

2016-2022年中国冰箱行业深度调研及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国冰箱行业深度调研及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201512/370178.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

在中国家电工业近30年的发展史上，“十二五”时期是十分重要的5年。这一时期家电工业既经历了全球经济快速增长带来的国内外市场需求旺盛的繁荣发展时期，也经历了金融危机对行业发展的巨大冲击。得益于我国经济强劲增长的大环境以及政府“家电下乡”等多项拉动内需政策的有力支持，我国家电工业实现了快速、稳步的增长，在全球家电业的地位持续提升，我国冰箱产业正从快速发展阶段向稳步增长阶段过渡。

“十二五”期间，中国冰箱产量年平均增长速度为15.4%。在家电下乡、以旧换新等国家政策支持下，近两年中国冰箱产量增长尤其迅猛。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%。2013年中国家用电冰箱产量为9340.54万台，同比增长10.63%，2014年中国家用电冰箱产量为9337.00万台，同比下降0.97%。

2009-2014年我国家用电冰箱产量（万台）

资料来源：智研数据中心整理

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。

《2016-2022年中国冰箱行业深度调研及发展前景预测报告》由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了冰箱行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国冰箱做了重点企业经营状况分析，并分析了中国冰箱行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 2011-2015年中国家电行业分析

1.1 中国家电行业发展总体概况

1.1.1 “十二五”我国家电工业发展回顾

1.1.2 中国家电下乡政策总析

- 1.1.3 家电行业的发展特点
- 1.1.4 家电行业步入节能环保新时代
- 1.2 2012-2015年中国家电行业的发展
 - 1.2.1 2012年我国家电行业发展态势良好
 - 1.2.2 2013年中国家电行业平稳运行
 - 1.2.3 2014年中国家电下乡销售现状
 - 1.2.4 2015年中国家电行业发展态势
- 1.3 中国家电行业存在的问题
 - 1.3.1 我国家电业存在的主要瓶颈
 - 1.3.2 我国家电行业发展的突出问题
 - 1.3.3 我国家电品牌发展面临的困难
- 1.4 中国家电行业发展策略分析
 - 1.4.1 我国家电品牌发展战略分析
 - 1.4.2 促进我国家电行业转型升级的政策措施
 - 1.4.3 中国家电行业应对欧盟“绿色壁垒”的对策
- 第二章 2011-2015年冰箱市场发展分析(ZY XH)
 - 2.1 2011-2015年全球冰箱行业的发展
 - 2.1.1 俄罗斯
 - 2.1.2 日本
 - 2.1.3 韩国
 - 2.2 中国冰箱市场发展综合分析
 - 2.2.1 中国冰箱市场的发展历程
 - 2.2.2 中国冰箱产业迈向稳步增长阶段
 - 2.2.3 我国冰箱业发展现状总析
 - 2.2.4 中国冰箱产业逐步向上游扩容
 - 2.2.5 国产冰箱产业全面进攻个性高端市场
 - 2.3 2013-2015年中国冰箱行业运行分析
 - 2.3.1 2013年我国冰箱行业浅析
 - 2.3.2 2014年中国冰箱进出口状况
 - 2.3.3 2014年我国冰箱业结构调整加速
 - 2.3.4 2013年我国冰箱业持续回暖
 - 2.3.5 2013年我国冰箱电子商务市场分析
 - 2.3.6 2013年我国冰箱市场发展分析
 - 2.4 2011-2015年冰箱市场消费分析
 - 2.4.1 冰箱市场消费者行为分析

