

# 2021-2027年中国电梯产业 发展现状与市场需求预测报告

## 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

《2021-2027年中国电梯产业发展现状与市场需求预测报告》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/202107/229439.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

电梯是指动力驱动，利用沿刚性导轨运行的箱体或者沿固定线路运行的梯级（踏步），进行升降或者平行运送人、货物的机电设备，包括载人（货）电梯、自动扶梯、自动人行道等；属于广义的交通运输工具，已经成为城市内高层建筑和公共场所不可或缺的建筑设备。随着电梯制造和控制技术的不断进步和电梯外形外观的革新，电梯使用场景日益丰富。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国电梯产业发展现状与市场需求预测报告》共十章。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 电梯的相关概述

#### 1.1 电梯的介绍

##### 1.1.1 电梯的定义

##### 1.1.2 电梯的分类

##### 1.1.3 电梯的组成

##### 1.1.4 电梯主参数

#### 1.2 电梯的发展历史

##### 1.2.1 世界电梯发展史

##### 1.2.2 中国电梯发展史

### 第二章 2015-2019年中国电梯产业的发展

#### 2.1 2015-2019年中国电梯业发展综述

##### 2.1.1 中国电梯行业高速发展

##### 2.1.2 国内电梯行业发展特点

##### 2.1.3 本土电梯品牌借力发展

- 2.1.4 电梯业产业集群效应初显
- 2.2 2015-2019年中国电梯业发展状况
  - 2.2.1 2019年中国电梯行业发展状况
  - 2.2.2 2019年国家质检总局加强电梯安全监管
  - 2.2.3 2019年中国电梯行业发展状况
  - 2.2.4 2019年中国电梯行业发展动况
- 2.3 2015-2019年中国自动扶梯的发展
  - 2.3.1 自动扶梯行业发展概况
  - 2.3.2 中国自动扶梯行业亟待变革
  - 2.3.3 自动扶梯企业的发展战略
  - 2.3.4 自动扶梯未来发展趋势
- 2.4 中国电梯业发展存在的问题
  - 2.4.1 国内电梯业发展的三大问题
  - 2.4.2 我国电梯业发展面临的挑战
  - 2.4.3 品牌缺失制约国内本土电梯企业发展
  - 2.4.4 电梯业面临洗牌的严峻考验
- 2.5 中国电梯业的发展对策
  - 2.5.1 中国电梯业的发展策略
  - 2.5.2 推动电梯行业自主创新发展的建议
  - 2.5.3 中国电梯发展的产业政策与措施
  - 2.5.4 国内电梯业需要发展OEM

### 第三章 2015-2019年中国电梯市场分析

- 3.1 2015-2019年中国电梯市场概况
  - 3.1.1 中国电梯市场不断发展壮大
  - 3.1.2 我国电梯市场的发展特点
  - 3.1.3 中国住宅电梯市场发展浅析
  - 3.1.4 中国电梯市场发展变化分析
  - 3.1.5 电梯市场结构优化的主要表现
- 3.2 2015-2019年中国电梯政府采购市场分析
  - 3.2.1 2019年电梯政府采购市场持续扩张
  - 3.2.2 2019年电梯政府采购市场快速增长

- 3.2.3 2019年电梯政府采购市场态势
- 3.3 电梯企业的销售管理分析
  - 3.3.1 电梯企业销售管理的意义和指导思想
  - 3.3.2 电梯企业销售预测的地位及方法
  - 3.3.3 电梯产品的销售流程
  - 3.3.4 电梯企业与销售代理商的关系
- 3.4 中国电梯市场发展存在问题及对策
  - 3.4.1 中国电梯市场成本失优
  - 3.4.2 国内电梯采购中存在的主要问题
  - 3.4.3 中国住宅电梯推广措施

#### 第四章 2015-2019年节能和环保电梯发展分析

- 4.1 发展节能电梯的必要性
  - 4.1.1 节能电梯发展紧迫的三大因素
  - 4.1.2 电梯能源消耗量巨大
  - 4.1.3 节能电梯具有四大优势
- 4.2 绿色环保电梯发展概况
  - 4.2.1 环保电梯介绍
  - 4.2.2 绿色环保电梯备受关注
  - 4.2.3 绿色电梯的重点发展方向
  - 4.2.4 无机房电梯环保优势突出
- 4.3 节能电梯的发展分析
  - 4.3.1 耗能型电梯与节能型电梯简介
  - 4.3.2 节能电梯在中国的发展概况
  - 4.3.3 电梯系统节能步入新阶段
  - 4.3.4 节能电梯产业的发展建议
  - 4.3.5 我国电梯节能的潜力与途径分析

