



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005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

《2005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/43003.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

【描述】 一向来风平浪静、稳如止水的冰箱市场，其实“冰山”下早已暗流汹涌：外有克服了“水土不服”的洋品牌卷土重来，如西门子、伊莱克斯、三星；内有经过彩电血战洗礼的黑电强势品牌重拳出击，如TCL、海信、康佳；加上小家电强势品牌的横刀切入，如美的、格兰仕--冰箱业一场重新“洗牌”的运动俨然要开始了。冰箱业何以吸引如此多的家电枭雄挤进来？龙争虎斗的冰箱业终将是谁家之天下？ 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。 【目录】 第一部分 行业概况

第一章 电冰箱行业发展情况 1

第一节 电冰箱行业投资特性分析 1

一、竞争激烈程度 1

二、进入及退出壁垒 1

三、行业成长前景 2

第二节 美国冰箱市场情况分析 3

第三节 日本家用冰箱近期发展动向 6

第四节 新加坡电冰箱市场研究 10

第二章 电冰箱关联行业发展分析 16

第一节 家电业2004年发展分析及未来展望 16

一、2004年家用电器行业经济运行情况 16

二、2004年家电行业增长影响因素分析 22

三、家用电子电器行业未来展望 24

第二节 中国冰箱行业资本运作分析 27

第三节 冰箱行业OEM分析 30

第四节 冰箱压缩机行业发展剖析 34

一、冰箱压缩机产销情况 34

二、市场需求及预测 36

三、行业面临的发展环境	39
四、压缩机技术发展趋势	41
第二部分 市场分析	
第三章 电冰箱市场状况分析	44
第一节 电冰箱市场产销情况	44
一、我国电冰箱产量统计	44
二、电冰箱最畅销机型零售情况对比	44
三、巨头领军价格战	47
第二节 电冰箱区域市场状况	50
第三节 2004年高端冰箱市场分析	56
第四节 小冰箱发展前景分析	61
第五节 对开门冰箱上半年持续超高速增长	65
第六节 2005年冰箱主流品牌走势	69
第四章 我国电冰箱进出口状况分析	72
第一节 2004年冰箱出口情况分析	72
一、国内供求失衡，国际市场前景广阔	72
二、出口良性循环，上游压缩机企业受益	74
第二节 我国电冰箱出口前景分析	75
一、全球冰箱产业市场规模	75
二、国外市场冰箱需求的新趋势	77
三、我国冰箱出口前景分析	80
第五章 消费者需求分析	84
第一节 我国电冰箱市场现状分析	84
第二节 消费者消费行为分析	86
一、消费者消费偏好	86
二、节能冰箱消费调查	89
第三节 2004年冰箱市场消费行为分析	90
第四节 未来3-5年电冰箱需求预测	94
一、电冰箱预期消费前景分析	94
二、用户购买倾向及时间选择	95
三、产品需求卖点分析预测	96
第六章 电冰箱市场渠道与营销分析	100

第一节 我国家电业的销售渠道分析	100
一、当前家电企业销售渠道的种类及特点	100
二、家电连锁业态的优势分析	103
三、家电产品零售渠道的发展趋势分析	107
四、家电分销渠道变化中的政策作用	109
第二节 我国冰箱营销渠道概况分析	111
一、我国冰箱营销渠道的演变历史	112
二、我国冰箱营销渠道的现状	115
三、我国冰箱营销渠道的趋势分析	117
第三节 我国冰箱市场营销策略分析	120
第三部分 竞争格局分析	
第七章 电冰箱行业竞争格局分析	123
第一节 我国冰箱业打破传统格局	123
第二节 冰箱业新军发展情况分析	125
第三节 冰箱行业向品牌集中化迈进	128
第四节 竞争格局的变化态势	132
一、冰箱行业三股势力改变未来	132
二、冰箱业进入资本竞争时代	134
三、跨国家电掀起新圈地运动	135
第五节 冰箱业土洋之争将改变未来格局	136
第八章 电冰箱行业知名品牌分析	140
第一节 国内冰箱巨头分析	140
一、海尔	140
二、科龙(容声)	142
三、新飞	144
四、美菱	145
第二节 国外领先品牌分析	147
一、伊莱克斯	147
二、西门子	151
三、LG	154
第三节 冰箱新生代品牌分析	157
一、海信	157

