

# 2024-2030年中国电梯行业 发展态势与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国电梯行业发展态势与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202404/451780.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国电梯行业发展态势与投资战略研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。我国的电梯行业目前正处于成熟期，而智能电梯则处于成长期。电梯行业内已经具备不少已经上市的中国电梯企业，但更多的是中外合资的国外品牌。从进出口情况来看，中国电梯出口远大于进口，也说明了我国电梯制造业产能实现国产化，并且能够向国外提供我国生产制造的电梯产品。从智能电梯发展情况来看，目前我国人工智能与物联网技术正在不断地与各行各业进行深度融合，当前智能电梯处于发展的成长期，未来发展潜力较大。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。中国电梯市场的在电梯的维保和修理、老旧电梯改造和更新、旧楼加装电梯、家用电梯、特殊电梯等将成为行业的主要增长点。与此同时，绿色环保电梯、智能化、信息化和高速电梯将成为产品发展的潮流。随着我国经济持续快速增长、城市化快速推进、人民生活水平提高、人口老龄化等因素的推动，我国电梯行业也呈快速发展态势。预计到2027年，中国电梯行业市场规模有望达到7090亿元，年均复合增长率约为6.7%。

报告目录：第1章：电梯行业发展概述 1.1 电梯行业界定 1.1.1 电梯行业界定 1.1.2 电梯所属的国民经济分类 1.2 电梯行业分类 1.2.1 电梯按样式分类 1.2.2 电梯按用途分类 1.2.3 电梯按驱动方式分类 1.2.4 电梯按运行速度分类 1.2.5 电梯产品分类总结 1.3 电梯行业专业术语说明 1.4 本报告研究范围界定说明 1.5 本报告数据来源及统计标准说明 1.5.1 本报告权威数据来源 1.5.2 本报告研究方法

及统计标准说明 第2章：中国电梯行业宏观环境分析（PEST） 2.1 中国电梯行业政策环境（Policy）分析 2.1.1 中国电梯行业监管体系及机构介绍 （1）中国电梯行业主管部门 （2）中国电梯行业自律组织 2.1.2 中国电梯行业标准体系建设及分析 （1）中国电梯行业标准体系建设 （2）中国电梯行业现行标准分析 2.1.3 中国电梯行业发展相关政策规划汇总及重点政策规划解读 （1）中国电梯行业发展相关政策汇总 （2）中国电梯行业发展相关规划重点解读 1）《“十四五”市场监管现代化规划》 2）《“十四五”规划纲要及2035远景目标纲要》 2.1.4 政策环境对中国电梯行业发展的影响总结 2.2 中国电梯行业经济（Economy）环境分析 2.2.1 中国宏观经济现状 （1）中国GDP及增长情况 （2）中国三次产业结构 （3）中国居民消费价格（CPI） （4）中国生产者价格指数（PPI） （5）中国工业经济增长情况 （6）中国固定资产投资情况 2.2.2 中国宏观经济发展展望 （1）国际机构对中

