

2021年中国电梯制造市场分析报告- 市场竞争格局与未来动向研究

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年中国电梯制造市场分析报告-市场竞争格局与未来动向研究》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/qitafangchan/538333538333.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。电梯的出现，极大的延伸了人类的生存空间和生活质量。

电梯作为我们日常都会使用到的设备，产业链上游主要包括电机、牵引装置、控制系统及其他零部件；下游行业是房地产行业和公共建筑业，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

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。

2015-2020年中国电梯登记数量及增长率 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

对于部分电梯研发生产企业来说，核心零配件主要由自己生产和配套，这样才能保证电梯质量的一致性，才能充分保障电梯的安全性，为客户提供最优质的服务。对于多数本土企业来讲，没有核心零部件配套能力，依赖于上游供应商。由于市场集中度较低，企业规模较小，多数中小企业在原材料购买议价过程中处于弱势地位。

二、购买者的议价能力

中国电梯市场分两个阵营：国产品牌电梯、国外品牌电梯。对国外电梯品牌之间来说，技术差距、品牌影响力的差距较小，很多中高端地产项目大部分都使用国外品牌的电梯，国外品牌电梯的使用能够提升项目的价值。但是国外八大品牌电梯竞争激烈，对下游的议价能力一般。

三、新进入者的威胁

自上世纪90年代起，大量民营企业介入电梯制造工业，从为外资企业配套开始，在生产过程中不断学习和消化技术，积累资本，改进经营管理水平，并逐步转型为整机制造企业，建立自主品牌。

近年来，由于政府对公共事业等行业的大力支持，我国电梯行业的发展也较为迅速。2015-2019年，我国电梯行业存续企业数量逐年增多。2019年，我国电梯行业存续企业数达37126家。但由于电梯行业对技术、对安全的要求较高，技术进入壁垒较高，新进入者的威胁相对还是较小。

2015-2019年我国电梯行业存续企业数量 数据来源：公开资料整理

四、替代品的威胁

电梯具有省时省力的特点，经过多年发展现已成为现代建筑的必需品，特别是在高层

建筑无法离开电梯，电梯可以有效的减轻上下楼的负担，并能快速到达要去的楼层。并且随着老龄化程度不断加深，中国老年人数量也越来越多，即使是家庭中也会有很多因为家中老人行动不便而安装家用电梯，这也是推动电梯需求增长的重要因素。总的来说在现阶段电梯是无法替代的产品。

五、同业竞争者的竞争程度

电梯行业目前已经进入到了成熟期阶段，品种齐全、价位逐年下降、产能过剩，尤其是中低端产品，同质化情况较为严重，行业竞争更加激烈，行业内洗牌行动已经开始。

目前，本土电梯整机企业凭借良好的产品性价比、广泛的经销网络以及对国内市场的深入了解，已经具备了与外资品牌电梯企业竞争的能力，逐步打破了外资品牌的垄断地位，逐步从创立时市场占有率为零发展至目前占据国内电梯行业市场40%左右的市场份额，并出现了在部分电梯产品市场竞争中拥有一定竞争优势的本土企业。同时，本土企业不断加强自主创新能力和研发能力，提高产品的竞争力和客户满意度，在国内外市场上逐步树立起可以和外资品牌进行竞争的本土品牌。

国内各品牌市场占有率 数据来源：公开资料整理

2019年，全国政府采购电梯服务主要供应商的是：上海三菱电梯有限公司、日立电梯(中国)有限公司、广州广日电梯工业有限公司、西继迅达(许昌)电梯有限公司、上海现代电梯制造有限公司、永大电梯设备(中国)有限公司、通用电梯股份有限公司、康力电梯股份有限公司以及华升富士达电梯有限公司等。

2019年中国政府采购电梯服务供应商排名

序号

企业

1

上海三菱电梯有限公司

2

日立电梯(中国)有限公司

3

广州广日电梯工业有限公司

4

西继迅达电梯有限公司

5

上海现代电梯制造有限公司

6

永大电梯设备(中国)有限公司

7

通用电梯股份有限公司

8

康力电梯股份有限公司

9

华升言士达电梯有限公司数据来源：公开资料整理（TF）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国电梯制造市场分析报告-市场竞争格局与未来动向研究》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年中国电梯制造行业发展概述

第一节 电梯制造行业发展情况概述

一、电梯制造行业相关定义

二、电梯制造行业基本情况介绍

三、电梯制造行业发展特点分析

四、电梯制造行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、电梯制造行业需求主体分析

第二节 中国电梯制造行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、电梯制造行业产业链条分析

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、中国电梯制造行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国电梯制造行业生命周期分析