二、春兰	159
三、美的	162
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	164
第一节 市场发展趋势	164
一、2005年冰箱市场将上演变频战	164
二、2005年冰箱企业打响市场争夺战	165
第二节 全球冰箱行业向变频更新换代	168
第三节 冰箱市场向高端发展	169
第四节 需求变化趋势及商业机遇预测	177
一、需求变化趋势	177
二、新的商业机会	178
三、未来流行趋势	180
第五节 技术发展趋势	182
一、电脑冰箱技术	183
二、节能技术	183
三、分立多循环技术	186
第六节 我国冰箱业发展相对滞后的原因及对策	187
一、导致冰箱业的发展相对滞后的原因	187
二、提高国内品牌的整体竞争力	188
第七节 冰箱产品未来的四个发展趋势	189
第十章 电冰箱产业投资建议	191
第一节 产业发展的SWOT分析	191
一、产业体系相对成熟	191
二、供过于求竞争激烈	191
三、收购兼并利弊并存	191
四、出口遇阻欧盟新壁垒	192
第二节 新进入者应注意的障碍因素	195
一、洋品牌必须先过服务关	195
二、黑电品牌的认同是个重要障碍	196
三、小家电速度制胜是关键	197
第三节 企业发展战略分析	198

一、进入方式	198
二、发展战略	199
第四节 冰箱发展方向分析	201
第五节 农村冰箱市场开拓策略分析	203
一、市场细分标准的选择	203
二、农村冰箱市场细分	205
附录	
附录一 TCL冰箱和农夫山泉的异业联合案例分析	209
附录二 电子电器产品进入全球市场的EMC要求	213
附录三 进口钢材部分加征关税解禁，家电业迎来实质利好	216
附录四 家电常用塑料市场趋势观察	218
附录五 第十六届电子信息百强企业名单	221
附录六 国家鼓励开展境外加工贸易产品目录	225
图表目录 图表：1998年-2002年冰箱市场规模	3
图表：美国冷冻冷藏冰箱市场份额占有情况	6
图表：冰箱能耗趋势发展图	7
图表：HCC型号与HC型市场占有率对比（400L以上冰箱）	8
图表：获准在新加坡上市销售品牌及型号情况统计表	10
图表：家用电器行业2004年经济效益增长情况	16
图表：2004年1-8月家用电子电器制造业经济效益	17
图表：2004年1-8月家用电器制造业主要产品产量	19
图表：2004年1-8月家用电子产品制造业主要产品产量	20
图表：2004年1-8月家用电子、电器制造业出口交货值	21
图表：2004年1-8月主要家电产品出口情况	21
图表：1992-2002年中国家用制冷压缩机生产量	34
图表：2002年电冰箱及其压缩机产销量	35
图表：2002年冰箱压缩机进口统计	37
图表：2003年1-5月份冰箱压缩机进口量	38
图表；未来3年中国冰箱压缩机市场需求预测	39
图表：电冰箱行业CFCs消减时间表	42
图表：2003年1-12月家用电冰箱产量	44
图表：2004年1-12月家用电冰箱产量	44

