

2017-2022年中国冰箱市场 调研及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国冰箱市场调研及投资前景研究报告》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.cction.com/report/201709/142070.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

2016年1-10月我国多门冰箱零售量占比为19.0%，较2015年同期增加6.1pct；对开门冰箱零售量占比为14.4%，较2015年同期增加2.1pct；250升以上大容量冰箱零售量占比为50.9%，较2015年同期增加10.3pct。变频冰箱零售量占比为26.4%，较2015年同期增加8.7pct；风冷冰箱零售量占比为51.4%，较去年同期增加14.8pct；电脑温控冰箱零售量占比为58.9%，较去年同期增加11.5pct。此外，3000元以上高价格段冰箱的零售量占比也同比提升2.4pct至42.1%。我们认为，随着消费者购买能力的提升以及消费理念的改变，冰箱行业消费升级的趋势将进一步延续。

2016年1-9月我国家用冰箱内销量同比增长率

2016年1-9月我国家用冰箱外销量同比增长率

中企顾问网发布的《2017-2022年中国冰箱市场调研及投资前景研究报告》共十章。首先介绍了冰箱相关概念及发展环境，接着分析了中国冰箱规模及消费需求，然后对中国冰箱市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国冰箱面临的机遇及发展前景。您若想对中国冰箱有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 家电行业整体发展情况分析1

第一节 中国家电行业发展情况分析1

一、2016年家电经济运行分析1

二、2016年家电产品出口市场分析3

三、2016年白色家电市场现状分析4

第二节 2016年中国白色家电发展特征分析7

第三节 2016年中国家电行业发展预测8

一、2016年中国家电行业发展预测8

二、2016年中国家电流行趋势分析10

第二章 中国冰箱行业市场发展情况分析15

第一节 2012-2016年中国冰箱市场发展情况回顾15

- 一、总体市场规模变化情况分析15
- 二、品牌格局与集中度变化情况分析16
- 三、产品结构分化趋势情况分析18
- 四、高端市场中外品牌竞争情况分析21
- 五、三、四级市场低端品牌竞争情况分析23
- 六、上游产业发展情况分析24

第二节 2016年中国冰箱市场发展情况分析27

- 一、2016年冰箱行业市场概述27
- 二、冰箱旺季市场发展状况28
- 三、冰箱用户消费主题分析30
- 四、中国冰箱业的市场危机分析33

第三节 2016年中国冰箱产品关注度排行分析36

- 一、2016年冰箱最受用户关注产品排行36
- 二、2016年冰箱最受用户关注厂商排行38
- 三、2016年冰箱市场价格监测41

第四节 2016年中国冰箱行业流行分析44

- 一、保鲜是消费热点44
- 二、节能推动变频技术发展47
- 三、大容量冰箱受青睐47
- 四、彩板、豪华成为冰箱市场主角48

第五节 冰箱压缩机行业发展情况分析51

一、2016年冰箱压缩机行业发展现状51

压缩机是冰箱和冰柜制冷系统中最为重要的零部件。根据统计，2015年我国冰箱压缩机产量约为1.237亿台，同比增长3%，2013-2015年最近三年的复合增长率为3.8%。2015年销量达到1.245亿台，同比增长1.5%，最近三年的复合增长率为4.4%；其中内销8644万台，单比约70%，出口3806万台，单比约30%；冰箱压缩机产业的产销率基本维持在100%左右。

我国冰箱压缩机行业产销量约1.2亿台

- 二、2016年压缩机行业市场竞争分析52
- 三、2016年冰箱压缩机产能变化分析54

四、2016年冰箱压缩机新标准或实施57

第三章 2012-2016年中国冰箱行业经济运行数据分析61

第一节 2012-2016年冰箱产量统计数据61

2016年全国家用电冰箱行业完成累计产量9,238.33万台，同比增长4.64%。比重主要集中在安徽省、广东省、江苏省、山东省、浙江省、湖北省、河南省、贵州省、辽宁省、重庆市、其它等地区。其中：安徽省完成累计产量3058.8万台(占33.11%)，同比增长5.84%；广东省完成累计产量2135.51万台(占23.12%)，同比增长8.34%；江苏省完成累计产量945.75万台(占10.24%)，同比增长-4.08%；山东省完成累计产量883.42万台(占9.56%)，同比增长1.23%；浙江省完成累计产量797.74万台(占8.64%)，同比增长15.82%；湖北省完成累计产量392.06万台(占4.24%)，同比增长36.33%；河南省完成累计产量283.74万台(占3.07%)，同比增长-15.37%；贵州省完成累计产量146.99万台(占1.59%)，同比增长-15.59%；辽宁省完成累计产量145.74万台(占1.58%)，同比增长-0.92%；重庆市完成累计产量144.16万台(占1.56%)，同比增长-19.81%；其它完成累计产量304.42万台(占3.3%)，同比增长2.63%。

