

# 2018-2024年中国电梯行业 市场分析与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国电梯行业市场分析与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/201804/12-258162.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

近年来，我国电梯行业发展迅速。国内电梯企业的产品在技术、性能、质量和国外大企业几乎同步，与进口电梯相比具有明显的优势。中国电梯行业将像纺织、服装、电子、计算机等行业一样，成为全球电梯制造中心，进一步吸纳世界其他地区的电梯产能。

电梯行业主要投资建议：1)避免同质化。目前，电梯行业同质化现象日趋明显，主要表现为技术同质化以及营销策略的同质化，让电梯行业的发展遇到了瓶颈。比如，一项新的节能技术被一家电梯企业应用后，其他企业立刻就会效仿，技术得不到创新，行业也得不到快速发展。

从技术层面分析来看，节能技术、控制技术、安全技术以及新材料的应用等，将成为电梯企业的研究方向。为了响应国家节能减排政策，节能产品依然占据市场主导地位。另外，中国是人口大国，土地资源日趋珍贵，未来高层建筑增长将加快，对高速电梯需求量也会增加。目前，一座办公大楼往往需要安装几部电梯，因此，实现电梯智能化与具备群控系统也是需要企业深入研究的一项技术。长远看来，中国电梯市场还有很大的发展空间。

2)寻找新市场。全球金融危机引发的经济衰退将进一步显现出来，中国经济面临着复杂的国际、国内环境。目前，全国有超过400余家整机厂、800余家配件厂，在严峻的市场环境下，企业必须提高预见性，及时、清醒地认识自身在中国经济链条中所处的位置与环境。

从产品需求来看，住宅电梯、公共交通型自动扶梯、商用载客电梯将继续成为2017年电梯市场三大热点产品。从地域分析来看，中部、西部与环渤海经济区将继续成为2017年中国电梯需求量较大的区域。从整体城市需求来看，二、三线城市电梯需求增长将迅速加快。

以往，电梯企业更看好一线城市的市场，一方面是因为一线城市发展迅速，给电梯企业带来的市场空间较大。另一方面，因为一些地标性的建筑都集中在一线城市，为了提高品牌知名度，电梯企业也会花大力气去拿下这些标志性的工程。然而，如今看来二、三线城市发展速度相对更快，对电梯需求量与日俱增，特别是对于国产品牌而言，在挤入一线城市相对困难的时候，企业要多关注二、三线城市。

### 报告目录

#### 第一章 电梯行业发展综述

##### 1.1 电梯行业定义及分类

###### 1.1.1 行业定义

###### 1.1.2 主要产品/服务分类

###### 1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位

## 1.2 电梯行业统计标准

### 1.2.1 统计部门和统计口径

### 1.2.2 主要统计方法介绍

### 1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

## 1.3 最近3-5年中国电梯行业经济指标分析

### 1.3.1 赢利性

### 1.3.2 成长速度

### 1.3.3 附加值的提升空间

### 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

### 1.3.5 风险性

### 1.3.6 行业周期

### 1.3.7 竞争激烈程度指标

### 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 中国电梯行业发展环境分析

### 2.1 电梯行业经济环境分析

#### 2.1.1 2014-2017年宏观经济分析

#### 2.1.2 2018-2024年宏观经济形势

#### 2.1.3 宏观经济波动对行业影响

### 2.2 电梯行业社会环境分析

#### 2.2.1 中国人口及就业环境分析

#### 2.2.2 中国居民人均可支配收入

#### 2.2.3 中国消费者消费习惯调查

### 2.3 电梯行业技术环境分析

#### 2.3.1 行业的主要应用技术分析

#### 2.3.2 行业信息化应用发展水平

#### 2.3.3 互联网创新促进行业发展

## 第三章 中国电梯行业发展现状分析

### 3.1 中国电梯行业发展概况分析

#### 3.1.1 中国电梯行业发展历程分析

#### 3.1.2 中国电梯行业发展总体概况

- 3.1.3 中国电梯行业发展特点分析
- 3.2 中国电梯行业发展现状分析
  - 3.2.1 中国电梯行业市场规模
  - 3.2.2 中国电梯行业发展分析
  - 3.2.3 中国电梯企业发展分析
- 3.3 2018-2024年中国电梯行业面临的困境及对策
  - 3.3.1 中国电梯行业面临的困境及对策
    - 1、中国电梯行业面临困境
    - 2、中国电梯行业对策探讨
  - 3.3.2 中国电梯企业发展困境及策略分析
    - 1、中国电梯企业面临的困境
    - 2、中国电梯企业的对策探讨
  - 3.3.3 国内电梯企业的出路分析