#### 第五章 2015-2019年电梯技术发展分析

- 5.1 电梯技术概述
  - 5.1.1 电梯技术分类
  - 5.1.2 电梯驱动技术

- 5.1.3 电梯节能技术
- 5.2 电梯监控技术的应用
  - 5.2.1 中国电梯运行监控系统的开发概述
  - 5.2.2 中国智能建筑中的电梯监控与弱电之间的关系状况
  - 5.2.3 电梯监控技术的应用分析
- 5.3 能源再生技术在电梯中的应用
  - 5.3.1 能源再生电梯技术应用简述
  - 5.3.2 电梯能源再生技术有待普及
  - 5.3.3 能源再生技术在电梯中的应用展望
- 5.4 电梯技术改造的发展与思考
  - 5.4.1 电梯技术改造的内容
  - 5.4.2 电梯技术改造的发展
  - 5.4.3 电梯技术改造存在的主要问题
- 5.5 电梯智能化节能技术改造分析
  - 5.5.1 普通自动扶梯存在三大缺陷
  - 5.5.2 自动扶梯智能化节能原理
  - 5.5.3 自动扶梯智能化节能改造经济效益分析
  - 5.5.4 普通电梯智能化节能改造
- 5.6 电梯技术发展面临的挑战及趋势
  - 5.6.1 电梯发展的技术壁垒
  - 5.6.2 电梯技术的发展趋向
  - 5.6.3 电梯技术的发展方向
  - 5.6.4 电梯产品技术发展的十大动向

## 第六章 2015-2019年电梯产业区域市场分析

- 6.1 广东区域市场
  - 6.1.1 广东电梯行业发展概况
  - 6.1.2 广东启动电梯安全监管改革
  - 6.1.3 广东电梯行业发展分析
  - 6.1.4 旧房改造成广州电梯业发展新契机
- 6.2 天津区域市场
  - 6.2.1 天津电梯产业发展历程

- 6.2.2 天津电梯产业发展综述
- 6.2.3 天津加强电梯安全监管
- 6.2.4 未来天津电梯产业发展展望
- 6.3 苏州区域市场
  - 6.3.1 苏州电梯产业发展历程
  - 6.3.2 苏州电梯产业发展综述
  - 6.3.3 苏州电梯产业的发展特色
  - 6.3.4 苏州成立电梯业商会
  - 6.3.5 苏州吴江区汾湖电梯业蓬勃发展
- 6.4 杭州区域市场
  - 6.4.1 杭州电梯产业发展历程
  - 6.4.2 杭州电梯产业发展综述
  - 6.4.3 杭州市积极应对电梯老化问题
  - 6.4.4 杭州实施电梯安全监察新规
- 6.5 南浔区域市场
  - 6.5.1 南浔电梯产业发展历程
  - 6.5.2 南浔电梯产业发展综述
  - 6.5.3 南浔电梯产业“雁群效应”正在形成
  - 6.5.4 南浔电梯产业强劲发展
  - 6.5.5 南浔电梯产业未来发展展望
- 6.6 宁波区域市场
  - 6.6.1 宁波电梯产业发展历程
  - 6.6.2 宁波电梯产业发展综述
  - 6.6.3 宁波电梯产业发展特色
  - 6.6.4 宁波试点安装电梯智能监控系统
- 6.7 沈阳区域市场
  - 6.7.1 沈阳电梯产业发展历程
  - 6.7.2 沈阳电梯产业发展综述
  - 6.7.3 沈阳电梯产业未来发展展望

## 第七章 国际主要电梯企业经营状况分析

### 7.1 奥的斯电梯公司（OTIS）

- 7.1.1 公司简介
- 7.1.2 奥的斯经营状况
- 7.2 快速电梯公司 (EXPRESS)
- 7.2.1 公司简介
- 7.2.2 经营状况
- 7.3 迅达电梯集团 (SCHINDLERGROUP,INC.)
- 7.3.1 公司简介
- 7.3.2 Schindler经营状况
- 7.4 通力集团 (KONE)
- 7.4.1 公司简介
- 7.4.2 通力集团经营状况
- 7.5 德国蒂森克虏伯集团 (THYSSENKRUPP)
- 7.5.1 公司简介
- 7.5.2 蒂森克虏伯经营状况
- 7.6 富士达株式会社 (FUJITECCO.,LTD.)
- 7.6.1 公司简介
- 7.6.2 富士达株式会社经营状况

