

# 2022-2028年中国电梯行业 深度研究与战略咨询报告

## 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

《2022-2028年中国电梯行业深度研究与战略咨询报告》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/R04/R0403/202303/22-524441.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

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。也有台阶式，踏步板装在履带上连续运行，俗称自动扶梯或自动人行道。服务于规定楼层的固定式升降设备。垂直升降电梯具有一个轿厢，运行在至少两列垂直的或倾斜角小于15°的刚性导轨之间。轿厢尺寸与结构形式便于乘客出入或装卸货物。产业研究报告网发布的《2022-2028年中国电梯行业深度研究与战略咨询报告》共九章。首先介绍了电梯行业市场发展环境、电梯整体运行态势等，接着分析了电梯行业市场运行的现状，然后介绍了电梯市场竞争格局。随后，报告对电梯做了重点企业经营状况分析，最后分析了电梯行业发展趋势与投资预测。您若想对电梯产业有个系统的了解或者想投资电梯行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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。报告目录：第一章 中国电梯行业发展环境分析1.1 电梯行业在国民经济中的地位1.1.1 电梯行业的定义1.1.2 电梯行业产业链简介1.1.3 电梯行业在国民经济中的地位1.2 中国电梯行业政策环境分析1.2.1 中国电梯行业管理体制1.2.2 中国电梯行业标准制订现状1.2.3 中国电梯行业主要政策法规1.2.4 政策法规对行业的影响1.3 中国电梯行业经济环境分析1.3.1 电梯行业经济环境（1）国外宏观经济走势分析（2）国内宏观经济运行分析1.3.2 电梯行业社会环境1.3.3 电梯行业产业环境（1）中国房地产市场发展情况（2）中国房地产市场发展趋势（3）中国房地产市场基本判断1.4 中国电梯行业技术环境分析1.4.1 中国电梯行业技术标准简介1.4.2 中国电梯行业技术水平分析1.4.3 中国电梯行业技术专利情况1.5 中国电梯运行安全状况分析1.5.1 中国电梯运行安全现状1.5.2 电梯安全运行管理现状1.5.3 电梯运行安全对电梯企业的影响第二章 中国电梯行业发展现状分析2.1 电梯行业发展概况2.1.1 电梯行业市场规模分析（1）电梯生产产量规模分析（2）电梯保有量规模分析2.1.2 电梯行业发展主要特点2.2 电梯行业经营效益分析2.2.1 行业经济效益影响因素2.2.2 行业主要经营状况分析2.3 电梯行业供需状况分析2.3.1 中国电梯行业供给情况分析（1）全国电梯行业总产值分析（2）全国电梯行业产成品分析2.3.2 中国电梯行业需求情况分析2.3.3 中国电梯所属行业产销率分析2.4 中国电梯所属行业进出口市场分析2.4.1 电梯行业出口市场分析（1）电梯行业出口整体情况（2）载客电梯出口情况分析（3）自动扶梯出口情况分析2.4.2 电梯行业进口市场分析（1）电梯行业进口整体情况（2）载客电梯进口情况分析（3）自动扶梯进口情况分析2.4.3 电梯行业进出口前景及建议（1）电梯行业出口前景及建议（2）电梯行业进口前景及建议第三章 中国电梯行业市场竞争分析3.1 国际电梯市场竞争分析3.1.1 国际电梯市场发展概况（1）全球电梯新增数量分析（2）