国GDP增速预测 (2) 对中国宏观经济指标增速预测 2.2.3 中国电梯行业发展与宏观经济相关性分析 2.3 中国电梯行业社会 (Society) 环境分析 2.3.1 中国电梯行业社会环境分析 (1) 中国人口规模及增速 (2) 中国人口结构 (3) 中国城镇化水平变化 1) 中国城镇化现状 2) 中国城镇化趋势展望 (4) 中国居民人均可支配收入 (5) 中国居民人均消费支出及结构 1) 中国居民人均消费支出 2) 中国居民消费结构变化 2.3.2 社会环境对电梯行业的影响总结 2.4 中国电梯行业技术 (Technology) 环境分析 2.4.1 电梯制造流程 2.4.2 电梯行业关键技术分析 2.4.3 中国电梯行业研发投入情况 2.4.4 中国电梯行业研发成果分析 (1) 专利申请 (2) 专利授权 (3) 热门申请人 (4) 热门技术领域 2.4.5 技术环境对中国电梯行业的影响总结 第3章：全球电梯行业发展分析 3.1 全球电梯行业发展历程及发展特点 3.1.1 全球电梯行业发展历程 3.1.2 全球电梯行业发展特点 3.2 全球电梯行业供需现状及市场规模 3.2.1 全球电梯行业供给现状 3.2.2 全球电梯行业需求现状 (1) 全球电梯产品需求量 (2) 全球电梯产品保有量 3.2.3 全球电梯行业市场规模 3.3 全球电梯行业竞争现状 3.3.1 全球电梯行业区域竞争格局 3.3.2 全球电梯行业企业竞争格局 3.4 全球重点区域电梯行业发展分析 3.4.1 德国电梯行业发展分析 (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 3.4.2 日本电梯行业发展分析 (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 3.4.3 美国电梯行业发展分析 (1) 美国电梯行业发展历程 (2) 美国电梯行业发展现状 (3) 美国电梯行业发展趋势 3.5 全球电梯行业代表性企业案例分析 3.5.1 美国奥的斯 (Otis) (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业整体经营情况分析 (3) 企业电梯业务发展情况 (4) 企业电梯业务在华布局情况 (5) 企业电梯业务发展规划 3.5.2 德国蒂森克虏伯 (THYSSEN) (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业整体经营情况分析 (3) 企业电梯业务发展情况 (4) 企业电梯业务在华布局情况 3.5.3 日本三菱 (MITSUBISHI) (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业整体经营情况分析 (3) 企业电梯业务发展情况 (4) 企业电梯业务在华布局情况 (5) 企业电梯业务发展规划 3.6 全球电梯行业发展前景预测及趋势分析 3.6.1 全球电梯行业发展前景预测 3.6.2 全球电梯行业发展趋势分析 第4章：中国电梯行业发展分析 4.1 中国电梯行业发展历程及市场特征 4.1.1 中国电梯行发展历程 4.1.2 中国电梯行业市场特征 4.1.3 中国电梯运行安全现状 4.2 中国电梯行业参与者类型及规模 4.2.1 中国电梯行业参与者类型及入场方式 4.2.2 中国电梯行业企业数量规模 4.3 中国电梯行业进出口市场分析 4.3.1 中国电梯进出口基本信息 (1) 电梯HS编码 (2) 电梯行业进出口状况综述 4.3.2 电梯行业进口情况 (1) 电梯行业进口量 (2) 电梯行业进口金额 (3) 电梯行业进口产品结构 (4) 电梯行业主要进口来源地 (5) 电梯行业主要进口省份 4.3.3 电梯行业出口情况 (1) 电梯行业出口量 (2) 电梯行业出口金额 (3) 电梯行业出口产品结构 (4) 电梯行业主要出口目的地 (5) 电梯行业主要出口省份 4.4 中国电梯行业供需现状分析 4.4.1 中国电

