

2010-2020年中国冰箱产业 深度调研及未来发展趋势报告（专家版）

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2020年中国冰箱产业深度调研及未来发展趋势报告（专家版）》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/201310/98872.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

2012年1-9月，冰箱累计产量为6454.23万台，同比增速为-4.59%。这一数据在2011年同期为18.19%，在2010年同期甚至接近30%，行业颓势透过这些数据一目了然。一线城市房地产市场调控令大多数消费者持币观望，新冰箱的采购数量明显下滑。同时刚结束不久的“以旧换新”政策提前透支了这部分市场需求，2012年的颓势完全是意料之中的事情。直到2012年6月，财政部、国家发展改革委、工业和信息化部发布了节能产品惠民工程高效节能家用电冰箱、洗衣机、热水器的推广实施细则，同时阶梯电价开始在全国部分城市试运行，两项新政策的出台让冰箱企业再次看到了春天。

节能补贴的细则明确了采取财政补贴方式，进一步支持高效节能家用电冰箱、电动洗衣机和热水器的推广使用。其中能效1级的电机驱动压缩式家用电冰箱可获得最高400元的节能补贴优惠。由于各项刺激政策相继退出，2012年市场行情可以看作政策透支需求后的回调，基本符合企业年初对全年的市场预期。另外国家经济环境不见好转、房地产市场发展停滞不前、政策透支严重以及作为高速发展重要支撑的三四级市场萎靡不振，令冰箱内销市场行情惨淡。整个行业所承受的巨大压力伴随节能补贴新政的出台略有好转，冰箱行业预期将在明年迎来春天。

中国家电协会在新公布的行业技术发展路线图中，将节能、环保、智能化等规划为未来十年行业的技术发展方向。在新近出台的家电“十二五”规划中，则提出了智能家电示范工程，以推动我国家电产业实现智能化转型。如今透过各种各样的国内外家电展会，我们能够明显的看到冰箱行业呈现出的智能化、高端化发展方向。

随着80后成为主力消费群体并且步入适婚年龄，网购逐渐从一种消费形式演变成为一种生活方式，试问如今还有几个80后是没有任何网购经验的？从衣帽服饰到消费电子产品，随着电子商务环境逐渐成熟，家电网购势必将会成为未来家电销售的核心渠道。

随着冰箱行业高端化转型，冰箱产品的体积越来越大，而传统的直冷式制冷方式已经无法满足大容积冰箱的快速制冷需要。于是在21世纪初期，风冷技术开始在大容积冰箱产品上全面应用，让冰箱能够快速制冷的同时也有效的解决了冰箱冷冻室易结霜的问题。这对冰箱行业来说是一次不小的飞跃。如今无论是哪个品牌，只要冰箱的容量超过300L，基本全部采用风冷技术，因为直冷技术只可以满足小容量冰箱的冷冻、冷藏需求，而且容易结霜，所以无论从使用的便捷性，还是未来发展趋势来讲，风冷型冰箱肯定会成为市场上的主流产品。

中企顾问发布的《2010-2020年中国冰箱产业深度调研及未来发展趋势报告（专家版）》，主要依托多年对冰箱行业的研究，结合行业历年供需关系变化规律，对我国冰箱行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管

理提供权威、充分、可靠的决策依据。

第一章 冰箱行业基础

第一节 冰箱产品定义

一、冰箱产品定义

二、冰箱型号细分

第二节 冰箱产品特性

一、所属行业

二、替代产品

三、的可替代特性

四、不可替代特性

五、项目投资前景

第三节 冰箱项目投资决策基础

一、发展阶段（成熟度）

二、普及程度（知名度）

三、应用领域（需求度）

四、技术基础（成长度）

第二章 冰箱竞争对手调查（定性分析）

第一节 企业一

一、基础联络方式

二、主要产品信息

三、组织员工结构

四、重点销售区域

五、最新产品技术

六、五年发展计划

第二节 企业二

一、基础联络方式

二、主要产品信息

三、组织员工结构

四、重点销售区域

五、最新产品技术

六、五年发展计划

第三节 企业三

- 一、基础联络方式
- 二、主要产品信息
- 三、组织员工结构
- 四、重点销售区域
- 五、最新产品技术
- 六、五年发展计划

第四节 企业四

- 一、基础联络方式
- 二、主要产品信息
- 三、组织员工结构
- 四、重点销售区域
- 五、最新产品技术
- 六、五年发展计划

第五节 企业五

- 一、基础联络方式
- 二、主要产品信息
- 三、组织员工结构
- 四、重点销售区域
- 五、最新产品技术
- 六、五年发展计划

(略)