## 第四章 中国电梯行业运行指标分析

- 4.1 中国电梯行业市场规模分析及预测
  - 4.1.1 2014-2017年中国电梯行业市场规模分析
  - 4.1.2 2018-2024年中国电梯行业市场规模预测
- 4.2 中国电梯行业市场供需分析及预测
  - 4.2.1 中国电梯行业市场供给分析
    - 1、2014-2017年中国电梯行业供给规模分析
    - 2、2018-2024年中国电梯行业供给规模预测
  - 4.2.2 中国电梯行业市场需求分析
    - 1、2014-2017年中国电梯行业需求规模分析
    - 2、2018-2024年中国电梯行业需求规模预测
- 4.3 中国电梯行业企业数量分析
  - 4.3.1 2014-2017年中国电梯行业企业数量情况
  - 4.3.2 2014-2017年中国电梯行业企业竞争结构
- 4.4 2014-2017年中国电梯行业财务指标总体分析
  - 4.4.1 行业盈利能力分析
  - 4.4.2 行业偿债能力分析
  - 4.4.3 行业营运能力分析

#### 4.4.4 行业发展能力分析

### 第五章 中国电梯行业竞争格局分析

#### 5.1 电梯行业竞争五力分析

##### 5.1.1 电梯行业上游议价能力

##### 5.1.2 电梯行业下游议价能力

##### 5.1.3 电梯行业新进入者威胁

##### 5.1.4 电梯行业替代产品威胁

##### 5.1.5 电梯行业内部企业竞争

#### 5.2 电梯行业竞争SWOT分析

##### 5.2.1 电梯行业优势分析（S）

##### 5.2.2 电梯行业劣势分析（W）

##### 5.2.3 电梯行业机会分析（O）

##### 5.2.4 电梯行业威胁分析（T）

### 第六章 中国电梯行业竞争企业分析

#### 6.1 \*\*\*公司竞争力分析

##### 6.1.1 企业发展基本情况

##### 6.1.2 企业主要产品分析

##### 6.1.3 企业竞争优势分析

##### 6.1.4 企业经营状况分析

##### 6.1.5 企业最新发展动态

#### 6.2 \*\*\*公司竞争力分析

##### 6.2.1 企业发展基本情况

##### 6.2.2 企业主要产品分析

##### 6.2.3 企业竞争优势分析

##### 6.2.4 企业经营状况分析

##### 6.2.5 企业最新发展动态

#### 6.3 \*\*\*公司竞争力分析

##### 6.3.1 企业发展基本情况

##### 6.3.2 企业主要产品分析

##### 6.3.3 企业竞争优势分析

#### 6.3.4 企业经营状况分析

#### 6.3.5 企业最新发展动态

### 6.4 \*\*\*公司竞争力分析

#### 6.4.1 企业发展基本情况

#### 6.4.2 企业主要产品分析

#### 6.4.3 企业竞争优势分析

#### 6.4.4 企业经营状况分析

#### 6.4.5 企业最新发展动态

### 6.5 \*\*\*公司竞争力分析

#### 6.5.1 企业发展基本情况

#### 6.5.2 企业主要产品分析

#### 6.5.3 企业竞争优势分析

#### 6.5.4 企业经营状况分析

#### 6.5.5 企业最新发展动态

## 第七章 2018-2024年中国电梯行业发展前景及趋势预测

### 7.1 2018-2024年中国电梯市场发展前景

#### 7.1.1 2018-2024年电梯市场发展潜力

#### 7.1.2 2018-2024年电梯市场发展前景展望

#### 7.1.3 2018-2024年电梯细分行业发展前景分析

### 7.2 2018-2024年中国电梯市场发展趋势预测

#### 7.2.1 2018-2024年电梯行业发展趋势

#### 7.2.2 2018-2024年电梯行业应用趋势预测

#### 7.2.3 2018-2024年细分市场发展趋势预测

### 7.3 2018-2024年中国电梯市场影响因素分析

#### 7.3.1 2018-2024年电梯行业发展有利因素

#### 7.3.2 2018-2024年电梯行业发展不利因素

#### 7.3.3 2018-2024年电梯行业进入壁垒分析

## 第八章 2018-2024年中国电梯行业投资机会分析

### 8.1 电梯行业投资现状分析

#### 8.1.1 电梯行业投资规模分析

- 8.1.2 电梯行业投资资金来源构成
