



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年中国电冰箱行业研究年度报告

一、调研说明

《2007-2008年中国电冰箱行业研究年度报告》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/42337.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

2007年，随着《国务院关于加强节能工作的决定》和《国务院关于印发节能减排综合性工作方案的通知》两个文件颁发，政府将选择部分节能效果显著、性能比较成熟的产品，予以强制采购，此次节能采购将成为推动家电行业产品节能技术进步的源泉和动力，对家电企业来说是一大利好；“禁氟令”实施、家电进口关税的下调，将对国内空冰箱、冷柜等制冷企业产生直接影响。此外，电冰箱新能效标准将在2007年年底颁布实施，环保和节能将成为电冰箱行业发展的重要指标。

近年来，随着我国家庭电冰箱进入更新换代期、对开门、多开门等高端冰箱市场需求的快速增长，以及新购电冰箱的消费者增加，电冰箱产销喜人；在销量节节攀升的情况下，由于原材料涨价、市场供应短缺、产品升级等因素，电冰箱均价也水涨船高；不同容积段冰箱销售呈两极分化趋势，呈两头大、中间小的趋势。

随着国内冰箱市场竞争的日益激烈，尤其是随着节能、环保这些诉求的满足，人们消费理念愈发提升，对新鲜、健康优质生活的需求和追求不断提高，消费者更加青睐保鲜冰箱，消费趋向的改变将推动电冰箱压缩机、保鲜技术的进一步升级。此外，近年来电冰箱作为陈设的意义被广泛关注，将促使厂商在电冰箱面板及外观上加大研发力度，豪华时尚化、家居化，注重外观与视觉效果的现代电冰箱无疑随之受到青睐。

【 目录 】

一、行业简介 7

(一) 行业定义及范围界定 7

1、行业界定及分类 7

2、产业链 7

(二) 发展历史回顾 8

1、萌芽期（1979年-1983年） 8

2、第一个高速发展期（1984年-1988年） 8

3、调整期（1989年-1993年） 9

4、第二个高速发展期（1994年-至今） 9

二、宏观环境分析 10

（一）政策法律分析 10

- 1、《家用和类似用途电器噪声限值》 10
- 2、强制采购节能产品为家电行业带来利好 11
- 3、“禁氟令”点燃家电行业的环保热潮 11
- 4、家电进口关税税率下调，不会影响家电行业整体格局 11
- 5、电冰箱新能效标准将颁布实施 12

（二）经济分析 13

- 1、经济增长 13
- 2、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 13
- 3、城镇人员就业状况 14
- 4、存贷款利率变化 15
- 5、财政收支状况 16
- 6、人民币汇率变化 18

（三）技术分析 18

- 1、电冰箱技术发展历程 18
- 2、电冰箱技术发展趋势 19

（四）社会分析 21

- 1、人口规模分析 21
- 2、年龄结构分析 21
- 3、学历结构分析 22

三、市场分析 24

（一）市场规模 24

- 1、电冰箱产量市场规模 24
- 2、电冰箱内外销市场规模 24
- 3、高端电冰箱市场规模 26
- 4、压缩机市场规模 27

（二）价格分析 28

（二）产品结构 29

- 1、按容积段分 29
- 2、按门数分高端冰箱产品结构 30
- （三）市场结构 31
- 1、华东、华南区域 31
- 2、华北、华中区域 31
- 3、东北区域 32
- 4、西南、西北区域 32
- （四）品牌市场结构 32
- （六）市场特征 34

四、市场竞争分析 35

- （一）集中度分析 35
- 1、集中度分析 35
- 2、集中度状态描述及趋势 35
- （二）价值链分析 35
- （三）行业生命周期分析 36

五、主要厂商分析 39

- （一）青岛海尔集团公司 39
- 1、公司简介 39
- 2、经营分析 39
- 3、财务分析 41
- （二）西门子(中国)有限公司 44
- 1、公司简介 44
- 2、营销策略 44
- （三）河南新飞电器有限公司 45
- 1、公司简介 45
- 2、新飞白电发展策略 46
- （四）合肥美菱股份有限公司 48
- 1、公司简介 48
- 2、媒体广告分析 48
- 3、产品服务策略分析 48

