



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国冰箱行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国冰箱行业市场分析及发展趋势研究报告》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/42814.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

内容简介

纵观国产冰箱发展的历程，我们可以看到向节能的倾斜是冰箱进入保鲜山穷水尽之际的一个选择，在技术不能实现飞跃、生产线难以更新的情况下，转移消费者视线显然要轻松得多。相对国内的舍本逐末之举，国外厂家对保鲜性能的坚持开创值得我们学习。面对洋品牌越来越凌厉的技术攻势，中国冰箱企业将会怎样接招，令人担忧也令人期待。但我们不能忽视的是，如果国内冰箱企业不能在以保鲜为主题的高端市场迎头赶上，形成有力的国产品牌阵营，一直在冰箱市场占优势的国产冰箱，将在未来高端冰箱市场上沉默，这意味着我们失去的不仅是产品发展话语权，还包括高额的利润。据调查研究，在未来3年有冰箱购买意向的消费者中，有92.3%的人表示未来将购买节能冰箱。未来几年有80%的消费者愿意购买以节能为主流发展趋势的冰箱产品。

2005年，中国冰箱行业在几大品牌大股东易主的风口浪尖将落下帷幕，首先是TCL集团与日本东芝宣布在冰洗领域深度合作，并在广东南海成立了合资公司，快速切入冰洗市场；与此同时，格林柯尔制冷王国的分崩离析，海信接手科龙，深入冰箱领域；另外，四川长虹一举收购美菱电器，开始进军冰箱、冷柜业务，成为白电行业新的追逐者。一系列的变化，使一度并称中国冰箱业“四大家族”的海尔、新飞、科龙、美菱的座次发生巨大调整。

中国冰箱行业在经历了多年来的稳步、持续发展后，终于在今年迎来了由资本运作主导下的行业大变革。传统的四大家族已经不复存在，以西门子、东芝、LG、三星、伊莱克斯为代表的外资企业通过积极的资本运作，在国内众多企业纷纷上演“国退民进”大戏之际，实现了资本对中国冰箱行业的二次重组，可以预见，随着国外资本的全面介入，在外资企业掌握了中国冰箱业的部分话语权之后，中国冰箱业将首次面临国内品牌与国外品牌的正面竞争，本土与外资企业之间的较量将成为未来几年市场争夺的焦点。

2006年，上有原材料的涨势汹汹，下有家电连锁渠道的强势话语权，外有欧盟两指令全面实施在即，内有产能过剩问题，作为我国最成熟行业的电冰箱行业又会有什么变化呢？受困于低端产品的价格战和低利润的现实，纷纷转战高端市场，是海尔引领下本土企业杀出重围，还是洋品牌慢慢侵蚀冰箱业蛋糕呢？三四级市场又能否如所愿呢？

本研究咨询报告依据国家统计局、国家海关总署、中国家电协会、国务院发展研究中心、国内外相关报纸杂志的信息以及我司对京津地区、珠江三角洲、长江三角洲等地区的市场调查获得的第一手资料，对我国冰箱行业的市场规模与前景、供给与需求状况、销售情况、从业企业以及国家相关产业政策等进行了分析，并重点分析了冰箱市场的产销态势以及行业竞争格局，并对冰箱行业的发展趋势进行了研判，是冰箱生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前冰箱行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。