图表：160升以下电冰箱畅销机型	45
图表：161-180升以下电冰箱畅销机型	45
图表：181-210升以下电冰箱畅销机型	45
图表：211-230升以下电冰箱畅销机型	46
图表：231-250升以下电冰箱畅销机型	46
图表：251-300升以下电冰箱畅销机型	46
图表：全国电冰箱生产区域分布	50
图表：2004年2-12月家用电冰箱全国统计	50
图表：2004年2-12月家用电冰箱北京市统计	51
图表：2004年2-12月家用电冰箱天津市统计	51
图表：2004年2-12月家用电冰箱河北省统计	52
图表：2004年2-12月家用电冰箱辽宁省统计	52
图表：2004年2-12月家用电冰箱上海市统计	53
图表：2004年2-12月家用电冰箱江苏省统计	53
图表：2004年2-12月家用电冰箱浙江省统计	54
图表：2004年2-12月家用电冰箱山东省统计	54
图表：2004年2-12月家用电冰箱湖北省统计	55
图表：2004年2-12月家用电冰箱广东省统计	55
图表：2004年2-12月家用电冰箱四川省统计	56
图表：2004年1~8月中国高端冰箱销量份额	57
图表：2004年1~8月国外品牌在中国高端冰箱市场销售量所占份额	57
图表：主要高端冰箱品牌零售量占有率	58
图表：西门子不同价位冰箱零售量贡献率	59
图表：主要品牌冰箱平均价格	60
图表：对开门冰箱按功能比重按销量情况分析图	67
图表：普通冰箱电子类产品对比图	70
图表：普通冰箱机械类产品对比图	70
图表：2003、2004年冰箱出口月度推移	72
图表：2004年上半年冰箱出口量国别同比	73
图表：2004、2003年上半年冰箱国别结构比重对比（按出口量）	73
图表：2003、2004年压缩机进口月度推移	74
图表：2004年、2003年上半年压缩机国别结构比重对比（按进口量）	75
图表：城市家庭冰	

箱满意度指标	87
图表：城市家庭冰箱存储物品	87
图表：冰箱容量市场份额情况	88
图表：城市居民家庭预期购买的电冰箱价格示意图	88
图表：城市居民家庭预期购买电冰箱的外观颜色要求	89
图表：消费者了解冰箱的信息来源分布图	91
图表：不同教育水平消费者对冰箱的购买渠道期望特征	91
图表：冰箱市场主要品牌综合竞争力研究	92
图表：消费者购买冰箱在场所上的选择图	93
图表：2005年中国家电主要产品需求量预测	94
图表：未来50年人口城市化进程	95
图表：未来3-5年用户对冰箱更新购买倾向及时间选择	96
图表：2001年连锁百强中家电专业连锁企业经营状况表	104
图表：青岛海尔股份有限公司利润构成表	141
图表：青岛海尔股份有限公司经营能力表	142
图表：广东科龙电器股份有限公司利润构成表	143
图表：广东科龙电器股份有限公司经营能力表	144
图表：合肥美菱股份有限公司利润构成表	146
图表：合肥美菱股份有限公司经营能力表	147
图表：LG电子在中国建立的10家生产企业	155
图表：青岛海信电器股份有限公司利润构成表	159
图表：青岛海信电器股份有限公司经营能力表	159
图表：江苏春兰制冷设备股份有限公司利润构成表	161
图表：江苏春兰制冷设备股份有限公司经营能力表	162
图表：广东美的集团股份有限公司利润构成表	163
图表：广东美的集团股份有限公司经营能力表	163
图表：从容升段、价位段的角度比较高端冰箱市场占有率情况	170
图表：不同容升段、价位段的高端冰箱市场零售量占有率情况	171
图表：200升零界点电冰箱零售量结构图	172
图表：200升临界点电冰箱零售量结构图	173
图表：2000元以上、2500元以上的前15位高端电冰箱畅销品牌占有率变化	174
图表：200升、2500元以上的高端电冰箱市场价位段变化结构零售量	176
图表：不同容积段电冰箱零售额结构	176

图表：1996-2002年农村居民每百户冰箱拥有量递增图 204
图表：2002年农村居民分地区人均纯收入和冰箱每百户拥有量 205 图表：我国农村冰箱市场
细分 206
图表：我国农村冰箱市场的类型 207
图表：欧盟对于家用电器产品需要符合的相关技术标准和文件 214 图表：不同的产品有不同的
认证形式 214
图表：家电产品进入澳洲市场所需要满足的技术要求 215
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43003.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。