4、经营分析	49
3、财务分析	51
（五）海信科龙电器股份有限公司	53
1、公司简介	53
3、经营分析	54
3、财务分析	56
六、行业发展趋势分析	60
（一）行业发展趋势	60
1、产品发展趋势	60
2、技术发展趋势	60
（二）行业规模预测	61
（三）行业结构预测	65
七、行业发展策略建议	66
（一）产品策略	66
1、对城市消费者	66
2、对农村消费者	66
（二）价格策略	67
（三）渠道策略	67
（四）促销策略	68
1、制定针对农村市场的促销方式，引导农村冰箱消费潮流	68
2、推出农村消费者喜爱的宣传广告	68
3、建立全新的服务理念	68
(五) 行业投资机会建议	69

表目录

表 1 GB 19606中电冰箱噪声限值	10
表 2 2002-2006年电冰箱行业市场集中度	35
表 3 产业生命周期主要特征列表	37
表 4 部分企业现金净流量与净利润状况	38
表 5 权威机构对未来五年内GDP 的预测	63

表 6 2007年-2011年国内生产总值预测值	64
表 7 2007-2011年中国电冰箱销售收入预测	64
表 8 2007年-2011年不同容积段电冰箱销售收入比重预测值	65
表 9 2007年-2011年不同容积段电冰箱销售收入销售预测值	单位：万元 65

图目录

图 1 电冰箱产业链	7
图 2 2002-2006年中国国内生产总值及增长情况	13
图 3 2002-2006年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数	14
图 4 2004-2006年中国城镇就业人员数量	14
图 5 1997-2007年中国存款利率变动情况	15
图 6 1997-2007年中国贷款利率变动情况	16
图 7 2001-2006年中国财政收支状况	17
图 8 2001-2006年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重	17
图 9 2001-2005年中国财政收支结构	18
图 10 1986-2006年中国人口数量与增长率情况	21
图 11 2006年末中国人口年龄结构	21
图 12 2005年末中国学历结构	22
图 13 2001-2006年我国电冰箱产量及增长率变化图	24
图 14 2002-2006年电冰箱内销走势图	25
图 15 2002-2006年电冰箱出口走势图	25
图 16 2005年1月-2006年12月我国高端电冰箱规模走势（按零售额）	26
图 17 2002-2006年我国压缩机进口量及增长率变化图	27
图 18 2002-2006电冰箱平均价格走势图	28
图 19 2002-2006年不同容积段销量结构变化图	29
图 20 2005年1月-2006年12月我国高端电冰箱市场不同门数冰箱零售份额走势	30
图 21 2003-2006年电冰箱市场结构（按销售收入）	31
图 22 2007年1-5月品牌市场结构（按零售量）	32
图 23 2007年1-5月品牌市场结构（按零售额）	33
图 24 电冰箱产业链	36
图 25 2000年-2005年青岛海尔主营营业收入及其增长率变化情况	40
图 26 青岛海尔主营业务收入产品结构变化情况	40

图 27 青岛海尔主营业务收入区域结构变化情况	41
图 28 2007年上半年与2006年上半年青岛海尔获利能力比较	41
图 29 2007年上半年与2006年上半年青岛海尔偿债能力比较	42
图 30 2007年上半年与2006年上半年青岛海尔营运能力比较	43
图 31 2007年上半年与2006年上半年青岛海尔发展能力比较	43
图 32 2001年-2005年美菱电器主营营业收入及其增长率变化情况	49
图 33 美菱电器电冰箱主营营业收入	50
图 34 美菱电器主营业务收入区域结构变化情况	50
图 35 2007年上半年与2006年上半年美菱电器获利能力比较	51
图 36 2007年上半年与2006年上半年美菱电器偿债能力比较	51
图 37 2007年上半年与2006年上半年美菱电器营运能力比较	52
图 38 2007年上半年与2006年上半年美菱电器发展能力比较	53
图 39 2001年-2005年科龙主营营业收入及其增长率变化情况	55
图 40 科龙主营业务收入产品结构变化情况	55
图 41 科龙主营业务收入区域结构变化情况	56
图 42 2007年上半年与2006年上半年科龙获利能力比较	56
图 43 2007年上半年与2006年上半年科龙偿债能力比较	57
图 44 2007年上半年与2006年上半年科龙营运能力比较	58
图 45 2007年上半年与2006年上半年科龙发展能力比较	58
图 46 电冰箱销售收入与GDP的相关图	61
图 47 电冰箱销售收入与社会人口总数的相关图	62
图 48 电冰箱销售收入与居民消费水平的相关图	62

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42337.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提供专业投资咨询报告、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。