



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年冰箱市场评估及投资前景评估研究报告

一、调研说明

《2013-2017年冰箱市场评估及投资前景评估研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/218610.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

在家电下乡、家电以旧换新等政策的影响下，冰箱市场的购买力得到有效扩张，冰箱市场的销售规模有了高速增长。2011年以来，国内冰箱产能持续扩张。海尔、美的、美菱、海信等白电巨头都纷纷加大了冰箱的产能，志高、康佳、创维等此前并未涉及到冰箱产品的白电企业也加入到了冰箱市场的竞争。2011年1-12月，全国家用电冰箱的产量达8699万台，比2010年增长了20.33%。2012年上半年，全国家用电冰箱的产量为4145.4万台。

近年来，我国冰箱行业成功跨越节能升级、制冷剂替代等技术门槛，开始步入产品升级期。由产品升级引发的产业升级，将给冰箱企业带来更多的机遇，同时也为冰箱企业重新构建竞争格局提供良机。长期来看，支撑冰箱行业高速增长主要驱动因素包括：三四级市场蕴含着很大的消费潜力、城镇化进程持续推进及出口市场逐步恢复。预计未来几年，中国冰箱行业仍将保持平稳增长。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年冰箱市场评估及投资前景评估研究报告》共十二章。首先介绍了中国家电行业发展概况，接着分析了中国冰箱行业发展环境，然后对中国冰箱行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国冰箱行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国冰箱行业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 中国家电行业发展概况

第一节 中国家电行业发展总体概况

- 一、我国家电行业30年历程回顾
- 二、国家政策促进家电业的良性发展
- 三、家电行业步入节能环保新时代
- 四、家电行业的发展特点

第二节 2010-2012年中国家电行业的发展

- 一、2010年我国家电行业发展简况
- 二、2010年我国家电下乡实施成效

三、2011年我国家电行业的发展

四、2012年我国家电行业运行现状

第三节 2011-2012年中国家电行业竞争分析

一、家电市场竞争升级主打服务战

二、家电下乡或将改变农村家电市场格局

三、家电行业在竞争中成长

四、中国家电制造市场竞争战略的综述

五、提升中国家电业核心竞争能力的对策

第四节 2011-2012年中国家电行业存在的问题及对策

一、我国家电行业发展的突出问题

二、我国家电品牌发展面临的困难

三、我国家电品牌发展战略分析

四、促进我国家电行业转型升级的政策措施

五、中国家电行业应对欧盟"绿色壁垒"的对策

第二章 2011-2012年中国冰箱市场发展分析

第一节 中国冰箱市场发展概况

一、中国冰箱市场的发展阶段

二、影响冰箱产业发展的因素分析

三、中国冰箱产业逐步向上游扩容

四、中国冰箱行业整合趋势明显

五、国产冰箱产业全面进攻个性高端市场

第二节 2010-2012年中国冰箱行业运行分析

一、2010年中国冰箱市场发展态势

二、2010年我国冰箱行业销售情况

三、2011年我国冰箱行业运行状况

四、2012年我国冰箱行业运行状况

第三节 2011-2012年中国冰箱市场品牌的发展

一、2010年中国冰箱市场品牌分析

二、2011年国内冰箱市场品牌分析

三、2012年国内冰箱市场品牌分析

四、中国冰箱行业品牌发展趋势分析

第四节 2011-2012年冰箱市场消费分析

- 一、冰箱市场消费者行为分析
- 二、中国冰箱市场的消费热点
- 三、中国冰箱消费市场特征
- 四、中国冰箱市场显现"趋优消费"特征
- 五、节能减排成为冰箱消费重要因素

第五节 2011-2012年中国冰箱市场存在的问题及对策

- 一、本土高端品牌冰箱难获消费者钟爱
- 二、国产冰箱存在市场短板
- 三、中国冰箱行业面临四大发展隐患
- 四、中国冰箱产业发展的突破口

第三章 中国家用制冷电器具制造行业相关经济数据分析

第一节 2009-2011年中国家用制冷电器具制造行业总体数据分析

- 一、2009年中国家用制冷电器具制造行业全部企业数据分析
- 二、2010年中国家用制冷电器具制造行业全部企业数据分析
- 三、2011年中国家用制冷电器具制造行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国家用制冷电器具制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2009年中国家用制冷电器具制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2010年中国家用制冷电器具制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2011年中国家用制冷电器具制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国家用制冷电器具制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2009年中国家用制冷电器具制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2010年中国家用制冷电器具制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2011年中国家用制冷电器具制造行业不同所有制企业数据分析