全球在用电梯数量分析3.1.2 德国电梯市场发展分析（1）德国电梯行业发展历程（2）德国电梯行业发展现状（3）德国电梯行业发展趋势3.1.3 美国电梯市场发展分析（1）美国电梯行业发展历程（2）美国电梯行业市场现状（3）美国电梯行业发展趋势3.1.4 日本电梯市场发展分析（1）日本电梯行业发展历程（2）日本电梯行业发展现状（3）日本电梯行业发展趋势3.1.5 国际电梯行业竞争格局分析3.1.6 国际电梯市场发展趋势分析3.2 中国电梯行业竞争强度分析3.2.1 现有电梯企业间的竞争分析3.2.2 上游供应商的议价能力分析3.2.3 下游购买者的议价能力分析3.2.4 电梯业新进入者的威胁分析3.2.5 电梯行业替代品的威胁分析3.3 中国电梯行业竞争格局分析3.3.1 电梯行业竞争区域分布（竞争企业所属地区）3.3.2 电梯行业竞争企业区域市场的分布（市场区域分布）3.4 中国电梯行业品牌竞争分析3.4.1 电梯企业品牌重要性分析3.4.2 电梯行业品牌竞争格局分析3.4.3 内外资电梯品牌对比分析（1）品牌成熟度差异分析（2）品牌产品技术差异分析（3）外资品牌运作模式分析（4）内资品牌认可度不断提高3.4.4 内资电梯企业品牌提升方向 第四章 中国电梯行业产品市场分析4.1 电梯行业产品特征4.2 按结构分产品市场分析4.2.1 垂直电梯市场分析（1）垂直电梯市场规模分析（2）垂直电梯应用领域分析（3）垂直电梯需求规模预测4.2.2 自动扶梯市场分析（1）自动扶梯市场规模分析（2）自动扶梯应用领域分析（3）自动扶梯需求规模预测4.3 按速度分产品市场分析4.3.1 中低速电梯市场分析（1）中低速电梯市场概况（2）中低速电梯发展趋势（3）中低速电梯需求前景4.3.2 高速电梯市场分析（1）高速电梯市场概况（2）高速电梯发展趋势（3）高速电梯需求前景4.4 节能电梯市场分析4.4.1 节能电梯发展概况（1）节能电梯行业鉴定（2）节能电梯市场概况4.4.2 节能电梯发展环境分析（1）电梯耗电量分析（2）政策支持节能电梯（3）节能电梯评估标准4.4.3 电梯节能技术水平分析（1）电梯节能原理概述（2）电梯节能技术介绍（3）电梯节能技术应用4.4.4 节能电梯推广存在难度4.4.5 节能电梯发展前景分析（1）节能电梯发展机遇分析（2）节能电梯节能效果分析（3）节能电梯发展前景预测 第五章 中国电梯行业招投标市场分析5.1 电梯行业招投标环境分析5.1.1 行业销售模式分析5.1.2 行业设备投招标特点5.1.3 电梯招投标注意事项5.2 电梯行业招标技术评价指标5.2.1 电梯品牌5.2.2 曳引机（驱动装置）5.2.3 控制柜（电气控制）5.2.4 门机系统5.2.5 电梯功能5.2.6 安装质量5.2.7 售后服务5.2.8 其他技术评价指标5.3 政府电梯采购分析5.3.1 政府电梯采购现状（1）政府采购市场概况（2）政府采购项目分析（3）项目竞标企业分析5.3.2 政府电梯采购特点5.3.3 国内企业投标壁垒5.3.4 政府电梯招标趋势5.3.5 政府电梯招标前景 第六章 中国电梯行业维修服务市场分析6.1 电梯维修服务市场现状6.1.1 电梯保有量分析6.1.2 电梯维修市场规模分析6.1.3 电梯运营安全隐患分析6.1.4 电梯维修服务市场价值（1）电梯行业价值链分析（2）电梯行业专业化利润（3）电梯维修利润乘数（4）电梯维修售后利润6.1.5 电梯维修服务市场特点（1）物业预算硬约束（2）维修效果与效应反比倾向（3）四个关键维修要点6.2 主要电梯维修服务市场分析6.2.1 美国电梯维修服务市