2016年全国家用电冰箱产量地区占比情况

第二节 2012-2016年冰箱行业经济指标分析62

一、2012-2016年家用制冷电器具制造业全国经济指标62

二、2012-2016年家用制冷电器具制造分地区经济指标65

第三节 2012-2016年中国冰箱进口统计数据68

一、2012-2016年冷藏箱、冷冻箱进口统计数据68

二、2012-2016年冰箱按一般贸易进口统计数据70

第四节 2012-2016年中国冰箱出口统计数据74

2017年1月中国冰箱出口量统计表单位：千美元 商品名称 计量单位 01月 1至01月累计 比去年同期±% 累计比去年同期±% 数量 金额 数量 金额 数量 金额 数量 金额
金额 冰箱 万台 356 454,618 356 454,618 18.1 17.6 18.1 17.6

一、2012-2016年冷藏箱、冷冻箱出口统计数据74

二、2012-2016年冰箱按一般贸易出口统计数据77

三、中国冰箱出口品牌转变分析79

四、中国对罗马尼亚冰箱出口分析80

五、中国对希腊电冰箱出口分析82

第四章 2016年中国冰箱行业发展预测87

第一节 2016年冰箱行业宏观环境分析87

一、2016年中国经济发展分析87

二、2016年中国经济发展预测88

三、2016年世界经济发展预测90

第二节 2016年冰箱行业政策环境分析94

一、国家颁布禁氟令94

二、家用冰箱可再生利用国家标准97

三、2016年影响冰箱业发展的因素99

四、2016年实施冰箱新能效标准100

第三节 2016年中国冰箱市场发展情况及预测103

一、当前冰箱行业增长主要的增量市场分析103

二、2016年冰箱最受用户关注产品排行104

三、2016年元旦冰箱市场亮点分析106

四、2016年中国冰箱行业发展预测109

第四节 2016年中国冰箱产品发展趋势分析112

一、美容冰箱发展趋势112

二、走向环保与智能114

三、艺术冰箱发展趋势117

四、消费的两极化趋势119

第五章 2016年冰箱行业分季度市场状况122

第一节 2016年第三季度冰箱市场分析122

一、2016年冰箱市场概述122

二、2016年冰箱市场结构125

三、2016年冰箱市场价格127

第二节 2016年二季度中国冰箱市场分析129

一、2016年二季度冰箱市场概述129

二、2016年二季度冰箱市场结构131

三、2016年二季度中国冰箱市场价格132

第三节 2016年第三季度中国冰箱市场分析135

- 一、2016年三季度冰箱市场概述135
- 二、2016年三季度冰箱市场结构136
- 三、2016年三季度冰箱价格分析138
- 第四节 2016年第四季度中国冰箱市场分析142
- 一、2016年四季度冰箱市场概述142
- 二、2016年四季度冰箱市场结构145
- 三、2016年四季度冰箱价格分析147

第六章 冰箱细分市场发展分析150

第一节 对开门冰箱150

- 一、中国对开门冰箱市场发展回顾150
- 二、对开门冰箱呈良好增长态势的因素153
- 三、2016年中国对开门冰箱销量情况155
- 四、2016年中国对开门冰箱市场格局156
- 五、对开门冰箱市场前景分析158

第二节 三开门冰箱162

- 一、2016年多门冰箱市场发展状况162
- 二、2016年对开门、多门冰箱市场发展预测165

第三节 迷你冰箱168

- 一、2016年中国迷你冰箱市场发展现状168
- 二、2016年中国迷你冰箱利润情况分析170
- 三、2016年中国迷你冰箱品牌市场份额分析173
- 四、迷你冰箱市场前景与策略175

第七章 中国农村冰箱市场178

第一节 农村冰箱市场概述178

- 一、农村市场细分标准的选择178
- 二、农村市场细分结构分析181
- 三、农村消费市场特点183
- 四、农村冰箱市场存在的问题184

第二节 中国农村冰箱市场的“过去、现在、未来”187

- 一、过去：中小厂家丛生并占领市场187

- 二、现在：大品牌幡然醒悟欲全面围剿188
- 三、未来：风云突变牵动整体格局190
- 第三节 开拓农村家电市场的营销策略分析194
 - 一、市场调研194
 - 二、目标市场197
 - 三、产品开发199
 - 四、营销渠道200
 - 五、宣传促销202
 - 六、销售服务205
 - 七、生产基地207

第八章 中国冰箱市场竞争格局分析210

第一节 2016年中国冰箱行业竞争格局分析210

- 一、2016年冰箱市场竞争格局分析210
- 二、国产品牌迅速增长213
- 三、新生力量崛起215
- 四、企业瞄准高端市场216
- 五、2016年电冰箱分城市规模品牌占有率218