第一部分 行业概况分析

第一章 电冰箱行业发展情况 1

第一节 电冰箱行业特性分析 1

一、冰箱行业特性 1

二、冰箱行业的现状 2

三、冰箱的分类 5

四、制冷业将迎来新一轮发展良机 6

第二节 美国冰箱市场 7

第三节 日本冰箱市场 12

第二章 电冰箱关联行业发展分析 14

第一节 家电业2005年发展分析及未来展望 14

一、2005年家用电器行业经济运行情况 14

二、中国家电业亟须理性回归 20

三、2005年家电行业增长影响因素分析 23

四、家用电子电器行业未来展望 25

五、家用电子电器行业“十一五”规划 28

第二节 中国冰箱行业资本运作分析 32

第三节 中外冰箱行业OEM比较分析 35

第四节 家电业战略升级不可或缺 39

一、OEM魅力依旧 39

二、OEM需要升级 40

第五节 冰箱压缩机行业发展概况 41

一、行业现状 41

二、冰箱压缩机企业概况 45

三、行业面临的发展环境 46

四、价格之争 49

五、新一代压缩机 50

第六节 制冷剂、发泡剂 52

第七节 我国制冷行业不足 54

第二部分 市场现状分析

第三章 电冰箱市场状况分析 57

第一节 电冰箱市场产销情况 57

一、我国电冰箱产量统计 57

二、销售情况 59

第二节 电冰箱区域市场状况 66

第三节 2005年冰箱市场分析 95

一、2005年国内市场销量下降 95

二、黑电巨头加强渗透冰箱业 95

三、出口市场成主攻阵地 97

四、家电连锁加强经营策略更重利润 98

五、竞争升级 98

六、企业动态 99

七、2005冰箱生力军 103

第四节 小冰箱发展前景分析 107

一、机遇论 108

二、发展说 109

三、问题观 110

第五节 对开门冰箱持续高速增长 111

第六节 2006年冰箱主流品牌走势 112

一、节能概念主导市场 112

二、冰箱市场三大“亮点” 114

三、“白电”不“白” 115

四、三门冰箱潜力无限 115

第四章 我国电冰箱进出口状况分析 117

第一节 2005年冰箱出口情况分析 117

一、2005年电冰箱出口分析 117

二、出口特点 120

第二节 我国电冰箱出口前景分析 123

一、全球冰箱产业市场规模 123

二、国外市场冰箱需求的新趋势 125

第五章 消费者需求分析 129

第一节 我国电冰箱市场现状分析 129

一、高档化潮流席卷中国冰箱市场 129

二、市场迅速走向高端 129

第二节 消费者消费偏好分析 130

第三节 2005年冰箱市场消费行为分析 133

一、获取信息渠道 133

二、选择购买场所 134

三、竞争力 134

第四节 消费需求分析 135

一、电冰箱预期消费前景分析 135

二、用户购买倾向及时间选择 136

第六章 电冰箱市场渠道与营销分析 137

第一节 我国家电业的销售渠道分析 137

一、当前家电企业销售渠道的种类及特点 137

二、外资发力中国家电零售业 140

三、强势终端的崛起 143

四、家电行业销售渠道联合 147

五、幸福树模式 153

六、国外家用电器销售一览 156

第二节 我国冰箱营销渠道概况分析 165

- 一、我国冰箱营销渠道的演变历史 165
- 二、我国冰箱营销渠道的现状 168
- 三、我国冰箱营销渠道的趋势分析 171
- 第三节 我国冰箱市场营销策略分析 173
- 第四节 我国冰箱市场价格策略分析 175

第三部分 竞争格局分析

第七章 电冰箱行业竞争格局分析 179

第一节 我国冰箱业新格局 179

- 一、冰箱业并购改写市场格局 179
- 二、国内市场销量下滑 179
- 三、国际市场快步增长趋势明显 180
- 四、谨防恶战保障利润 180

五、国产品牌崛起高端冰箱市场 181

第二节 冰箱行业向品牌集中化迈进 182

第三节 竞争格局的变化态势 183

- 一、冰箱价格战波澜不惊 183
- 二、中国冰箱市场需求格局变化 185

第四节 冰箱业土洋之争将改变未来格局 187

第八章 电冰箱行业知名品牌分析 190

第一节 国内冰箱巨头分析 190

- 一、海尔 190
- 二、科龙（容声） 197
- 三、新飞 200
- 四、美菱 203

第二节 国外领先品牌分析 210

- 一、伊莱克斯 210
- 二、西门子 216
- 三、LG 221
- 四、三星 225

第三节 冰箱新生代品牌分析 228

- 一、海信 228
- 二、美的 231
- 三、康佳 239

第四部分 发展趋势与建议

第九章 影响企业生产与经营的关键趋势 246

第一节 国外家用冰箱发展新趋势 246

第二节 冰箱变频成为潮流 247

第三节 冰箱市场向高端发展 249

一、冰箱走向高端化 249

二、市场迅速走向高端 250

三、2005年冰箱高端化发展变化 251

四、海尔三门冰箱成高端主力 252

第四节 需求变化趋势及商业机遇预测 253

一、需求变化趋势分析 253

二、2006冰箱业展望 258

第五节 我国冰箱业发展相对滞后的原因及对策 259

一、导致冰箱业的发展相对滞后的原因 259

二、提高国内品牌的整体竞争力 260

第六节 节能冰箱产品发展趋势 260

第七节 冰箱价格走势稳健 262

第八节 国际能效标识成功实施的启示 263

一、国际能效标识制度实施的成功经验 264

二、我国能效标识制度的实施模式 266

三、推动我国能效标识有效实施的建议 267

第十章 电冰箱产业投资建议 270

第一节 产业发展的SWOT分析 270

一、产业体系相对成熟 270

二、供过于求竞争激烈 270

三、农村家电市场潜力巨大 270

第二节 企业应对欧盟环保指令的建议 271

第三节 企业发展战略	273
第四节 投资策略	275
一、进入方式	275
二、发展战略	276
第五节 冰箱发展潜力市场	278
一、车载冰箱市场	278
二、儿童冰箱市场	279
第六节 农村冰箱市场开拓策略分析	280
一、市场细分标准的选择	280
二、农村冰箱市场细分	282
第七节 废旧家电回收	285
一、废旧家电回收的严重性与紧迫性	285
二、废旧家电回收处理的相关技术	287
三、废旧家电回收处理的主要障碍与相关建议	288
四、废旧家电回收蕴藏机会	291