2.4.2 中国冰箱市场显现“趋优消费”特征

2.4.3 节能减排成为冰箱消费重要因素

2.4.4 特色功能受中高端冰箱消费者青睐

2.4.5 中国冰箱行业消费趋势分析

2.5 2012-2015年中国冰箱市场品牌的发展

2.5.1 2012年我国冰箱市场品牌分析

2.5.2 2013年我国冰箱市场品牌分析

2.5.3 2014年12月我国冰箱市场品牌分析

2.5.4 2015年我国冰箱市场品牌分析

2.5.5 中国冰箱行业品牌发展趋势分析

2.6 中国冰箱市场存在的问题及对策

2.6.1 中国冰箱产业存在的差距

2.6.2 我国冰箱市场“遇冷”的原因分析

2.6.3 中国冰箱行业面临四大发展隐患

2.6.4 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财务状况

3.1 中国家用制冷电器具制造行业经济规模

3.1.1 2011-2015年家用制冷电器具制造业销售规模

3.1.2 2011-2015年家用制冷电器具制造业利润规模

3.1.3 2011-2015年家用制冷电器具制造业资产规模

3.2 中国家用制冷电器具制造行业盈利能力指标分析

3.2.1 2011-2015年家用制冷电器具制造业亏损面

3.2.2 2011-2015年家用制冷电器具制造业销售毛利率

3.2.3 2011-2015年家用制冷电器具制造业成本费用利润率

3.2.4 2011-2015年家用制冷电器具制造业销售利润率

3.3 中国家用制冷电器具制造行业营运能力指标分析

3.3.1 2011-2015年家用制冷电器具制造业应收账款周转率

3.3.2 2011-2015年家用制冷电器具制造业流动资产周转率

3.3.3 2011-2015年家用制冷电器具制造业总资产周转率

3.4 中国家用制冷电器具制造行业偿债能力指标分析

3.4.1 2011-2015年家用制冷电器具制造业资产负债率

3.4.2 2012-2015年家用制冷电器具制造业利息保障倍数

3.5 中国家用制冷电器具制造行业财务状况综合评价

3.5.1 家用制冷电器具制造业财务状况综合评价

3.5.2 影响家用制冷电器具制造业财务状况的经济因素分析

第四章 中国冰箱产品产量数据

4.1 2012年-2014年12月全国及主要省份家用电冰箱产量分析

4.1.1 2012年1-12月全国及主要省份家用电冰箱产量分析

4.1.2 2013年1-12月全国及主要省份家用电冰箱产量分析

4.1.3 2014年1-12月全国及主要省份家用电冰箱产量分析

4.2 2012年-2014年12月全国及主要省份家用冷柜（家用冷冻箱）产量分析

4.2.1 2012年1-12月全国及主要省份家用冷柜（家用冷冻箱）产量分析

4.2.2 2013年1-12月全国及主要省份家用冷柜（家用冷冻箱）产量分析

4.2.3 2014年1-12月全国及主要省份家用冷柜（家用冷冻箱）产量分析

第五章 2011-2015年冰箱细分品种的发展

5.1 对开门冰箱

5.1.1 法式对开门冰箱国际市场受青睐

5.1.2 2012年外资品牌在对开门冰箱市场占据重要地位