- 8.1.3 电梯行业投资项目建设分析
- 8.1.4 电梯行业投资资金用途分析
- 8.1.5 电梯行业投资主体构成分析
- 8.2 电梯行业投资机会分析
  - 8.2.1 电梯行业产业链投资机会
  - 8.2.2 电梯行业细分市场投资机会
  - 8.2.3 电梯行业重点区域投资机会
  - 8.2.4 电梯行业产业发展的空白点分析

## 第九章 2018-2024年中国电梯行业投资风险预警

- 9.1 电梯行业风险识别方法分析
  - 9.1.1 专家调查法
  - 9.1.2 故障树分析法
  - 9.1.3 敏感性分析法
  - 9.1.4 情景分析法
  - 9.1.5 核对表法
  - 9.1.6 主要依据
- 9.2 电梯行业风险评估方法分析
  - 9.2.1 敏感性分析法
  - 9.2.2 项目风险概率估算方法
  - 9.2.3 决策树
  - 9.2.4 专家决策法
  - 9.2.5 层次分析法
  - 9.2.6 对比及选择
- 9.3 电梯行业投资风险预警
  - 9.3.1 2018-2024年电梯行业市场风险预测
  - 9.3.2 2018-2024年电梯行业政策风险预测
  - 9.3.3 2018-2024年电梯行业经营风险预测
  - 9.3.4 2018-2024年电梯行业技术风险预测
  - 9.3.5 2018-2024年电梯行业竞争风险预测
  - 9.3.6 2018-2024年电梯行业其他风险预测



## 第十章 2018-2024年中国电梯行业投资策略建议

### 10.1 提高电梯企业竞争力的策略

#### 10.1.1 提高中国电梯企业核心竞争力的对策

#### 10.1.2 电梯企业提升竞争力的主要方向

#### 10.1.3 影响电梯企业核心竞争力的因素及提升途径

#### 10.1.4 提高电梯企业竞争力的策略

### 10.2 对我国电梯品牌的战略思考

#### 10.2.1 电梯品牌的重要性

#### 10.2.2 电梯实施品牌战略的意义

#### 10.2.3 电梯企业品牌的现状分析

#### 10.2.4 我国电梯企业的品牌战略

#### 10.2.5 电梯品牌战略管理的策略

### 10.3 电梯行业建议

#### 10.3.1 行业发展策略建议

#### 10.3.2 行业投资方向建议

#### 10.3.3 行业投资方式建议

## 图表目录

图表：电梯产业链分析

图表：电梯上游供应分布

图表：电梯下游需求领域

图表：电梯行业生命周期

图表：2014-2017年电梯行业市场规模分析

图表：2018-2024年电梯行业市场规模预测

图表：2014-2017年中国电梯行业供给规模分析

图表：2018-2024年中国电梯行业供给规模预测

图表：2014-2017年中国电梯行业需求规模分析

图表：2018-2024年中国电梯行业需求规模预测

图表：2014-2017年中国电梯行业企业数量情况

图表：2014-2017年中国电梯行业企业竞争结构

图表：2015-2017年国内生产总值及其增长速度

图表：2015-2017年居民消费价格涨跌幅度

图表：2017年居民消费价格比2016年涨跌幅度

图表：2015-2017年固定资产投资及其增长速度

图表：2015-2017年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2017年人口数及其构成

图表：2015-2017年农村居民收入及其增长速度

图表：2015-2017年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国电梯行业发展趋势预测

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/201804/12-258162.html>