

2020-2026年中国电梯市场消费调查及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国电梯市场消费调查及投资战略咨询报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201910/796241.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、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。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。

2010年我国电梯保有量162.9万台，，至2018年增长到627.8万台，目前已成为全球电梯保有量最多的国家。

2010-2018年中国电梯保有量走势

智研咨询发布的《2020-2026年中国电梯市场消费调查及投资战略咨询报告》共十章。首先介绍了中国电梯行业市场发展环境、电梯整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国电梯行业，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 2018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状况
- 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年中国电梯所属行业市场分析
 - 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 经营状况

7.1.3 发展战略

7.2 快速电梯公司 (EXPRESS)

7.3 迅达电梯集团 (SCHINDLERGROUP,INC.)

7.4 通力集团 (KONE)

7.5 德国蒂森克虏伯集团 (THYSSENKRUPP)

7.6 富士达株式会社 (FUJITECCO.,LTD.)

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

8.1.5 未来前景展望

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

8.2.5 未来前景展望

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

8.3.5 未来前景展望

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

8.4.5 未来前景展望

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

8.5.5 未来前景展望

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

8.6.5 未来前景展望

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 2020-2026年电梯业投资分析及发展前景预测(ZY GXH)

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

2018-2020年我国传统地产电梯配置比测算

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 2020-2026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(ZY GXH)

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》

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

图表：2015-2019年Schindler综合损益表

图表：2015-2019年Schindler在不同地区的业务情况

图表：2015-2019年Schindler综合损益表

图表：2015-2019年Schindler主要指标

图表：2015-2019年通力集团综合损益表

图表：2015-2019年通力集团不同地区销售额

图表：2015-2019年通力集团不同部门销售额

图表：2015-2019年通力集团综合损益表

图表：2015-2019年通力集团不同地区销售额

图表：2015-2019年通力集团不同部门销售额

图表：2015-2019年第通力集团综合损益表

图表：2015-2019年第通力集团不同地区销售额

图表：2015-2019年蒂森克虏伯综合损益表

图表：2015-2019年蒂森克虏伯不同地区净销售额情况

图表：2015-2019年蒂森克虏伯不同部门净销售额情况

图表：2015-2019年蒂森克虏伯综合损益表

图表：2015-2019年蒂森克虏伯不同地区净销售额情况

图表：2015-2019年蒂森克虏伯不同部门净销售额情况

图表：2015-2019年蒂森克虏伯综合损益表

图表：2015-2019年蒂森克虏伯不同部门净销售额情况

图表：2015-2019年富士达株式会社综合损益表

图表：2019年富士达株式会社不同地区销售额细分情况

图表：2015-2019年富士达株式会社简明损益表

图表：2015-2019年富士达株式会社不同地区销售额细分情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201910/796241.html>