

2020年中国电梯市场调研报告- 市场深度调研与发展前景研究

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《2020年中国电梯市场调研报告-市场深度调研与发展前景研究》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/zhuanongshebei/519217519217.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，按使用场景、驱动力、结构、运行速度与方式可分为各种不同种类。

电梯种类介绍

分类方式

种类

简介

按使用场景

乘客电梯

为运送乘客设计的电梯，要求有完善的安全设施以及一定的轿内装饰。

载货电梯

主要为运送货物而设计，通常有人伴随的电梯。

医用电梯

为运送病床、担架、医用车而设计的电梯，轿厢具有长而窄的特点。

杂物电梯

供图书馆、办公楼、饭店运送图书、文件、食品等设计的电梯。

观光电梯

轿厢壁透明，供乘客观光用的电梯。

车辆电梯

用作装运车辆的电梯。

船舶电梯

船舶上使用的电梯。

建筑施工电梯

建筑施工与维修用的电梯。

其它类型电梯

如冷库电梯、防爆电梯、矿井电梯、电站电梯、消防员用电梯、斜行电梯、核岛电梯等。

按驱动方式

交流电梯

用交流感应电动机作为驱动力的电梯。根据拖动方式又可分为交流单速、交流双速、交流调压调速、交流变压变频调速等。

直流电梯

用直流电动机作为驱动力的电梯。这类电梯的额定速度一般在 2.00m/s 以上。

液压电梯

一般利用电动泵驱动液体流动，由柱塞使轿厢升降的电梯。

直线电机电梯

直线电机驱动的电梯，其动力源是直线电机。

按结构

齿轮齿条电梯

将导轨加工成齿条，轿厢装上与齿条啮合的齿轮，电动机带动齿轮旋转使轿厢升降的电梯。

螺杆式电梯

将直顶式电梯的柱塞加工成矩形螺纹，再将带有推力轴承的大螺母安装于油缸顶，然后通过电机经减速机（或皮带）带动螺母旋转，从而使螺杆顶升轿厢上升或下降的电梯。

按运行速度

低速梯

常指低于1.00m/s速度的电梯。

中速梯

常指速度在1.00 ~ 2.00m/s的电梯。

高速梯

常指速度大于2.00m/s的电梯。

超高速梯

速度超过5.00m/s的电梯。

按运行方式

有司机电梯

电梯的运行方式由专职司机操纵来完成。

无司机电梯

乘客进入电梯轿厢，按下操纵盘上所需要去的层楼按钮，电梯自动运行到达目的层楼，这类电梯一般具有集选功能。

有/无司机电梯

这类电梯可变换控制电路，平时由乘客操纵，如遇客流量大或必要时改由司机操纵。

资料来源：公开资料整理

近五年，在城镇化发展、基础设施建设以及政策提出旧楼加装电梯等因素驱动下，我国电梯需求量不断上升，拉动产量逐年增长。数据显示，2019年我国电梯行业产量为117.3万台，同比增长63.1%；截至到2020年H1，我国电梯行业产量为50万台。

2016-2020年H1我国电梯行业产量

数据来源：公开资料整理

其中，主要分布在华中与华东地区，区域产业聚集效应明显。数据显示，在现阶段我国

电梯产量区域分布中，华中与华东地区的占比高达72%。

我国电梯产量区域分布 数据来源：公开资料整理

目前，我国逐渐成为全球电梯生产与出口大国，产品主要以出口为主。数据显示，2019年我国电梯出口量为8.74万台，进口量为0.26万台；截至到2020年H1我国电梯出口量为52667台，进口量为1020台。

2016-2020年H1我国电梯进出口量情况 数据来源：海关总署

但由于我国电梯行业起步较晚，相关技术水平与国外相比仍存在一定差距，我国电梯高端产品仍依赖于进口，电梯出口量高于进口量，但电梯进口金额增长明显，出口金额反而快速下滑，呈负增长趋势。数据显示，2019年我国电梯进口金额同比增长3.49%，但出口金额同比下滑5.16%；2020年受疫情影响，行业进出口金额均有所下滑，但整体来看出口金额下滑较为明显，截至到2020年H1，我国电梯进口金额为4521万美元，同比下滑8.41%；出口金额为84141万美元，同比下滑9.56%。

2016-2020年H1我国电梯行业进出口金额 数据来源：海关总署

2016-2020年H1我国电梯行业进出口金额增速 数据来源：海关总署

从市场竞争方面来看，近五年受益于政府对公共事业等行业的大力支持，我国电梯行业发展迅速，相关企业注册量逐年增多，行业竞争加剧。数据显示，2019年，全行业新增企业5.02万家，同比增长31.1%；2020年受疫情影响，截至上半年我国共新注册电梯相关企业1.9万家，同比下降19.8%。

2016-2020年H1我国电梯行相关企业注册量 数据来源：企查查

截止目前，我国共有23.27万家电梯相关企业，其中山东省以2.39万家排名第一，广东、江苏分列二三位。

我国电梯行业相关企业地域分布

数据来源：企查查

其中，注册资本在100万-500万元的企业数量较多，约占31%，注册资本在100万元以内的和500万-1000万元的分别占25%和20%。

我国电梯行业相关企业注册资本分布 数据来源：企查查

而企业陆续涌入市场加剧市场竞争将有利于行业进行“优胜劣汰”，未来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。

我国电梯行业未来发展趋势

资料来源：公开资料整理（shz）

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。《2020年中国电梯市场调研报告-市场深度调研与发展前景研究》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

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、中国电梯行业上游环节分析

四、中国电梯行业下游环节分析

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 欧盟电梯行业地区市场分析

一、欧盟电梯行业市场现状分析

二、欧盟电梯行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟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
- 四、行业发展动态

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 中国电梯行业供需平衡分析

第六节 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分析
- 二、中国电梯行业企业集中度分析

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 中国电梯行业竞争力分析

- 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

第六节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国电梯行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国电梯行业需求特点与动态分析

第一节 中国电梯行业消费者基本情况

第二节 中国电梯行业消费者属性及偏好调查

第三节 电梯行业成本分析

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、华北地区电梯市场规模分析

四、华北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SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

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、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

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

第六节 企业

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

第七节 企业

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

第八节 企业

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

第九节 企业

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

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 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趋势预测

- 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机遇、风险与营销分析

第一节 电梯产业投资面临的机遇

- 一、政策机遇
- 二、技术创新机遇
- 三、市场机遇
- 四、其他机遇

第二节 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
- 四、电梯行业其他风险分析

第三节 电梯行业企业经营发展分析及建议

- 一、电梯行业经营模式
- 二、电梯行业销售模式
- 三、电梯行业创新方向

第四节 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 中国电梯行业定价策略分析

第三节 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

第四节 中国电梯行业价格策略

第五节 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/zhuanyongshebei/519217519217.html>