第四章 2010-2012年中国冰箱产品产量数据分析

第一节 2010年-2012年全国及主要省份家用电冰箱产量分析

- 一、2010年全国及主要省份家用电冰箱产量分析
- 二、2011年全国及主要省份家用电冰箱产量分析
- 三、2012年全国及主要省份家用电冰箱产量分析

第二节 2010年-2012年全国及主要省份家用冷柜（家用冷冻箱）产量分析

- 一、2010年全国及主要省份家用冷柜（家用冷冻箱）产量分析
- 二、2011年全国及主要省份家用冷柜（家用冷冻箱）产量分析
- 三、2012年全国及主要省份家用冷柜（家用冷冻箱）产量分析
- 第三节 2010年-2012年全国及主要省份商用冷藏展示柜产量分析
- 一、2010年全国及主要省份商用冷藏展示柜产量分析
- 二、2011年全国及主要省份商用冷藏展示柜产量分析
- 三、2012年全国及主要省份商用冷藏展示柜产量分析

第五章 2011-2012年中国农村冰箱市场发展分析

第一节 2011-2012年中国农村冰箱市场的发展

- 一、中国农村冰箱市场开始启动
- 二、家电下乡农村冰箱市场发展分析
- 三、高端冰箱在农村市场发展势头上升
- 四、家电下乡中农村冰箱市场竞争格局
- 五、我国农村冰箱市场竞争升级

第二节 2011-2012年主要冰箱企业对农村市场的开拓

- 一、海尔冰箱在农村市场表现突出
- 二、美菱冰箱对农村市场的拓展
- 三、容声冰箱积极把握家电下乡机遇
- 四、索伊冰箱大力开拓农村市场
- 五、新飞冰箱农村市场销售情况

第三节 2011-2012年中国农村冰箱市场发展存在的问题及对策

- 一、中国农村冰箱市场存在的风险
- 二、冰箱进攻农村市场需整合资源
- 三、冰箱进攻农村市场需解决产品问题
- 四、冰箱进攻农村市场需解决品牌推广问题
- 五、冰箱进攻农村市场需解决售后服务问题
- 六、进攻农村冰箱市场对三级市场的开发策略

第六章 冰箱细分品种的分析

第一节 对开门冰箱

- 一、法式对开门冰箱国际市场受青睐

- 二、中国对开门冰箱市场发展状况
- 三、中国高端对开门冰箱市场份额上升
- 四、中国对开门冰箱市场"价格战"分析
- 五、未来中国对开门冰箱市场增长态势看好

第二节 三开门冰箱

- 一、巨头推动三开门冰箱步入市场井喷期
- 二、我国三开门冰箱市场日渐火爆
- 三、2010年传统三开门冰箱市场份额遭新品种冲击

第三节 小冰箱

- 一、小冰箱的概述
- 二、中国迷你冰箱市场发展状况
- 三、小冰箱外型独特占据市场商机
- 四、面对欧盟环保令小冰箱出口有隐忧
- 五、浅析小冰箱市场前景

第四节 高端冰箱

- 一、我国高端冰箱市场发展速度加快
- 二、我国高端冰箱市场价格运行态势简析
- 三、我国高端冰箱市场竞争状况综述
- 四、中国冰箱企业开拓高端领域存在的问题及对策

第五节 变频冰箱

- 一、变频冰箱的概念
- 二、我国变频冰箱市场运行综述
- 三、我国变频冰箱市场发展面临的困难

第六节 车载冰箱

- 一、车载冰箱的主要种类
- 二、中国车载冰箱市场状况
- 三、中国车载冰箱市场亟待预热

第七章 2011-2012年国外重点企业发展分析

第一节 西门子

- 一、公司简介
- 二、西门子冰箱零度保鲜技术不断进步

三、西门子冰箱大范围降价促销及其原因

四、西门子真空零度冰箱全线产品上市

第二节 伊莱克斯（ELECTROLUX）

一、公司简介

二、伊莱克斯的战略性营销变革

三、伊莱克斯冰箱新品提升"容积率"

