

2021年中国电梯市场分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国电梯市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/541938541938.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

前不久，北京市住建委等部门发布关于印发《关于引入社会资本参与老旧小区改造的意见》的通知，提出从多种方式引入社会资本参与、加大财税和金融支持、存量资源统筹利用、简化审批、监督管理等多条意见，建立共同参与改造、共同治理社区、共同享受成果的老旧小区改造良性循环新机制。

事实上，不仅是北京，近年来，各地老旧小区改造明显发力，已有多个省市发布老旧小区改造相关政策。

我国部分地区老旧小区改造相关政策

地区

相关政策

山东

2021年山东省要扎实开展老旧小区和棚户区改造，确保开工改造老旧小区1960个，涉及60万户以上。

陕西

发布《关于全面推动城镇老旧小区改造暨“美好环境与幸福生活共同缔造”活动的实施方案》，“十四五”期间，全省计划改造城镇老旧小区近1万个，惠及约100万户居民。其中，2021年，新开工改造城镇老旧小区3622个，惠及39.23万户居民。

江苏

2021年全省要完成改造1130个城镇老旧小区，共计1.6万栋，建筑面积约3800万平方米，惠及约42.8万户城镇居民家庭，计划投资约139亿元。

浙江

2021年老旧小区改造不少于800个，到2022年累计改造不少于2000个城镇老旧小区。安徽省表示，2021年老旧小区改造任务合计1498个小区，涉及15835栋、36.2万多户居民，建筑面积超3334万平方米。

四川

成都市人民政府办公厅公布《成都市人民政府办公厅关于促进既有住宅自主增设电梯工作的实施意见(试行)》。《意见》提出把增设电梯作为既有住宅设施设备改造内容，纳入社区治理工作范畴。同时，要简化办理流程、方便群众，鼓励商业模式创新参与以及多渠道筹措建设资金，给予符合条件的项目20万元/台的补助。

天津

《天津市既有住宅加装电梯设计导则》通过市建委组织专家评审通过，已经批准发布，从10月1日起实施。

上海市

上海将考虑适当调整放宽老公房加装电梯的启动门槛，将加装电梯幢的居民意愿征询通过比

例由90%放宽到三分之二，但保留无居民明确反对意见条款，对有明确反对的居民意见在社区协商平台中协商解决

云南

2018年，云南省住建厅等13个部联合颁布实施的《城市既有住宅增设电梯指导意见》提出，城市既有住宅增设电梯的资金筹集可通过提取住房公积金等5种方式进行，为想安装电梯却不知向谁申请的住户指明了方向。

广东

2018年11月，广东深圳市规划和国土资源委员会印发了《深圳市既有住宅加装电梯管理规定》，明确出资加装电梯的全体业主为既有住宅加装电梯工程项目的建设者，承担相应法律、法规规定的义务。

广西

2018年广西住房城乡建设厅、财政厅近日联合印发《加快推进既有住宅加装电梯工作的指导意见》(以下简称《意见》)，明确了既有住宅加装电梯工作的申请主体、简化审批、资金筹集、业主意愿以及各相关单位的职责、工作流程等。

重庆

重庆市政府办公厅于2017年6月21日发布关于印发《重庆市老旧住宅增设电梯建设管理暂行办法》的通知，通知明确，初始取得房地产权证满10年及以上、4层及以上未设电梯的老旧住宅，经本单元内专有部分占建筑物总面积三分之二以上的业主且占总户数三分之二以上的业主同意，可以向所在地的城乡规划主管部门申请增设电梯

湖南

湖南省六部门2018年印发了《湖南省城市既有住宅增设电梯指导意见》(以下简称《指导意见》)，指出占建筑物总面积2/3以上的业主且占总人数2/3以上业主同意，可以给既有住宅以单元或者楼梯为单位增设电梯

重庆

重庆市政府办公厅于2017年6月21日发布关于印发《重庆市老旧住宅增设电梯建设管理暂行办法》的通知，通知明确，初始取得房地产权证满10年及以上、4层及以上未设电梯的老旧住宅，经本单元内专有部分占建筑物总面积三分之二以上的业主且占总户数三分之二以上的业主同意，可以向所在地的城乡规划主管部门申请增设电梯

甘肃

2018年省住建厅下发了《关于在城市老旧小区电梯改造工作中做好便民服务的通知》，多举措推进城市老旧小区多层住宅楼增设电梯工作，切实提升群众生活幸福指数。

宁夏

2015年，住建部和财政部《关于进一步发挥住宅专项维修资金在老旧小区和电梯更新改造中支持作用的通知》，明确了维修资金的使用范围和目标重点、细化应急使用制度、创新业主表决规则等方式，旨在探索建立老旧小区和电梯更新改造多方资金筹措机制数据来源：公

开资料整理

老旧小区改造推进加速，意味着老旧小区改造所涉行业也将迎来红利期。近期，老旧小区改造项目中最火爆的当属加装电梯。21.9万个城镇老旧小区、城镇化进程加快等多重红利叠加，我国电梯市场需求持续释放。