梯行业供给现状 (1) 中国电梯产品产量 (2) 中国电梯产品供给类型 4.4.2 中国电梯行业需求现状 (1) 中国电梯产品销售模式 (2) 中国电梯产品需求量 (3) 中国电梯产品保有量 4.4.3 中国电梯行业供需平衡分析 4.4.4 中国电梯行业价格水平及趋势 4.5 中国电梯行业招投标市场分析 4.5.1 中国电梯行业招投标概况 (1) 电梯行业投招标特点 (2) 电梯行业招投标注意事项 (3) 电梯行业招标技术评价指标 1) 电梯品牌 2) 曳引机(驱动装置) 3) 控制柜(电气控制) 4) 门机系统 5) 电梯功能 6) 安装质量 7) 售后服务 8) 其他技术评价指标 4.5.2 中国电梯行业招投标项目现状 (1) 招标项目数量规模 (2) 招投标项目分析 4.6 中国电梯行业市场规模测算 4.7 中国电梯行业发展痛点分析 第5章：中国电梯行业竞争状态及市场格局分析 5.1 中国电梯行业波特五力模型分析 5.1.1 现有电梯企业间的竞争分析 5.1.2 上游供应商的议价能力分析 5.1.3 下游购买者的议价能力分析 5.1.4 电梯行业潜在进入者分析 5.1.5 电梯行业替代品的威胁分析 5.1.6 电梯行业竞争状态总结 5.2 中国电梯行业投融资、兼并与重组状况 5.2.1 中国电梯行业投融资状况 5.2.2 中国电梯行业兼并与重组状况 5.3 中国电梯行业市场格局分析 5.3.1 中国电梯行业市场企业竞争格局 5.3.2 中国电梯行业市场区域竞争格局 第6章：中国电梯产业链梳理及上游市场供应情况 6.1 中国电梯产业结构属性 6.1.1 电梯产业链结构梳理 6.1.2 电梯产业链生态图谱 6.2 中国电梯产业价值属性 6.2.1 电梯行业成本结构分析 (1) 电梯制造成本结构 (2) 电梯使用成本结构 6.2.2 电梯行业价值链分析 6.3 中国电梯行业上游原材料市场供应分析 6.3.1 钢材市场 (1) 钢材市场供给分析 (2) 钢材市场需求分析 (3) 价格走势 (4) 钢材市场发展趋势 6.3.2 稀土市场 (1) 稀土市场供给分析 (2) 稀土市场需求分析 (3) 稀土市场竞争格局 (4) 稀土市场发展趋势 6.3.3 有色金属市场 (1) 有色金属市场供给分析 (2) 有色金属市场需求分析 (3) 有色金属价格走势 (4) 有色金属市场发展趋势 6.4 中国电梯行业上游零部件供应情况 6.4.1 电机市场 (1) 电机市场供需分析 (2) 电机市场竞争格局 (3) 电机市场发展前景 6.4.2 控制部件市场 (1) 控制部件市场供需分析 1) 变频器市场需求分析 2) 电梯门机和电梯控制系统市场需求分析 (2) 控制部件市场竞争格局 (3) 控制部件市场发展前景 6.4.3 牵引装置市场 (1) 牵引装置市场现状分析 (2) 牵引装置市场发展趋势 6.4.4 其他零部件市场 6.5 上游市场供应对电梯行业发展的影响总结 第7章：中国电梯行业细分市场需求潜力分析 7.1 中国电梯行业细分市场需求结构 7.2 按结构划分电梯产品市场需求潜力分析 7.2.1 垂直电梯市场分析 (1) 垂直电梯应用场景分析 (2) 垂直电梯市场现状分析 (3) 垂直电梯市场前景预测 7.2.2 自动扶梯市场分析 (1) 自动扶梯应用场景分析 (2) 自动扶梯市场现状分析 (3) 自动扶梯市场前景预测 7.3 按速度划分电梯产品市场需求潜力分析 7.3.1 中低速电梯市场分析 (1) 中低速电梯应用场景分析 (2) 中低速电梯市场现状分析 (3) 中低速电梯市场前景预测 7.3.2 高速电梯市场分析 (1) 高速电梯应用场景分析 (2) 高速电梯市场现状分析 (3) 高速电梯市场前景预测 7.4 智能电梯产品市

