2021-2027年中国电梯市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制
www.bosidata.com

报告报价

《2021-2027年中国电梯市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/G81651NYMA.html

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元
【出版日期】2021-01-08
【交付方式】Email电子版/特快专递
【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630
博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2021-2027年中国电梯市场分析与投资前景研究报告》介绍了电梯行业相关概述、中国电梯产业运行环境、分析了中国电梯行业的现状、中国电梯行业竞争格局、对中国电梯行业做了重点企业经营状况分析及中国电梯产业发展前景与投资预测。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。

2019年1-6月我国房屋竣工面积累计同比下滑12.70%，但是考虑到施工节奏加快，后续地产竣工面积有望回暖，进而带动电梯销量提升。

据博思数据发布的《2021-2027年中国电梯市场分析与投资前景研究报告》表明：2020年我国电梯产量累计值达128.2万台，期末产量比上年累计增长7.9%。 指标 2020年12月 2020年11月 2020年10月 2020年9月 2020年8月 2020年7月 电梯、自动扶梯及升降机产量当期值(万台) 13.7 13.1 11.6 12.7 12.3 12.1 电梯、自动扶梯及升降机产量累计值(万台) 128.2 114 100.9 89.3 76.6 63.8 电梯、自动扶梯及升降机产量同比增长(%) 21.2 12 12.6 13.4 5.1 4.3 电梯、自动扶梯及升降机产量累计增长(%)7.96.15.44.63.12.2

报告目录：

第.一章 电梯行业综述
第.一节 电梯概念
一、电梯概念及分类
二、电梯行业产业链
第二节 电梯行业发展环境
一、行业管理体制
二、行业法律法规
三、行业相关标准
四、宏观经济形势
五、行业社会环境
六、技术发展水平

第二章 国际电梯所属行业市场发展分析
第.一节 国际电梯市场发展分析
一、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

二、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

三、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

四、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

五、国际电梯行业竞争格局

六、国际电梯市场发展趋势

第二节 国际电梯品牌在华竞争分析

一、瑞士迅达集团（Shindler）

二、德国蒂森克虏伯（THYSSEN）

三、美国奥的斯（OTIS）

四、芬兰通力（KONE）

五、日本三菱（MITSUBISHI）

六、日本日立（HITACHI）

七、日本东芝（TOSHIBA）

八、日本富士达（FUJITEC）

第三章 中国电梯所属行业运行现状分析

第.一节 中国电梯所属行业发展状况分析

一、中国电梯行业发展阶段

二、中国电梯行业发展现状

2019年全行业共生产电梯85万台，与2017年相比增长5%;截至2019年底，国内电梯注册总量达到627.83万台。

2013-2018年中国电梯保有量走势

三、中国电梯行业发展特点

四、中国电梯行业运营模式

第二节 中国电梯所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第三节 中国电梯所属行业财务指标分析

一、所属行业盈利能力分析

二、所属行业偿债能力分析

三、所属行业营运能力分析

四、所属行业发展能力分析

第四章 中国电梯行业市场竞争及供需与进出口分析

第.一节 行业总体市场竞争状况分析

一、电梯行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、中国电梯行业市场竞争格局

1、行业竞争格局

2、行业集中度

3、行业竞争力

三、中国电梯产品品牌竞争分析

1、中外电梯产品品牌对比分析

2、中国电梯产品品牌发展情况

第二节 中国电梯所属市场现状分析
一、2016-2019年中国电梯行业供给情况
二、2016-2019年中国电梯行业需求情况
三、2016-2019年中国电梯行业供需平衡
第三节 中国电梯所属行业进出口市场调研
一、电梯行业出口市场调研
二、电梯行业进口市场调研
三、电梯行业进出口前景及建议

第五章 中国电梯所属行业产品市场调研
第.一节 电梯行业产品特征
第二节 按结构分产品市场调研
一、垂直电梯市场调研
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
2018-2020年我国传统地产电梯需求测算

二、自动扶梯市场调研
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
第三节 按速度分产品市场调研
一、中低速电梯市场调研
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
二、高速电梯市场调研
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

第四节 节能电梯市场调研
一、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
二、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
三、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
四、节能电梯推广存在难度
五、节能电梯趋势预测分析
1、节能电梯发展机遇分析
2、节能电梯节能效果分析
3、节能电梯趋势预测分析

第六章 中国电梯行业招投标市场调研
第.一节 电梯行业招投标环境分析
一、行业销售模式分析
二、行业设备投招标特点
三、电梯招投标注意事项
第二节 电梯行业招标技术评价指标
一、电梯品牌
二、曳引机驱动装置、
三、控制柜电气控制、
四、门机系统
五、电梯功能
六、安装质量
七、售后服务
八、其他技术评价指标

第三节 政府电梯采购分析
一、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
二、政府电梯采购特点
三、国内企业投标壁垒
四、政府电梯招标趋势
五、政府电梯招标前景

第七章 中国电梯行业维修服务市场调研
第.一节 电梯维修服务市场现状
一、电梯保有量分析
二、电梯维修市场规模分析
三、电梯运营安全隐患分析
四、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
五、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
第二节 主要电梯维修服务市场调研
一、美国电梯维修服务市场调研
1、美国电梯维修服务周期
2、美国电梯维修费用分摊
二、香港电梯维修服务市场调研
1、香港电梯维修服务周期
2、香港电梯维修费用分摊
三、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
第三节 电梯维修服务市场竞争分析
一、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
二、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
第四节 中国电梯维修服务市场前景
一、电梯维修市场发展趋势分析
二、电梯维修市场前景预测分析