5.1.3 2013年对开门冰箱市场品牌竞争状况

5.1.4 2014年国庆期间对开门冰箱市场销售态势良好

5.1.5 2015年对开门冰箱市场销售情况分析

5.1.6 我国发布对开门冰箱送货安装规范

5.1.7 传统对开门冰箱市场地位下降

5.1.8 未来中国对开门冰箱市场增长态势看好

5.2 三开门冰箱

5.2.1 三开门冰箱市场发展状况

5.2.2 2012年三门冰箱市场发展状况

5.2.3 2012年传统三开门冰箱市场份额遭冲击

5.2.4 2013年三开门冰箱市场品牌竞争激烈

5.2.5 2014年三门冰箱市场地位上升

5.2.6 2015年三门冰箱市场发展情况

5.2.7 我国三门冰箱市场竞争状况

5.3 小冰箱

5.3.1 小冰箱的概述

5.3.2 中国迷你冰箱市场发展状况

5.3.3 小冰箱外型独特占据市场商机

5.3.4 面对欧盟环保令小冰箱出口有隐忧

5.3.5 浅析小冰箱市场前景

5.4 高端冰箱

5.4.1 我国高端冰箱市场发展综述

5.4.2 2012年高端冰箱市场竞争白热化

5.4.3 2013年高端冰箱市场发展分析

5.4.4 2014年高端冰箱市场发展动态

5.4.5 我国高端冰箱发展存在的障碍

5.4.6 冰箱企业开拓高端领域存在的问题及对策

5.5 变频冰箱

5.5.1 变频冰箱的概念

5.5.2 我国变频冰箱市场运行综述

5.5.3 变频冰箱行业发展面临的挑战

5.6 车载冰箱

5.6.1 车载冰箱的主要种类

5.6.2 车载冰箱市场发展状况

5.6.3 车载冰箱细分产品分析

5.6.4 车载冰箱行业发展的的问题及对策

第六章 2011-2015年中国农村冰箱市场分析

6.1 2011-2015年中国农村冰箱市场的发展

6.1.1 中国冰箱三四级市场发展剖析

6.1.2 中国农村冰箱市场现状

6.1.3 我国农村冰箱市场竞争升级

6.1.4 主流冰箱品牌抢占农村市场

6.1.5 传统对开门冰箱下乡市场分析

6.1.6 农村冰箱市场面临洗牌

6.1.7 农村家用冰箱本土化设计分析

6.2 2011-2015年主要冰箱企业对农村市场的开拓

6.2.1 海尔冰箱抢占农村市场的策略

6.2.2 美菱冰箱对农村市场的拓展

6.2.3 索伊冰箱积极开拓农村市场

6.2.4 新飞冰箱农村市场销售情况

6.2.5 小天鹅冰箱把握下乡机遇

6.3 中国农村冰箱市场发展存在的问题及对策

6.3.1 中国农村冰箱市场存在的风险

6.3.2 冰箱进攻农村市场需整合资源

6.3.3 冰箱进攻农村市场需解决产品问题

6.3.4 冰箱进攻农村市场需解决品牌推广问题

6.3.5 冰箱进攻农村市场需解决售后服务问题

6.3.6 冰箱三级市场的开发策略

第七章 2011-2015年国外重点冰箱企业分析

7.1 西门子

7.1.1 公司简介

7.1.2 西门子冰箱大范围降价促销及其原因分析

7.1.3 2015年西门子冰箱市场份额分析

7.1.4 西门子冰箱注重技术研发

7.2 伊莱克斯 (ELECTROLUX)