根据数据显示，我国电梯需求由2017年的69万台增长至2018年的77.7万台，预计2021年将达到105万台。

2017-2021年我国电梯需求及预测 数据来源：公开资料整理

在需求持续释放的情况下，我国电梯行业市场规模呈现良好的增长态势。根据数据显示，我国电梯行业市场规模由2015年的2586.5亿元增长至2019年的3654.6亿元，预计2020年将达3829.2亿元。

2015-2020年我国电梯行业市场规模及预测 数据来源：公开资料整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国电梯市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国电梯行业发展概述

第一节 电梯行业发展情况概述

- 一、电梯行业相关定义
- 二、电梯行业基本情况介绍
- 三、电梯行业发展特点分析
- 四、电梯行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、电梯行业需求主体分析

第二节 中国电梯行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电梯行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国电梯行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国电梯行业生命周期分析

- 一、电梯行业生命周期理论概述
- 二、电梯行业所属的生命周期分析

第四节 电梯行业经济指标分析

- 一、电梯行业的赢利性分析
- 二、电梯行业的经济周期分析
- 三、电梯行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电梯行业进入壁垒分析

- 一、电梯行业资金壁垒分析
- 二、电梯行业技术壁垒分析
- 三、电梯行业人才壁垒分析
- 四、电梯行业品牌壁垒分析
- 五、电梯行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球电梯行业市场发展现状分析

- 第一节 全球电梯行业发展历程回顾
- 第二节 全球电梯行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲电梯行业地区市场分析
 - 一、亚洲电梯行业市场现状分析
 - 二、亚洲电梯行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲电梯行业市场前景分析
- 第四节 北美电梯行业地区市场分析
 - 一、北美电梯行业市场现状分析
 - 二、北美电梯行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美电梯行业市场前景分析
- 第五节 欧洲电梯行业地区市场分析
 - 一、欧洲电梯行业市场现状分析
 - 二、欧洲电梯行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲电梯行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界电梯行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球电梯行业市场规模预测

第三章 中国电梯产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品电梯总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国电梯行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国电梯产业社会环境发展分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析

第四章 中国电梯行业运行情况

第一节 中国电梯行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国电梯行业市场规模分析

第三节 中国电梯行业供应情况分析

第四节 中国电梯行业需求情况分析

第五节 我国电梯行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国电梯行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国电梯行业供需平衡分析

第八节 中国电梯行业发展趋势分析

第五章 中国电梯所属行业运行数据监测

第一节 中国电梯所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国电梯所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国电梯所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国电梯市场格局分析

第一节 中国电梯行业竞争现状分析

- 一、中国电梯行业竞争情况分析
- 二、中国电梯行业主要品牌分析

第二节 中国电梯行业集中度分析

- 一、中国电梯行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国电梯行业市场集中度分析

第三节 中国电梯行业存在的问题

第四节 中国电梯行业解决问题的策略分析

第五节 中国电梯行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国电梯行业需求特点与动态分析

第一节 中国电梯行业消费市场动态情况

第二节 中国电梯行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 电梯行业成本结构分析

第四节 电梯行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国电梯行业价格现状分析

第六节 中国电梯行业平均价格走势预测

- 一、中国电梯行业价格影响因素
- 二、中国电梯行业平均价格走势预测
- 三、中国电梯行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国电梯行业区域市场现状分析

第一节 中国电梯行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电梯市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电梯市场规模分析
- 四、华东地区电梯市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区电梯市场规模分析
- 四、华中地区电梯市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区电梯市场规模分析
- 四、华南地区电梯市场规模预测

第九章 2017-2021年中国电梯行业竞争情况

第一节 中国电梯行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国电梯行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国电梯行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 电梯行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国电梯行业发展前景分析与预测

第一节 中国电梯行业未来发展前景分析

- 一、电梯行业国内投资环境分析
- 二、中国电梯行业市场机会分析
- 三、中国电梯行业投资增速预测

第二节 中国电梯行业未来发展趋势预测

第三节 中国电梯行业市场发展预测

- 一、中国电梯行业市场规模预测
- 二、中国电梯行业市场规模增速预测
- 三、中国电梯行业产值规模预测
- 四、中国电梯行业产值增速预测
- 五、中国电梯行业供需情况预测

第四节 中国电梯行业盈利走势预测

- 一、中国电梯行业毛利润同比增速预测
- 二、中国电梯行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国电梯行业投资风险与营销分析

第一节 电梯行业投资风险分析

- 一、电梯行业政策风险分析
- 二、电梯行业技术风险分析
- 三、电梯行业竞争风险分析
- 四、电梯行业其他风险分析

第二节 电梯行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国电梯行业发展战略及规划建议

第一节 中国电梯行业品牌战略分析

- 一、电梯企业品牌的重要性
- 二、电梯企业实施品牌战略的意义
- 三、电梯企业品牌的现状分析
- 四、电梯企业的品牌战略
- 五、电梯品牌战略管理的策略

第二节 中国电梯行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国电梯行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2021-2026年中国电梯行业发展策略及投资建议

第一节 中国电梯行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国电梯行业营销渠道策略

- 一、电梯行业渠道选择策略
- 二、电梯行业营销策略

第三节 中国电梯行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电梯行业重点投资区域分析
- 二、中国电梯行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/541938541938.html>