第三章 冰箱竞争对手调查(定量分析)

第一节 企业1

- 一、冰箱产能统计
- 二、冰箱产量统计
- 三、冰箱销量统计
- 四、产能利用率(开工率)
- 五、冰箱年销售收入
- 六、冰箱市场占有率

第二节 企业2

- 一、冰箱产能统计
- 二、冰箱产量统计

三、冰箱销量统计

四、产能利用率（开工率）

五、冰箱年销售收入

六、冰箱市场占有率

第三节 企业3

一、冰箱产能统计

二、冰箱产量统计

三、冰箱销量统计

四、产能利用率（开工率）

五、冰箱年销售收入

六、冰箱市场占有率

第四节 企业4

一、冰箱产能统计

二、冰箱产量统计

三、冰箱销量统计

四、产能利用率（开工率）

五、冰箱年销售收入

六、冰箱市场占有率

第五节 企业5

一、冰箱产能统计

二、冰箱产量统计

三、冰箱销量统计

四、产能利用率（开工率）

五、冰箱年销售收入

六、冰箱市场占有率

（略）

第四章 冰箱竞争对手竞争力分析（竞争力分析）

第一节 企业A

一、企业盈利能力分析

二、企业偿债能力分析

三、企业运营能力分析

四、企业成长能力分析

第二节 企业B

- 一、企业盈利能力分析
- 二、企业偿债能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业成长能力分析

第三节 企业C

- 一、企业盈利能力分析
- 二、企业偿债能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业成长能力分析

第四节 企业D

- 一、企业盈利能力分析
- 二、企业偿债能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业成长能力分析

第五节 企业E

- 一、企业盈利能力分析
- 二、企业偿债能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业成长能力分析

(略)

第五章 冰箱竞争对手调查(行业地位)

第一节 冰箱市场排名

- 一、按产能排名
- 二、按销量排名
- 三、按产能利用率排名

第二节 冰箱市场集中程度(销售收入)

- 一、前五名市场份额
- 二、前十名市场份额
- 三、市场饱和度分析
- 四、市场垄断度分析
- 五、新企业进入壁垒

第三节 冰箱市场竞争决策

一、技术创新

二、渠道创新

三、产品创新

第六章 冰箱技术创新

第一节 冰箱工艺流程

一、冰箱工艺流程图一

二、冰箱工艺流程图二

第二节 冰箱前沿技术

一、冰箱最新技术

二、冰箱技术淘汰

三、冰箱技术透明度

四、冰箱技术壁垒

五、冰箱技术趋势

第七章 冰箱渠道创新

第一节 重点省份渠道调研

一、广东冰箱销售集散地

二、上海冰箱销售集散地

三、北京冰箱销售集散地

四、江苏冰箱销售集散地

五、浙江冰箱销售集散地

六、河北冰箱销售集散地

七、四川冰箱销售集散地

八、山东冰箱销售集散地

九、河南冰箱销售集散地

十、安徽冰箱销售集散地

第二节 区域渠道潜力

一、竞争对手的强势区域

二、竞争对手的弱势区域

三、开拓新区域的运输成本

四、开拓新区域的运营风险

第三节 区域竞争格局分析

一、主要生产区域

二、主要消费区域

三、主要产消区市场对接分析

第八章 冰箱产品创新

第一节 冰箱产品功能创新

一、冰箱已开发产品功能

二、冰箱未开发产品功能

第二节 冰箱产品对象创新

一、冰箱已开发产品对象

一、冰箱未开发产品对象

第九章 2006-2013年我国冰箱市场供需平衡

第一节 我国冰箱市场供应

一、国内冰箱总产能

二、国内冰箱产量

第二节 我国冰箱市场需求

一、国内冰箱总销量

二、国内冰箱市场容量

第三节 冰箱进出口数据统计

一、进口量统计

二、出口量统计

三、贸易差额

第四节 冰箱国内市场销售分析

一、国内市场销量

二、国家近年鼓励内销

第五节 冰箱内外销对比

第六节 我国冰箱市场供需平衡

第十章 2007-2013年中国冰箱行业数据监测分析

第一节 2007-2013年中国冰箱行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2013年中国冰箱行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节2007-2013年中国冰箱行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2007-2013年中国冰箱行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节2007-2013年中国冰箱行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第十一章 中国冰箱行业区域市场分析