场需求潜力分析 7.4.1 智能电梯发展概述 7.4.2 智能电梯市场现状 7.4.3 智能电梯市场前景预测

7.5 电梯行业维修服务市场分析 7.5.1 电梯维修服务市场概述 7.5.2 电梯维修服务市场现状

7.5.3 电梯维修服务市场前景预测 第8章：中国电梯行业下游市场需求潜力分析 8.1 中国电梯行业下游应用市场结构 8.2 房地产市场电梯需求分析 8.2.1 房地产开发市场电梯需求类型（1）住宅电梯需求类型 1）别墅电梯 2）家用电梯（2）商业地产电梯需求类型 8.2.2 房地产开发市场发展情况 8.2.3 房地产开发市场电梯需求现状（1）住宅市场电梯需求现状（2）商用房地产市场电梯需求现状 8.2.4 房地产开发市场电梯需求趋势 8.3 轨道交通市场电梯需求分析 8.3.1 轨道交通交通市场电梯需求类型 8.3.2 轨道交通市场发展情况（1）轨道交通运营总长度（2）轨道交通车站数量 8.3.3 轨道交通市场电梯需求现状 8.3.4 轨道交通市场电梯需求趋势 8.4 旧楼改造市场电梯需求分析 8.4.1 旧楼改造市场电梯需求类型 8.4.2 旧楼改造市场发展情况 8.4.3 旧楼电梯加装需求现状（1）各地电梯加装补贴政策及加装进展 1）加装电梯补贴政策汇总 2）老旧小区加装电梯进展（2）电梯加装市场政府采购项目分析 1）电梯加装采购项目汇总 2）电梯加装采购规模分析 3）电梯加装项目金额分布 4）电梯加装细分领域分布 5）电梯加装市场区域分布 8.4.4 旧楼改造市场电梯需求趋势 第9章：中国电梯行业代表性企业案例分析 9.1 中国电梯行业代表性企业业务布局对比 9.2 中国电梯代表性企业案例分析 9.2.1 康力电梯股份有限公司（1）企业发展历程及基本信息（2）企业经营状况介绍 1）企业主要经济指标分析 2）企业盈利能力分析 3）企业运营能力分析 4）企业偿债能力分析 5）企业发展能力分析（3）企业业务结构及销售网络（4）企业电梯业务布局 1）电梯产品类型及特色 2）电梯产品技术水平及资质能力 3）电梯产品产能/产销量及生产线布局情况 4）电梯产品的主要客户（5）企业发展电梯业务的优劣势分析 9.2.2 通用电梯股份有限公司（1）企业发展历程及基本信息（2）企业经营状况介绍 1）企业主要经济指标分析 2）企业盈利能力分析 3）企业运营能力分析 4）企业偿债能力分析 5）企业发展能力分析（3）企业业务结构及销售网络（4）企业电梯业务布局 1）电梯产品类型及特色 2）电梯产品技术水平及资质能力 3）电梯产品产能/产销量及生产线布局情况 4）电梯产品的主要客户（5）企业发展电梯业务的优劣势分析 9.2.3 广州广日股份有限公司（1）企业发展历程及基本信息（2）企业经营状况介绍 1）企业主要经济指标分析 2）企业盈利能力分析 3）企业运营能力分析 4）企业偿债能力分析 5）企业发展能力分析（3）企业业务结构及销售网络（4）企业电梯业务布局 1）电梯产品类型及特色 2）电梯产品技术水平及资质能力 3）电梯产品产能/产销量及生产线布局情况 4）电梯产品的主要客户（5）企业发展电梯业务的优劣势分析 9.2.4 上海机电股份有限公司（1）企业基本信息（2）企业经营状况介绍 1）企业主要经济指标分析 2）企业盈利能力分析 3）企业运营能力分析 4）企业偿债能力分析 5）企业发展能力分析（3）企业业务结构及销售网络（4）企业电梯业务布局 1）电梯产品类型及特色 2）电梯产品技术水平及资质