## 第八章 中国重点电梯企业经营状况分析

- 8.1 上海机电股份有限公司
- 8.1.1 公司发展概况
- 8.1.2 经营效益分析
- 8.1.3 业务经营分析
- 8.1.4 财务状况分析
- 8.2 康力电梯股份有限公司
- 8.2.1 公司发展概况
- 8.2.2 经营效益分析
- 8.2.3 业务经营分析
- 8.2.4 财务状况分析
- 8.3 江南嘉捷电梯股份有限公司
- 8.3.1 公司发展概况
- 8.3.2 经营效益分析



- 8.3.3 业务经营分析
- 8.3.4 财务状况分析
- 8.4 广州广日股份有限公司
  - 8.4.1 公司发展概况
  - 8.4.2 经营效益分析
  - 8.4.3 业务经营分析
  - 8.4.4 财务状况分析
- 8.5 沈阳博林特电梯集团股份有限公司
  - 8.5.1 公司发展概况
  - 8.5.2 经营效益分析
  - 8.5.3 业务经营分析
  - 8.5.4 财务状况分析
- 8.6 长江润发机械股份有限公司
  - 8.6.1 公司发展概况
  - 8.6.2 经营效益分析
  - 8.6.3 业务经营分析
  - 8.6.4 财务状况分析
- 8.7 上市公司财务比较分析
  - 8.7.1 盈利能力分析
  - 8.7.2 成长能力分析
  - 8.7.3 营运能力分析
  - 8.7.4 偿债能力分析
- 8.8 其他企业
  - 8.8.1 上海永大电梯设备有限公司
  - 8.8.2 上海新时达电气股份有限公司
  - 8.8.3 杭州新马电梯有限公司
  - 8.8.4 日立电梯（中国）有限公司
  - 8.8.5 东芝电梯（中国）有限公司

## 第九章 2015-2019年中国电梯市场竞争分析

- 9.1 中国电梯市场竞争格局
  - 9.1.1 我国电梯需求稳居世界第一

- 9.1.2 本土品牌销量占三成
- 9.1.3 行业竞争日趋激烈
- 9.1.4 服务竞争时代即将到来
- 9.2 国内电梯市场品牌分析
  - 9.2.1 市场份额
  - 9.2.2 技术流派
  - 9.2.3 质量与售价
- 9.3 外商参与中国电梯市场竞争概况
  - 9.3.1 跨国电梯公司在华获得机会
  - 9.3.2 中国成为世界电梯公司竞争的主战场
  - 9.3.3 境外企业看好中国电梯市场
  - 9.3.4 日资电梯企业在中高端市场博弈占主导
- 9.4 电梯市场的竞争策略
  - 9.4.1 电梯的差异化竞争策略简述
  - 9.4.2 日本电梯企业在中国市场竞争中的专利战略
  - 9.4.3 电梯产品在境内外的市场竞争要领
  - 9.4.4 中国电梯企业市场竞争中的生存之道
  - 9.4.5 中国中小电梯企业的市场竞争策略

## 第十章 2021-2027年电梯业投资分析及发展前景预测

- 10.1 中国电梯业投资潜力分析
  - 10.1.1 房地产业给电梯企业带来机遇和挑战
  - 10.1.2 民族电梯企业迎来发展良机
  - 10.1.3 中国电梯业投资建议
- 10.2 电梯市场前景展望
  - 10.2.1 中国电梯市场发展潜力巨大
  - 10.2.2 我国电梯市场发展特点预测
  - 10.2.3 我国电梯市场未来需求量预测
  - 10.2.4 2021-2027年中国电梯行业预测分析
- 10.3 电梯行业发展趋势分析
  - 10.3.1 未来电梯的主要发展趋势
  - 10.3.2 电梯业将迈入无线时代

### 10.3.3 中国电梯行业的发展方向预测

附录：

附录一：《特种设备监察条例》

附录二：《关于加强电梯制造安装改造维修许可和型式试验工作的通知》

部分图表目录：

图表：中国电梯年产量增长历程

图表：2019年我国电梯政府采购金额月度走势

图表：2019年电梯采购年度大标

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/229439.html>