第一节2013年华北地区冰箱行业分析

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2013-2018年市场需求情况分析

四、2013-2018年行业发展前景预测

第二节2013年东北地区冰箱行业分析

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2013-2018年市场需求情况分析

四、2013-2018年行业发展前景预测

第三节2013年华东地区冰箱行业分析

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2013-2018年市场需求情况分析

四、2013-2018年行业发展前景预测

第四节2013年华南地区冰箱行业分析

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2013-2018年市场需求情况分析

四、2013-2018年行业发展前景预测

第五节2013年华中地区冰箱行业分析

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2013-2018年市场需求情况分析

四、2013-2018年行业发展前景预测

第六节2012年西南地区冰箱行业分析

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2013-2018年市场需求情况分析

四、2013-2018年行业发展前景预测

第七节2013年西北地区冰箱行业分析

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2013-2018年市场需求情况分析

四、2013-2018年行业发展前景预测

第十二章 中国冰箱制造行业成本费用分析

第一节 2011-2013年冰箱制造行业产品销售成本分析

一、2011-2013年行业销售成本总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第二节2011-2013年冰箱制造行业销售费用分析

一、2011-2013年行业销售费用总额分析

二、不同规模企业销售费用比较分析

三、不同所有制企业销售费用比较分析

第三节2011-2013年冰箱制造行业管理费用分析

一、2011-2013年行业管理费用总额分析

二、不同规模企业管理费用比较分析

三、不同所有制企业管理费用比较分析

第四节2011-2013年冰箱制造行业财务费用分析

一、2011-2013年行业财务费用总额分析

二、不同规模企业财务费用比较分析

三、不同所有制企业财务费用比较分析

第十三章 中国冰箱产业市场营销策略竞争分析

第一节 不同规模企业市场营销策略竞争分析

一、不同规模企业市场产品策略

二、不同规模企业市场渠道策略

三、不同规模企业市场价格策略

四、不同规模企业广告媒体策略

五、不同规模企业客户服务策略

第二节 不同所有制企业市场营销策略竞争分析

一、不同所有制企业市场产品策略

二、不同所有制企业市场渠道策略

三、不同所有制企业市场价格策略

四、不同所有制企业广告媒体策略

五、不同所有制企业客户服务策略

第十四章 冰箱政策导向及投资风险分析

第一节 冰箱政策

一、“十二五”规划

二、冰箱历史政策

三、冰箱行业标准

四、其他

第二节 冰箱政策风向

一、2014年冰箱政策预测

二、“十三五”冰箱政策预测

第三节 冰箱产业投资风险

一、政策风险

二、技术风险

三、市场风险

四、财务风险

五、经营管理风险

第四节 企业防范措施及策略

第十五章 项目投资注意事项

第一节 行业投资环境考察

一、经济因素

二、政策因素

三、人口因素

四、社会发展因素

第二节 投资风险控制策略

一、充分认识行业投资风险，积极主动应对投资风险

二、建立健全投资风险预警机制

三、建立完善的质量管理体系，提高产品市场竞争力

四、建立健全企业内控机制，降低投资风险的可能性

第三节 技术应用注意事项

第四节 项目投资注意事项

一、注意选择好项目实施团队

二、注意对项目的前期分析

三、注意与企业现有产业相衔接

四、注意与所在地区产业相连接

五、注意与现有营销体系相连接

六、注意对项目投资总额的控制

第五节 生产开发注意事项

一、产品开发与品牌路线相吻合，战线统一

二、开发新产品要差异化，拥有个性

三、注重生产现场管理，精益化生产

第六节 销售注意事项

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201310/98872.html>