能力 3) 电梯产品产能/产销量及生产线布局情况 4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析 9.2.5 沈阳远大智能工业集团股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 1) 企业主要经济指标分析 2) 企业盈利能力分析 3) 企业运营能力分析 4) 企业偿债能力分析 5) 企业发展能力分析 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局 1) 电梯产品类型及特色 2) 电梯产品技术水平及资质能力 3) 电梯产品产能/产销量及生产线布局情况 4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析 9.2.6 申龙电梯股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业销售网络 (4) 企业电梯业务布局 1) 电梯产品类型及特色 2) 电梯产品技术水平及资质能力 3) 电梯产品产能/产量及生产线布局情况 4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析 9.2.7 浙江梅轮电梯股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 1) 企业主要经济指标分析 2) 企业盈利能力分析 3) 企业运营能力分析 4) 企业偿债能力分析 5) 企业发展能力分析 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局 1) 电梯产品类型及特色 2) 电梯产品技术水平及资质能力 3) 电梯产品产销量及生产线布局情况 4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析 9.2.8 东南电梯股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析 9.2.9 森赫电梯股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 1) 企业主要经济指标分析 2) 企业盈利能力分析 3) 企业运营能力分析 4) 企业偿债能力分析 5) 企业发展能力分析 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局 1) 电梯产品类型及特色 2) 电梯产品技术水平及资质能力 3) 电梯产品产能/产量及生产线布局情况 4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析 9.2.10 快意电梯股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 1) 企业主要经济指标分析 2) 企业盈利能力分析 3) 企业运营能力分析 4) 企业偿债能力分析 5) 企业发展能力分析 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业电梯业务布局 1) 电梯产品类型及特色 2) 电梯产品技术水平及资质能力 3) 电梯产品产能/产销量及生产线布局情况 4) 电梯产品的主要客户 (5) 企业发展电梯业务的优劣势分析

第10章：中国电梯行业投资机会与投资建议 10.1 中国电梯行业发展潜力分析 10.1.1 中国电梯行业发展现状总结 10.1.2 中国电梯行业影响因素总结 10.1.3 中国电梯行业盈利模式分析 10.1.4 中国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 10.1.5 中国电梯行业发展潜力评估 10.2 中国电梯行业发展趋势与前景预测 10.2.1 中国电梯行业发展趋势分析 10.2.2 中国电梯行业发展前景预测 10.3 中国电梯行业投资机会及投资风险分析 10.3.1 电梯行业投资机会分析 (1) 电梯行业重点投资产品分析 (2) 重点区域投资机会分析 (3) 细分市场投资机会分析 10.3.2 电梯行业投资风险分析 (1) 宏观经济及政策风险

(2) 市场竞争风险 (3) 行业监管风险 10.4 中国电梯行业投资建议和可持续发展建议 10.4.1 电梯行业投资策略建议 10.4.2 电梯行业可持续发展建议 图表目录 图表1：国家统计局对于电梯行业的分类 图表2：电梯按样式分类 图表3：电梯按用途分类 图表4：电梯按驱动方式分类 图表5：电梯按运行速度分类 图表6：电梯分类总结 图表7：电梯行业专业术语说明 图表8：本报告研究范围界定 图表9：本报告权威数据资料来源汇总 图表10：本报告的主要研究方法及统计标准说明 图表11：中国电梯行业监管体系构成 图表12：中国电梯行业主管部门 图表13：中国电梯行业自律组织 图表14：截至2022年中国电梯标准行业标准体系建设（单位：项） 图表15：截至2022年中国电梯行业现行国家标准（部分列举） 图表16：截至2022年中国电梯行业现行行业标准（部分列举） 图表17：截至2022年中国电梯行业现行地方标准（部分列举） 图表18：截至2022年中国电梯行业现行团体标准（部分列举） 图表19：截至2022年中国电梯行业现行企业标准（部分列举） 图表20：截至2022年中国电梯相关中央政策汇总 图表21：《“十四五”市场监管现代化规划》与电梯相关的主要内容 图表22：《“十四五”规划纲要及2035远景目标纲要》具体建设内容 图表23：政策环境对中国电梯行业发展的影响总结 图表24：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%） 图表25：2010-2022年中国三次产业结构（单位：%） 图表26：2019-2022年中国CPI变化情况（单位：%） 图表27：2019-2022年中国PPI变化情况（单位：%） 图表28：2010-2022年中国全部工业增加值及增速（单位：万亿元，%） 图表29：2010-2022年中国固定资产投资额（不含农户）及增速（单位：万亿元，%） 图表30：部分国际机构对2022年中国GDP增速的预测（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/451780.html>