第二节 2016年中国冰箱行业竞争焦点222

- 一、冰箱业转攻保鲜概念222
- 二、差异化竞争激烈225
- 三、高端品牌战兴起227

第三节 2016年冰箱企业竞争现状229

- 一、冰箱行业“四大家族”或面临新变局229
- 二、美的冰箱领跑行业增长231
- 三、海尔冰箱加速全球化品牌战略232
- 四、威王进军冰箱产业234
- 五、新飞联西安交大引领技术升级237

第九章 冰箱行业优势企业分析241

第一节 海尔241

- 一、公司简介241

- 二、公司冰箱战略243
- 三、2012-2016年公司财务数据分析244
- 四、2017-2022年公司发展展望与策略246
- 第二节 海信250
 - 一、公司简介250
 - 二、公司冰箱发展方向253
 - 三、公司品牌管理策略255
 - 四、2012-2016年公司财务数据分析256
 - 五、2017-2022年公司发展展望与策略258
- 第三节 新飞262
 - 一、公司简介262
 - 二、公司冰箱发展优势265
 - 三、公司冰箱发展策略267
- 第四节 美菱269
 - 一、公司简介269
 - 二、公司冰箱发展目标271
 - 三、公司冰箱第四次革命272
 - 四、2012-2016年公司财务数据分析274
 - 五、2017-2022年公司发展展望与策略277
- 第五节 美的280
 - 一、公司简介280
 - 二、公司冰箱发展优势282
 - 三、2012-2016年公司财务数据分析285
 - 四、2017-2022年公司发展展望与策略287
- 第六节 康佳289
 - 一、公司简介289
 - 二、公司冰箱的体育营销策略291
 - 三、公司冰箱产能扩充分析292
 - 四、2012-2016年公司财务数据分析294
 - 五、2017-2022年公司发展展望与策略297
- 第七节 伊莱克斯300
 - 一、公司简介300

二、公司策略调整分析	302
三、公司冰箱新产品分析	305
第八节 西门子	308
一、公司简介	308
二、2016年公司经营况况	310
三、2017-2022年公司冰箱发展状况	313
第九节 LG	316
一、公司概况	316
二、公司冰箱的优势	318
三、公司冰箱的艺术策略	321
第十节 三星	324
一、公司简介	324
二、公司冰箱发展优势	326
三、公司的营销策略	329
第十章 2017-2022年冰箱行业发展策略分析	333 (ZY LT)
第一节 国产冰箱主要品牌产品策略分析	333
一、海尔冰箱产品策略分析	333
二、美菱冰箱产品策略分析	335
三、容声冰箱产品策略分析	336
四、新飞冰箱产品策略分析	338
五、美的冰箱产品策略分析	341
第二节 外资冰箱主要品牌产品策略分析	344
一、西门子冰箱产品策略分析	344
二、LG冰箱产品策略分析	346
三、松下冰箱产品策略分析	349
四、东芝冰箱产品策略分析	351
五、三星冰箱产品策略分析	352
第三节 冰箱业建设全球化品牌策略分析	355
第四节 中国冰箱业营销渠道分析	356
一、中国冰箱营销渠道的演变	356
二、中国冰箱营销渠道特征	358

- 三、中国冰箱营销渠道的变化361
- 第五节 中国电冰箱服务业的竞争策略364
 - 一、提高技术水平形成竞争实力364
 - 二、利用本土文化优势提高信誉度366
 - 三、完善管理信息系统提高物流调控369
 - 四、加强行业管理与组建服务集团371

图表目录：

- 图表：2014-2016年家用电器行业累计工业总产值增长情况
 - 图表：2014-2016年家用电器制造业主要产品产量
 - 图表：2014-2016年家用电子产品制造业主要产品产量
 - 图表：2014-2016年家用电器行业、累计销售产值增长情况377
 - 图表：2014-2016年家用电器行业出口交货值增长情况
 - 图表：2014-2016年家用电器主要产品出口
 - 图表：2014-2016年家用电子主要产品出口
 - 图表：2014-2016年家用电器行业不同规模企业工业增长情况
 - 图表：2014-2016年家用电器行业不同所有制企业工业增长情况
 - 图表：2014-2016年家用电器行业不同所有制企业工业增长情况
 - 图表：2014-2016年主要家电产品出口量
 - 图表：2001-2016年城镇居民家庭平均每百户冰箱、空调、洗衣机产品拥有量386
 - 图表：2016年冰箱、空调、洗衣机产品中品牌零售量市场份额389
 - 图表：2001-2016年冰、洗、空高端市场中外品牌市场份额391
 - 图表：青睐产品概念的消费者对空调主要产品概念的认知度
 - 图表：青睐产品概念消费者对冰箱主要产品概念的认知度
 - 图表：消费者预期购买冰箱、空调、洗衣机产品主要关注因素394
 - 图表：空调市场主要品牌预期购买率与市场占有率比较
 - 图表：一、二级市场的电冰箱销售渠道构成（%）398
- 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201709/142070.html>