第八章 中国电梯行业下游应用市场需求分析
第.一节 电梯行业需求影响因素分析
一、房地产市场调研
二、城市化进程分析
三、轨道交通建设分析
四、旧大楼加装或改装电梯
五、电梯出口预测稳步增长
六、维保服务市场重要性凸显
第二节 房地产领域电梯需求分析
一、房地产与电梯行业相关性分析
二、房地产行业对电梯的需求分析
1、住宅领域电梯需求分析
2、商业地产电梯需求分析
第三节 交通基础设施领域电梯需求分析
一、轨道交通行业发展分析
二、轨道交通行业发展趋势
三、轨道交通市场电梯需求
第四节 电梯更新改造市场需求分析

一、电梯更新市场需求分析
二、电梯改造市场需求分析
第五节 电梯行业发展趋势与趋势分析
一、行业发展趋势分析
二、行业趋势预测分析

第九章 中国电梯行业领先企业经营分析
第.一节 快意电梯股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品
三、企业经营情况
四、企业销售渠道
五、企业竞争优势
第二节 康力电梯股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品
三、企业经营情况
四、企业销售渠道
五、企业竞争优势
第三节 沈阳远大智能工业集团股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品
三、企业经营情况
四、企业销售渠道
五、企业竞争优势
第四节 广州广日电梯工业有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品
三、企业经营情况
四、企业销售渠道
五、企业竞争优势
第五节 西继迅达（许昌）电梯有限公司

一、企业基本情况
二、企业主要产品
三、企业经营情况
四、企业销售渠道
五、企业竞争优势
第六节 申龙电梯股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品
三、企业经营情况
四、企业销售渠道
五、企业竞争优势
第七节 北京京城中奥电梯有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品
三、企业经营情况
四、企业销售渠道
五、企业竞争优势
第八节 山东百斯特电梯有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品
三、企业经营情况
四、企业销售渠道
五、企业竞争优势
第九节 常州电梯厂有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品
三、企业经营情况
四、企业销售渠道
五、企业竞争优势
第十节 永大电梯设备（中国）有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品

三、企业经营情况
四、企业销售渠道
五、企业竞争优势

第十章 2021-2027年电梯行业前景展望
第.一节 2021-2027年电梯市场前景预测
一、2021-2027年电梯市场发展潜力
二、2021-2027年电梯市场前景预测
三、2021-2027年电梯行业发展趋势
第二节 2021-2027年中国电梯行业供需预测
一、2021-2027年中国电梯市场规模预测
二、2021-2027年中国电梯行业供给预测
三、2021-2027年中国电梯行业需求预测
第三节 中国电梯行业存在的问题及对策
一、电梯行业存在的问题
二、电梯行业发展的对策

第十一章 2021-2027年电梯行业投资机会与风险防范
第.一节 电梯行业投融资情况
一、行业资金渠道分析
二、固定资产投资分析
三、兼并重组情况分析
四、行业投资现状分析
第二节 2021-2027年电梯行业投资机会
一、产业链投资机会
二、细分市场投资机会
三、重点区域投资机会
四、电梯行业投资机遇
第三节 2021-2027年电梯行业投资前景及防范
一、政策风险及防范
二、技术风险及防范
三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范
五、关联产业风险及防范
六、产品结构风险及防范
七、其他风险及防范
第四节 中国电梯行业投资建议
一、电梯行业主要投资建议
二、中国电梯企业融资分析

第十二章 电梯行业投资趋势分析
第.一节 电梯行业投资趋势分析
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第二节 对中国电梯品牌的战略思考
一、电梯品牌的重要性
二、电梯实施品牌战略的意义
三、电梯企业品牌的现状分析
四、中国电梯企业的品牌战略
五、电梯品牌战略管理的策略
第三节 电梯经营策略分析
一、电梯市场细分策略
二、电梯市场创新策略
三、品牌定位与品类规划
四、电梯新产品差异化战略
第四节 电梯行业投资前景建议研究
一、2021-2027年电梯行业投资前景建议
二、2021-2027年细分行业投资前景建议

图表目录：

图表：2016-2019年电梯制造行业经营效益分析
图表：2016-2019年中国电梯制造行业盈利能力分析
图表：2016-2019年中国电梯制造行业运营能力分析
图表：2016-2019年中国电梯制造行业偿债能力分析
图表：2016-2019年中国电梯制造行业发展能力分析
图表：2016-2019年中国电梯生产量变化情况
图表：2016-2019年中国电梯保有量变化情况
图表：2016-2019年中国电梯制造行业经营规模情况
图表：2016-2019年中国电梯制造行业经营效益情况
图表：2016-2019年全国电梯行业工业产值变化情况
图表：2016-2019年中国电梯制造行业产值省市分布情况
图表：2016-2019年全国电梯行业产成品变化情况
图表：2021-2027年电梯行业市场规模预测
图表：2021-2027年电梯行业营业收入预测
图表：2021-2027年中国电梯行业供给预测
图表：2021-2027年中国电梯投资规模预测
图表：2021-2027年中国电梯企业规模预测
图表：2021-2027年中国电梯行业需求预测
图表：2021-2027年中国电梯行业供需平衡预测
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.bosidata.com/report/G81651NYMA.html