场分析(1)美国电梯维修服务周期(2)美国电梯维修费用分摊6.2.2 香港电梯维修服务市场分析(1)香港电梯维修服务周期(2)香港电梯维修费用分摊6.2.3 先进模式电梯维修服务启示(1)对电梯维修更新的启示(2)对费用分摊及管理的启示6.3 电梯维修服务市场竞争分析6.3.1 电梯维修服务区域竞争分析(1)电梯维修服务市场类型(2)电梯维修市场区域分布6.3.2 国内电梯维修服务商生存现状(1)核心技术受品牌厂商控制(2)品牌厂商收缩保养业务(3)小维修服务商夹缝生存6.4 中国电梯维修服务市场前景6.4.1 电梯维修市场发展趋势分析6.4.2 电梯维修市场发展前景预测 第七章 中国电梯行业下游应用市场需求分析7.1 电梯行业需求影响因素分析7.1.1 轨道交通建设分析7.1.2 旧大楼加装或改装电梯7.1.3 电梯出口预测稳步增长7.1.4 维保服务市场重要性凸显7.2 房地产领域电梯需求分析7.2.1 房地产与电梯行业相关性分析7.2.2 住宅领域电梯需求分析(1)住宅市场投资额分析(2)住宅市场建设面积分析(3)住宅地产电梯需求分析7.2.3 商业地产电梯需求分析(1)商业地产投资额分析(2)商业地产建设面积分析(3)商业地产电梯需求分析7.3 交通基础设施领域电梯需求分析7.3.1 轨道交通行业发展分析7.3.2 轨道交通行业发展趋势7.3.3 轨道交通市场电梯需求7.4 电梯更新改造市场需求分析7.4.1 电梯更新市场需求分析7.4.2 电梯改造市场需求分析7.5 电梯行业发展趋势与前景预测7.5.1 行业发展趋势分析7.5.2 行业发展前景预测 第八章 电梯行业领先企业经营状况分析8.1 大电梯品牌在华竞争分析8.1.1 日本三菱(MITSUBISHI)(1)三菱在华布局情况(2)近年三菱在营情况(3)三菱的技术发展情况(4)三菱发展战略分析8.1.2 芬兰通力(KONE)(1)通力在华布局情况(2)近年通力在营情况(3)通力的技术发展情况(4)通力发展战略分析8.1.3 日本日立(HITACHI)(1)日立在华布局情况(2)近年日立在营情况(3)日立的技术发展情况(4)日立发展战略分析8.1.4 德国蒂森克虏伯(THYSEN)(1)蒂森克虏伯在华布局情况(2)近年蒂森克虏伯在营情况(3)蒂森克虏伯的技术发展情况(4)蒂森克虏伯发展战略分析8.1.5 美国奥的斯(OTIS)(1)奥的斯在华布局情况(2)近年奥的斯在营情况(3)奥的斯的技术发展情况(4)奥的斯发展战略分析8.1.6 德国沃克斯(VOLKSLIFT)(1)沃克斯在华布局情况(2)近年沃克斯在营情况(3)沃克斯的技术发展情况(4)沃克斯发展战略分析8.1.7 瑞士迅达集团(Shindler)(1)迅达集团在华布局情况(2)近年迅达集团在营情况(3)迅达集团的技术发展情况(4)迅达发展战略分析8.1.8 日本东芝(TOSHIBA)(1)东芝在华布局情况(2)近年东芝在营情况(3)东芝的技术发展情况(4)东芝发展战略分析8.1.9 日本富士达(FUJITEC)(1)富士达在华布局情况(2)近年富士达在营情况(3)富士达的技术发展情况(4)富士达发展战略分析8.2 其他国际品牌电梯企业个案分析8.2.1 加拿大希姆斯公司(Symax)(1)企业基本情况分析(2)企业在中国投资情况(3)企业主要产品分析(4)企业销售渠道及售后服务分析8.2.2 德国IFE电梯有限公司(1)企业基本情况分析(2)企业主要产品分析(3)企业销售渠道及售后服务分析(4)主要企业

