老年住户的出行造成极大不便，因此在我国老龄化程度越来越深的情况下，2018年我国政府工作报告中提出的“鼓励有条件的加装电梯”到2019年便升级为“支持加装电梯”，随着国家层面政策的支持，电梯的需求也随之增长，在需求的拉动下，其产量再次高速增长。

2、需求现状：需求将持续旺盛

需求方面，近年来我国电梯的需求呈现逐年递增态势。从2016年到2021年我国电梯的表观消费量来看，2019年国内电梯消费增长最快，表观消费量同比增速高达68.48%；其次便是2021年，表观消费量约为147.41，同比增速约为21.49%。

资料来源：观研天下整理

2019年和2021年，我国电梯消费量快速增长的原因主要是国内政策支持，旧楼加装电梯需求增加。随着我国老龄化步伐的加快，旧楼加装电梯尤为迫切。因此，近年来中央和各地政府也陆续出台了多项政策文件，支持老旧小区楼房的电梯加装工作。

| 2019-2021年中国旧楼加装电梯相关国家政策 | 时间 | 颁布机构 | 政策/事件 | 相关内容 |
|--------------------------|---------|------|-------|-------------|
| | 2019年1月 | | | 发改委、工信部等十部委 |

《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》

加快推进老旧小区和老年家庭适老化改造，有条件的地方可对老旧小区加装电梯2019年2月
住建部

《关于在城乡人居环境建设和整治中开展美好环境与幸福生活共同缔造活动的指导意见》

在城市社区，可在正在开展的老旧小区改造、生活垃圾分类等工作的基础上，解决老旧小区加装电梯和增加停车设施、建筑节能改造等问题 2019年3月 / 2019年政府工作报告

要大力对城镇老旧小区进行改造提升，更新水电路气等配套设施，支持加装电梯2019年4月
住建部、发改委、财政部《关于做好2019年老旧小区改造工作的通知》全面推进城镇老旧小区改造，主要完成摸排全国城镇老旧小区基本情况、合理确定2019年改造计划等工作

2020年4月 国务院 国务院常务会议 旧小区改造短期内可以快速带动投资增量，扩大内需、

拉动消费，可以成为疫情过后拉动经济的新动能 2021年3月 / 《2021年政府工作报告》

2020年全国新开工改造城镇老旧小区4.03万个，今年新开工改造城镇老旧小区5.3万个

资料来源：公开资料整理

除了国家政策支持之外，我国多地同时也都推出电梯补贴政策，鼓励旧楼加装电梯。

部分地区关于旧楼加装电梯相关补贴政策情况

地区

相关内容

黑龙江省

哈尔滨

按照每部电梯15万元给予定额资金补助，市、区财政按照6:4比例分担。

河北省

石家庄

每台最高补贴5万。

贵州省

贵阳云岩区

每台加装电梯综合补贴15万元，其中10万元用于加装电梯直补，5万元用于维保补贴。

辽宁省

沈阳

4层住宅每部电梯6万元、5层住宅每部电梯7万元、6层住宅每部电梯16万元、7层住宅每部电梯18万元、8层及以上每部电梯20万元。

湖南省

长沙

每台补贴10万。

株洲

每台补贴10万。

湘潭

每台补贴8万。

宁夏自治区

银川

每台补贴15万(2019年10月1日前完成土建)(对在2019年10月2日-2021年12月31日期间，每部按照规定完成加装电梯并验收合格的，由银川市财政按每部5万元的标准给予补贴之外，三区政府根据情况给予补贴。)

青海

每台奖励15万。

新疆自治区

乌鲁木齐

给予30万元/部的补助(含水、电、气、暖、通信、广电网络等管线改造费。

山西省

晋城

每部电梯按工程实际造价的45%兑现，最高不超过20万元。

陕西省

宝鸡

最高补贴15万(停靠7个楼层政府补贴15万元单元，每增减一个停靠楼层相应增减补贴3000元/单元。)

西安

补贴15万

甘肃省

甘肃

每部电梯省级财政补助10万元，市级财政给予不少于10万元的配套补助，鼓励区级财政给

予补助。在已预留电梯井道内加装电梯的，每部电梯省级财政补助5万元，市级财政给予不少于5万元的配套补助;已预留电梯井加装外挂电梯的，财政不予补助。

兰州

财政奖补的方式予以扶持，每部电梯省级财政补助10万元，市级财政再给予不少于10万元的配套补助，专项用于补贴加装电梯建设安装成本。增设电梯的业主，可向公积金管理部门申请房屋所有权人及其配偶名下的住房公积金，用于支付增设电梯个人分摊的费用。

河南省

郑州

要求每部电梯最高补贴可补15万元。

福建省

厦门

最高补贴22万

福州

最高补贴10万

漳州

最高补贴10万(六层，每减少一层减少0.5万)。

四川省

成都

最高补贴20万

泸州

每部电梯补贴20万元(原有电梯井的每台补贴10万元)