四、伊莱克斯冰箱在华发展的三大举措分析

第三节 松下电器

一、公司简介

二、对于松下品牌策略改变的思考

三、松下冰箱在华品牌策略分析

四、松下冰箱在华发展战略

五、松下冰箱抢占高端冰箱市场

第四节 三星集团

一、公司简介

二、三星冰箱在华品牌策略分析

三、三星在华推出AW3系列多门冰箱

四、三星冰箱凸显科技取胜之道

第八章 我国冰箱行业重点企业分析

第一节 青岛海尔股份有限公司

一、公司简介

二、2010年青岛海尔经营状况分析

三、2011年青岛海尔经营状况分析

四、2012年青岛海尔经营状况分析

五、海尔进一步改写世界冰箱产业发展格局

第二节 合肥美菱股份有限公司

一、公司简介

二、2010年美菱电器经营状况分析

三、2011年美菱电器经营状况分析

四、2012年美菱电器经营状况分析

五、美菱冰箱领跑制冷业高速发展

第三节 海信科龙电器股份有限公司

一、公司简介

二、2010年1-12月科龙电器经营状况分析

三、2011年1-12月科龙电器经营状况分析

四、2012年1-6月科龙电器经营状况分析

五、科龙冰箱营销战略的综述

第四节 河南新飞电器有限公司

一、公司简介

二、新飞冰箱引领行业技术发展潮流

三、新飞冰箱借下乡政策"东风"促进自身发展

四、新飞电器冰箱产品销售特点

五、新飞电器冰箱产品销售现状

六、新飞电器率先推出太阳能冰箱

第九章 2011-2012年冰箱市场营销分析

第一节 家电营销渠道分析

一、中国家电渠道的发展演变

二、中国家电渠道的演变动因

三、中国家电企业销售渠道种类特点及选择

四、我国家电网购渠道迅速发展

五、家电网购渠道发展面临的主要问题

六、中国家电渠道的发展趋势

第二节 冰箱营销渠道总体概况

一、中国冰箱营销渠道的演变

二、我国冰箱营销渠道发展概况

三、我国农村市场冰箱营销的渠道分析

四、美菱冰箱携手国外连锁创新营销渠道

五、中国冰箱营销渠道的趋势

第三节 中国冰箱营销渠道对比分析

一、区域多家代理制模式

二、区域总代理制模式

三、直供分销模式

第四节 冰箱行业营销策略

- 一、中国冰箱行业营销策略分析
- 二、重点冰箱品牌的营销策略
- 三、国内冰箱市场的价格策略
- 四、冰箱企业日益重视服务营销战略

第十章 2011-2012年冰箱市场竞争分析

第一节 冰箱市场总体竞争格局

- 一、我国冰箱市场格局分析
- 二、我国冰箱高端市场内外资品牌的较量
- 三、城市冰箱市场品牌竞争格局分析

第二节 冰箱市场竞争状况

- 一、冰箱市场竞争格局分析
- 二、冰箱市场高端产品竞争势态汹涌
- 三、冰箱市场二三线品牌面临洗牌

第三节 冰箱行业的技术竞争

- 一、冰箱变频化成国内市场竞争大热门
- 二、中国冰箱保鲜技术从单门冷藏到变频保鲜
- 三、冰箱市场节能技术较量不断升级

第十一章 2011-2012年冰箱相关产业发展分析

第一节 冰箱压缩机

- 一、2010年国内冰箱压缩机市场需求旺盛
- 二、2011年国内冰箱压缩机市场需求状况
- 三、2012年我国冰箱压缩机市场发展分析
- 四、高能效引导冰箱压缩机行业产品升级
- 五、我国主要冰箱压缩机企业发展策略简析

第二节 制冷剂

- 一、制冷剂的定义及性能要求
- 二、制冷剂的分类及特性
- 三、制冷剂的发展阶段
- 四、我国制冷剂市场运行状况

第十二章 冰箱行业的发展前景趋势

第一节 家电行业前景展望

- 一、家电行业发展潜力分析
- 二、我国家电行业未来发展格局
- 三、家电行业未来发展趋势分析
- 四、营养小家电未来市场前景广阔

第二节 冰箱行业发展趋势分析

- 一、冰箱行业的发展趋势及扩展方向
- 二、太阳能冰箱研究及应用前景分析
- 三、未来冰箱市场发展态势探讨
- 四、我国冰箱行业未来发展形势探讨
- 五、2013-2017年中国冰箱行业预测分析

通过《2013-2017年冰箱市场评估及投资前景评估研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/218610.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。