7.2.1 公司简介

7.2.2 2013年伊莱克斯发展动态

7.2.3 2014年伊莱克斯发展动态

7.2.4 2015年伊莱克斯发展动态

7.3 松下电器

7.3.1 公司简介

7.3.2 2012年松下冰箱抢占高端冰箱市场

7.3.3 2013年松下推出三门冰箱新品

7.3.4 2014年松下冰箱开辟节能技术新思路

7.4 三星集团

7.4.1 公司简介

7.4.2 三星双门冰箱销量领先

7.4.3 三星冰箱技术亮点分析

第八章 2011-2015年国内冰箱重点企业分析

8.1 青岛海尔股份有限公司

8.1.1 公司简介

8.1.2 2013年1-12月青岛海尔经营状况分析

8.1.3 2014年1-12月青岛海尔经营状况分析

8.1.4 2015年青岛海尔经营状况分析

8.2 合肥美菱股份有限公司

8.2.1 公司简介

8.2.2 2013年1-12月美菱电器经营状况分析

8.2.3 2014年1-12月美菱电器经营状况分析

8.2.4 2015年美菱电器经营状况分析

8.3 海信科龙电器股份有限公司

8.3.1 公司简介

8.3.2 2013年1-12月科龙电器经营状况分析

8.3.3 2014年1-12月科龙经营状况分析

8.3.4 2015年科龙电器经营状况分析

8.4 上市公司财务比较分析

8.4.1 盈利能力分析

8.4.2 成长能力分析

8.4.3 营运能力分析

8.4.4 偿债能力分析

8.5 河南新飞电器有限公司

8.5.1 公司简介

8.5.2 2011-2015年新飞的发展

8.5.3 新飞冰箱抗菌性能居世界先进水平

8.5.4 新飞电器获“冰箱发明专利”奖项

第九章 2011-2015年冰箱相关产业分析

9.1 冰箱压缩机

9.1.1 2012年我国冰箱压缩机行业发展分析

9.1.2 冰箱压缩机行业资本重组状况分析

9.1.3 新政对冰箱压缩机市场的影响

9.1.4 冰箱压缩机细分产品发展现状

9.1.5 国内冰箱压缩机企业进行合理规划

9.1.6 冰箱压缩机企业的发展出路

9.1.7 “变频”将成冰箱压缩机未来发展重点

9.2 制冷剂

9.2.1 制冷剂的定义及性能要求

9.2.2 制冷剂的分类及特性

9.2.3 2013年我国制冷剂市场行情分析

9.2.4 2014年我国制冷剂市场状况分析

9.2.5 2015年我国制冷剂市场现状分析

9.2.6 我国制冷剂市场格局分析

9.2.7 我国制冷剂行业发展思考

第十章 2011-2015年冰箱市场营销分析

10.1 家电营销渠道分析

10.1.1 中国家电渠道的发展演变

10.1.2 中国家电渠道的演变动因

10.1.3 我国家电网购渠道迅速发展

10.1.4 家电网购渠道发展面临的主要问题

- 10.1.5 我国家电专卖店营销策略解析
- 10.1.6 中国家电渠道的发展趋势
- 10.2 冰箱营销渠道总体概况
 - 10.2.1 中国冰箱营销渠道的演变
 - 10.2.2 我国冰箱营销渠道发展概况
 - 10.2.3 我国农村市场冰箱营销的渠道分析
 - 10.2.4 中国冰箱营销渠道的趋势
- 10.3 中国冰箱营销渠道对比分析
 - 10.3.1 区域多家代理制模式
 - 10.3.2 区域总代理制模式
 - 10.3.3 直供分销模式
- 10.4 冰箱重点品牌营销案例解析
 - 10.4.1 美的冰箱营销分析
 - 10.4.2 西门子冰箱营销分析
 - 10.4.3 海信冰箱营销分析
 - 10.4.4 多威尔电冰箱营销分析
- 10.5 冰箱行业营销策略
 - 10.5.1 中国冰箱行业营销策略总体分析
 - 10.5.2 产品策略
 - 10.5.3 价格策略
 - 10.5.4 渠道策略
 - 10.5.5 促销策略
 - 10.5.6 服务战略
- 第十一章 2011-2015年冰箱市场竞争分析
 - 11.1 中国家电行业竞争分析
 - 11.1.1 家电市场竞争升级主打服务战
 - 11.1.2 中国家电制造市场竞争战略的综述
 - 11.1.3 提升中国家电业核心竞争能力的对策
 - 11.2 冰箱市场总体竞争状况
 - 11.2.1 我国冰箱市场格局分析
 - 11.2.2 中国高端冰箱市场竞争白日化
 - 11.2.3 中国冰箱节能产品竞争激烈
 - 11.2.4 “后家电下乡”时期冰箱企业差异化竞争成主流
 - 11.3 冰箱行业的技术竞争
 - 11.3.1 冰箱市场节能技术较量不断升级

11.3.2 容声冰箱市场竞争力强

11.3.3 直流冰箱或成技术竞争的新突破

第十二章 冰箱行业的发展前景趋势预测(ZY XH)

12.1 家电行业前景展望

12.1.1 “十三五”中国家电业发展规划探析

12.1.2 2015年我国家电行业趋势分析

12.1.3 家电行业发展潜力分析

12.2 冰箱行业发展趋势分析

12.2.1 “十三五”我国冰箱业面临的形势

12.2.2 我国冰箱业发展空间广阔

12.2.3 2016-2022年中国冰箱行业预测分析

12.2.4 冰箱行业的发展趋势及扩展方向

12.2.5 太阳能冰箱研究及应用前景分析

附录：

附录一：关于禁止生产、销售、进出口以氯氟烃（CFCS）物质为制冷剂、发泡剂的家用电器产品的公告

附录二：家用电冰箱耗电量限定值及能源效率等级

图表目录：

图表 我国家电下乡销量及销售额变化

图表 2008-2011年11月中国电冰箱出口数据

图表 2011年1-11月中国出口电冰箱数量

图表 2008-2011年11月我国进口数据

图表 2011年1-11月国内电冰箱进口数据

图表 2012年11月八大电商平台冰箱销售额市场份额

图表 2012年11月八大电商平台冰箱销售量市场份额

图表 2012年11月八大电商平台冰消销售客单价及评论得分

图表 2012年11月八大电商平台冰箱价格折扣率

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201512/370178.html>