南充

补贴15万

德阳

6层补贴15万(以电梯停靠6个楼层为基准，每部电梯补贴15万元(其中，已预留电梯井的建筑，每部电梯补贴10万元)，每增加一层停靠楼层增加补贴0.5万元。6层以下(含6层)，财政不予补贴。)

资料来源：观研天下整理

另外，通常电梯其本身也存在一个10-15年左右的使用年限，一般10年进入大修，15年进入大换阶段。而我国电梯是在2008年开始快速增长，目前我国的电梯大修及置换周期已经来临。从我国电梯在役使用时长结构来看，使用10年以上的电梯占比已经达到19.3%，未来随着时间的推移，老旧电梯数量也将激增。

资料来源：公开资料整理

一方面，旧楼加装电梯需求迫切，另一方面，老旧电梯换置周期来临，可以预见未来我国电

梯需求将持续增长。

3、供需平衡：供大于求，供需渐趋平衡

供需平衡方面，根据近年来我国电梯的产量和表观消费量数据来看，2016-2021年，我国电梯行业整体一直都处在供大于求的状态，每年的产销率均低于1。尽管如此，但是纵向对比2016年到2021年我国电梯产销率变化情况来看，2016年我国电梯产销率约为91.42%；到2021年国内电梯产销率上升至95.41%。可以看出行业的整体供需逐渐呈现出趋向平衡的态势。

资料来源：观研天下整理

我国电梯供需渐渐趋向平衡，一方面是因为国内电梯消费增加，另一方面则是因为电梯出口量增加，进口量减少。进出口方面，2016年到2021年我国电梯进口量整体呈现下降态势，出口量整体呈现增长态势，2016年国内电梯进口量及出口量分别约为2093台和56807台；至2021年电梯进口量下降至1218台，出口量上升至72120台。

资料来源：海关总署

4、发展前景：国内外市场均有发展前景

总体来看，尽管近年来国内房地产行情不佳，但是近两年我国保障性住房市场较好，这在一定程度上带动了电梯的需求增长；而且，目前我国旧楼加装电梯政策持续落地，也驱动着各地电梯的需求增长；同时，国内第一批高速增长电梯的换置周期已经来临，因此未来我国电梯市场需求将持续旺盛，预计到2027年我国电梯需求或将突破300万台。

资料来源：观研天下整理

另外，国外市场上，目前我国电梯品牌已经打入了印度、越南、柬埔寨等亚洲市场和非洲市场，比如：西子电梯、恒达富士、通祐、快意等企业。与美国、西欧、日本等国家地区相比，我国电梯出口到东南亚国家及中亚地区地理位置更为优越，运输方面也占据优势。未来，我国电梯出口市场仍然有着较大发展前景。（LQM）

观研报告网发布的《中国电梯行业发展现状研究与投资前景预测报告（2022-2029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，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。

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，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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022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、电梯特点分析
- 三、电梯行业基本情况介绍
- 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
- 五、电梯行业需求主体分析

第二节 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

第三节 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

第二章 2018-2022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规模与区域分布情况
- 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 2022-2029年世界电梯行业分布走势预测
- 第七节 2022-2029年全球电梯行业市场规模预测

第三章 中国电梯行业产业发展环境分析

- 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、全社会消费品零售总额
 - 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
- 第二节我国宏观经济环境对电梯行业的影响分析
- 第三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
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对电梯行业的影响分析
- 第五节中国电梯行业产业社会环境分析

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

一、影响中国电梯行业市场规模的因素

二、中国电梯行业市场规模

三、中国电梯行业市场规模解析

第三节中国电梯行业供应情况分析

一、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、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

第五章 中国电梯行业产业链和细分市场分析

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

第三节我国电梯行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年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

第七章 2018-2022年中国电梯行业模型分析

第一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

第二节中国电梯行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

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

第三节中国电梯行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022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、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、中国电梯行业平均价格趋势分析

二、中国电梯行业平均价格变动的影响因素

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 2018-2022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) 华东地区电梯行业市场规模
- (2) 华南地区电梯行业市场现状
- (3) 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) 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) 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) 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) 华南地区电梯行业市场规模预测

第五节华北地区电梯行业市场分析

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) 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) 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) 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) 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) 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) 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) 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) 西北地区电梯行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析
- 第六节 企业
 - 一、企业概况
 - 二、主营产品
 - 三、运营情况
 - 四、公司优势分析
- · · · ·

第十二章 2022-2029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规模发展预测

- 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

第十三章 2022-2029年中国电梯行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节电梯行业风险分析

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

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

第十四章 2022-2029年中国电梯行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国电梯行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二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

第三节 电梯行业营销策略分析

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、电梯行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202205/595424.html>