一、电梯制造行业生命周期理论概述

二、电梯制造行业所属的生命周期分析

第四节 电梯制造行业经济指标分析

一、电梯制造行业的赢利性分析

二、电梯制造行业的经济周期分析

三、电梯制造行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电梯制造行业进入壁垒分析

一、电梯制造行业资金壁垒分析

二、电梯制造行业技术壁垒分析

三、电梯制造行业人才壁垒分析

四、电梯制造行业品牌壁垒分析

五、电梯制造行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球电梯制造行业市场发展现状分析

第一节 全球电梯制造行业发展历程回顾

第二节 全球电梯制造行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电梯制造行业地区市场分析

一、亚洲电梯制造行业市场现状分析

二、亚洲电梯制造行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲电梯制造行业市场前景分析

第四节 北美电梯制造行业地区市场分析

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

第五节 欧洲电梯制造行业地区市场分析

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

第六节 2021-2026年世界电梯制造行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球电梯制造行业市场规模预测

第三章 中国电梯制造产业发展环境分析

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、全社会消费品电梯制造总额
- 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 中国电梯制造行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国电梯制造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 中国电梯制造行业运行情况

第一节 中国电梯制造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 中国电梯制造行业市场规模分析

第三节 中国电梯制造行业供应情况分析

第四节 中国电梯制造行业需求情况分析

第五节 我国电梯制造行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国电梯制造行业供需平衡分析

第七节 中国电梯制造行业发展趋势分析

第五章 中国电梯制造所属行业运行数据监测

第一节 中国电梯制造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 中国电梯制造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 中国电梯制造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年中国电梯制造市场格局分析

第一节 中国电梯制造行业竞争现状分析

一、中国电梯制造行业竞争情况分析

二、中国电梯制造行业主要品牌分析

第二节 中国电梯制造行业集中度分析

一、中国电梯制造行业市场集中度影响因素分析

二、中国电梯制造行业市场集中度分析

第三节 中国电梯制造行业存在的问题

第四节 中国电梯制造行业解决问题的策略分析

第五节 中国电梯制造行业钻石模型分析

- 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年中国电梯制造行业需求特点与动态分析

第一节 中国电梯制造行业消费市场动态情况

第二节 中国电梯制造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 电梯制造行业成本结构分析

第四节 电梯制造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 中国电梯制造行业价格现状分析

第六节 中国电梯制造行业平均价格走势预测

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

第八章 2017-2020年中国电梯制造行业区域市场现状分析

第一节 中国电梯制造行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电梯制造市场分析

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

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、华中地区电梯制造市场规模分析
- 四、华中地区电梯制造市场规模预测
- 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、华南地区电梯制造市场规模分析
 - 四、华南地区电梯制造市场规模预测

第九章 2017-2020年中国电梯制造行业竞争情况

第一节 中国电梯制造行业竞争结构分析（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 中国电梯制造行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国电梯制造行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 电梯制造行业企业分析（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年中国电梯制造行业发展前景分析与预测

第一节 中国电梯制造行业未来发展前景分析

一、电梯制造行业国内投资环境分析

二、中国电梯制造行业市场机会分析

三、中国电梯制造行业投资增速预测

第二节 中国电梯制造行业未来发展趋势预测

第三节 中国电梯制造行业市场发展预测

一、中国电梯制造行业市场规模预测

二、中国电梯制造行业市场规模增速预测

三、中国电梯制造行业产值规模预测

四、中国电梯制造行业产值增速预测

五、中国电梯制造行业供需情况预测

第四节 中国电梯制造行业盈利走势预测

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

第十二章 2021-2026年中国电梯制造行业投资风险与营销分析

第一节 电梯制造行业投资风险分析

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

第二节 电梯制造行业应对策略

- 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年中国电梯制造行业发展战略及规划建议

第一节 中国电梯制造行业品牌战略分析

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

第二节 中国电梯制造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 中国电梯制造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 电梯制造行业竞争力提升策略

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

第十四章 2021-2026年中国电梯制造行业发展策略及投资建议

第一节 中国电梯制造行业产品策略分析

- 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 中国电梯制造行业营销渠道策略

- 一、电梯制造行业渠道选择策略
- 二、电梯制造行业营销策略

第三节 中国电梯制造行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电梯制造行业重点投资区域分析
- 二、中国电梯制造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/qitafangchan/538333538333.html>