经营情况分析8.2.3 韩国现代电梯（1）企业基本情况分析（2）企业在华投资情况（3）企业主要产品分析（4）企业销售渠道及售后服务分析8.2.4 SIGMA韩国星玛电梯（1）企业基本情况分析（2）企业在华投资情况（3）企业主要产品分析（4）企业销售渠道以及售后服务分析8.3 中国内资品牌电梯企业个案分析8.3.1 江南嘉捷电梯股份有限公司经营情况分析（1）企业基本情况分析（2）企业主要产品分析（3）企业销售渠道及售后服务分析（4）企业经营情况分析8.3.2 康力电梯股份有限公司经营情况分析（1）企业基本情况分析（2）企业主要产品分析（3）企业销售渠道及售后服务分析（4）企业经营情况分析8.3.3 沈阳博林特电梯集团股份有限公司经营情况分析（1）企业基本情况分析（2）企业主要产品分析（3）企业销售渠道及售后服务分析（4）企业经营情况分析8.3.4 广州广日电梯工业有限公司经营情况分析（1）企业基本情况分析（2）企业主要产品分析（3）企业销售渠道及售后服务分析（4）企业经营情况分析8.3.5 西继迅达（许昌）电梯有限公司经营情况分析（1）企业基本情况分析（2）企业主要产品分析（3）企业销售渠道及售后服务分析（4）企业经营情况分析8.3.6 申龙电梯股份有限公司经营情况分析（1）企业基本情况分析（2）企业主要产品分析（3）企业销售渠道及售后服务分析（4）企业经营情况分析8.3.7 北京京城中奥电梯有限公司经营情况分析（1）企业基本情况分析（2）企业主要产品分析（3）企业销售渠道及售后服务分析（4）企业经营情况分析8.3.8 山东百斯特电梯有限公司经营情况分析（1）企业基本情况分析（2）企业主要产品分析（3）企业销售渠道及售后服务分析（4）企业经营情况分析8.3.9 常州电梯厂有限公司经营情况分析（1）企业基本情况分析（2）企业主要产品分析（3）企业销售渠道及售后服务分析（4）企业经营情况分析8.3.10 永大电梯设备（中国）有限公司经营情况分析（1）企业基本情况分析（2）企业主要产品分析（3）企业销售渠道及售后服务分析（4）企业经营情况分析

第九章 中国电梯行业投资机会与投资建议()9.1 中国电梯行业投资特性分析9.1.1 电梯行业进入壁垒分析（1）技术壁垒（2）资金壁垒（3）品牌壁垒（4）资质壁垒9.1.2 电梯行业盈利模式分析9.2 中国电梯行业投资机会分析9.2.1 电梯行业投资价值分析（1）行业盈利趋势分析（2）行业发展趋势分析（3）行业抗风险趋势分析9.2.2 电梯行业重点投资产品分析9.3 中国电梯行业投资风险预警9.3.1 电梯行业投资政策风险9.3.2 电梯行业投资技术风险9.3.3 电梯行业投资竞争风险9.4 中国电梯行业投资建议分析9.4.1 电梯行业投资现状分析9.4.2 电梯行业主要投资建议

图表目录：图表：我国电梯品种基本分类情况图表：电梯行业产业链示意图图表：2017-2022年中国电梯行业总产值及占GDP的比重（单位：亿元，%）图表：电梯产品的标准目录图表：我国电梯制造行业涉及到的法律法规图表：2017-2022年中国经济增长情况（单位：%）图表：2017-2022年中国三大需求累计增长情况（单位：万亿元）图表：2017-2022年中国主要物价指数月度同比走势（单位：%）图表：2017-2022年中国财政收入和财政支出增长率（单位：%）图表：2017-2022年中国城镇化率变化情况（单位：%）图表：2017-2022年全国房地产

开发投资增速（单位：%）图表：2017-2022年全国房地产开发企业土地购置面积增速（单位：%）图表：2017-2022年全国商品房销售面积及销售额增速（单位：%）图表：2017-2022年全国房地产开发企业到位资金增速（单位：%）图表：2020年份全国房地产开发和销售情况图表：2020年份东中西部地区房地产开发投资情况图表：2020年份东中西部地区房地产销售情况图表：中国房地产市场未来发展趋势图表：中国房地产市场城市分化情况图表：中国房地产市场企业分化情况图表：中国房地产市场风险积聚效应图表：中国电梯行业主要标准分类及数量（单位：项，%）图表：中国电梯行业主流技术水平分析图表：代表性电梯制造商技术专利数量情况（单位：项）更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0403/202303/22-524441.html>