图表目录

图表：家电商品前三位品牌的市场综合占有率之和表	20
图表：2005-2006年上海海立(集团)股份有限公司利润构成表	47
图表：部分电冰箱用压缩机情况	50
图表：1978-2005年我国冰箱产量	57
图表：2005年家用电冰箱产量全国合计	57
图表：2006年1-4月家用电冰箱产量全国合计	58
图表：2005-2006全国冰箱产量月度图	58
图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标全国合计	58
图表：2005年2月家用制冷电器具销售收入前10家企业	60
图表：2005年3月家用制冷电器具销售收入前10家企业	60
图表：2005年4月家用制冷电器具销售收入前10家企业	60
图表：2005年5月家用制冷电器具销售收入前10家企业	61
图表：2005年6月家用制冷电器具销售收入前10家企业	61
图表：2005年7月家用制冷电器具销售收入前10家企业	61
图表：2005年8月家用制冷电器具销售收入前10家企业	62

图表：2005年9月家用制冷电器具销售收入前10家企业 62

图表：2005年10月家用制冷电器具销售收入前10家企业 63

图表：2005年11月家用制冷电器具销售收入前10家企业 63

图表：2005年12月家用制冷电器具销售收入前10家企业 63

图表：2006年2月家用制冷电器具销售收入前10家企业 64

图表：2006年3月家用制冷电器具销售收入前10家企业 64

图表：2006年4月家用制冷电器具销售收入前10家企业 64

图表：2005年全国冰箱、洗衣机销量排行榜 65

图表：2005年家用电冰箱产量北京市合计 66

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量北京市合计 66

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标北京市合计 66

图表：2005年家用电冰箱产量安徽省合计 68

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量安徽省合计 68

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标安徽省合计 68

图表：2005年家用电冰箱产量广东省合计 69

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量广东省合计 70

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标广东省合计 70

图表：2005年家用电冰箱产量江苏省合计 71

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量江苏省合计 72

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标江苏省合计 72

图表：2005年家用电冰箱产量湖南省合计 73

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量湖南省合计 74

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标湖南省合计 74

图表：2005年家用电冰箱产量天津市合计 75

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标天津市合计 76

图表：2005年家用电冰箱产量辽宁省合计 77

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量辽宁省合计 77

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标辽宁省合计 78

图表：2005年家用电冰箱产量山东省合计 79

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量山东省合计 79

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标山东省合计 79

图表：2005年家用电冰箱产量上海市合计 81

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量上海市合计 81

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标上海市合计 81

图表：2005年家用电冰箱产量四川省合计 83

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量四川省合计 83

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标四川省合计 83

图表：2005年家用电冰箱产量浙江省合计 85

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量浙江省合计 85

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标浙江省合计 85

图表：2005年家用电冰箱产量江西省合计 87

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量江西省合计 87

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标江西省合计 87

图表：2005年家用电冰箱产量河南省合计 88

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量河南省合计 89

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标河南省合计 89

图表：2005年家用电冰箱产量吉林省合计 90

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量吉林省市合计 91

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标吉林省合计 91

图表：2005年家用电冰箱产量贵州省合计 92

图表：2006年1-4月家用电冰箱产量贵州省合计 93

图表：2005年家用制冷电器具主要经济指标贵州省合计 93

图表：全国冰箱生产区域分布图 94

图表：中国电冰箱拥有率最高的10个城市 95

图表：冰箱市场前五名品牌表 97

图表：2002-2004年对开门冰箱销量增长走势情况 106

图表：城市家庭冰箱满意度指标 131

图表：城市家庭冰箱存储物品 131

图表：冰箱容量市场份额情况 132

图表：城市居民家庭预期购买的电冰箱价格示意图 132

图表：城市居民家庭预期购买电冰箱的外观颜色要求 133

图表：我国大型家电连锁企业概况 140

图表：2005年10月主要家电城硬广告投放总量 146

图表：2005年10月家电城前10城市硬广告投放总量 146

图表：家电卖场“分期付款”业务详细情况 177
图表：2005年12月份社会消费品零售总额 186
图表：2005年全部金融机构本外币存贷款情况 187
图表：“十五”时期城乡居民生活改善情况 187
图表：2005-2006年青岛海尔股份有限公司利润构成表 195
图表：2005-2006年青岛海尔股份有限公司经营能力表 196
图表：2005年科龙电器股份有限公司利润构成表 199
图表：2005年科龙电器股份有限公司经营能力表 199
图表：2005-2006年合肥美菱股份有限公司利润构成表 204
图表：2005-2006年合肥美菱股份有限公司经营能力表 204
图表：2005-2006年海信电器利润构成表 230
图表：2005-2006年合肥美菱股份有限公司经营能力表 230
图表：2005-2006年广东美的电器股份有限公司利润构成表 238
图表：2005-2006年广东美的电器股份有限公司经营能力表 238
图表：2005-2006年康佳集团股份有限公司利润构成表 243
图表：2005-2006年康佳集团股份有限公司经营能力表 243
图表：1996-2004年农村居民每百户冰箱拥有量递增图 281
图表：2004年农村居民分地区人均纯收入和冰箱每百户拥有量 282
图表：我国农村冰箱市场细分 283
图表：我国农村冰箱市场的类型 284
图表：主要电热产品社会保有量 286

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42814.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。