

# 2008年中国冰箱市场分析及投资 发展预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2008年中国冰箱市场分析及投资发展预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200806/3306.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 2007-2008年中国冰箱产业发展环境分析

#### 一、2007-2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2007年中国宏观经济运行情况
- (二) 2008年经济增长趋势预测
- (三) 2008年5月PPI涨幅8.2%

#### 二、我国冰箱行业发展政策法规分析

- (一) 国家颁布禁氟令
- (二) 国家标准化协会颁布冰箱保鲜标准
- (三) 新的冰箱能效标准将出台

#### 三、我国冰箱产业社会环境发展分析

### 第二章 全球冰箱市场运行态势分析

#### 一、全球冰箱市场总体状况分析

- (一) 全球冰箱品牌市场占有率变化分析
- (二) 海尔冰箱全球化战略改变全球冰箱业格局
- (三) 全球冰箱新产品研发分析

#### 二、全球冰箱主要国家市场发展分析

- (一) 美国
- (二) 日本
- (三) 新加坡

### 第三章 我国冰箱产业发展状况分析

#### 一、我国冰箱产销状况分析

- (一) 产量统计分析
- (二) 需求量统计分析
- (三) 进出口状况分析

#### 二、我国冰箱行业发展现状分析

- (一) 保鲜冰箱标准出台规范市场
- (二) 冰箱标准进入中国时代
- (三) 节能标准促冰箱产品升级
- (四) 消费中心转至二三级市场

### 三、我国冰箱产业发展存在的问题分析

(一) 发展存在的问题分析

(二) 制约因素分析

(三) 不足之处分析

### 四、我国冰箱产业发展对策分析

## 第四章 我国冰箱行业市场运行现状分析

### 一、我国电冰箱市场现状分析

(一) 冰箱单品的价格上涨了10%

(二) 整个市场的销量较去年增加了30%

### 二、我国冰箱市场五大特征分析

(一) 品牌集中度进一步提高

(二) 直冷、双开门冰箱在市场销售中占主流地位

(三) 华南市场成为最大的冰箱销售市场

(四) 高端产品掀起冰箱市场热潮

(五) 三、四级市场需求骤增

### 三、我国冰箱主流品牌走势分析

(一) 冰箱将保鲜进行到底

(二) 冰箱市场三大“亮点”

(三) 中国冰箱决战高端

(四) 三门冰箱潜力无限

## 第五章 我国电冰箱品牌结构调查分析

### 一、品牌关注度比例

(一) 2007-2008年中国消费者对品牌关注度分析

(二) 用户对冰箱市场的品牌关注特征分析

1、海尔冰箱“蝉联冠军”

2、新飞和西门子不分伯仲，双双跻身三甲之列

3、国产品牌略胜一筹

### 二、海尔、新飞和西门子品牌战略简析

(一) 海尔如何打造全球品牌？

1、过硬的质量和一流的服务赢得消费者的赞赏

- 2、赔钱做广告为赢得知名度和美誉度
- 3、创品牌讲究速度和创新差异化
- 4、弘扬体育精神与体育爱好者产生共鸣
- 5、与时俱进，力推网络家电
- 6、内部模拟市场化的管理——&ldquo;人单合一&rdquo;

#### （二）新飞品牌靠的是什么？

- 1、新飞品牌依托的是强大的企业实力
- 2、新飞品牌依靠过硬的质量内核
- 3、新飞品牌有雄厚的技术支撑

#### （三）西门子主打双品牌

- 1、推行双品牌
- 2、为什么会选择双品牌营销策略？

#### 三、三大冰箱厂商关注度走势分析

- （一）海尔——蜿蜒前行
- （二）新飞——平缓上升
- （三）西门子——曲折下跌

### 第六章 我国电冰箱产品结构及价格分析

#### 一、我国冰箱业新格局分析

- （一）格局震荡大品牌稳定
- （二）重组引发持续震荡
- （三）大品牌稳定发展
- （四）被收购品牌表现各异
- （五）外资品牌西门子一枝独秀
- （六）黑电企业加速冰箱格局转变

#### 二、产品类型

##### （一）按制冷技术划分

- 1、风冷冰箱优缺点分析
- 2、直冷冰箱优缺点分析
- 3、混合式冰箱优缺点分析

##### （二）按箱门设置划分

- 1、双开门冰箱在市场上的霸主地位稳若泰山

2、三门或多门冰箱在市场上有“叫好不叫座”之嫌

### 三、产品容积

(一) 容积为200-250升冰箱是市场的主流产品

(二) 180升以下容积的冰箱紧随其后

### 四、我国电冰箱整体市场价格段分布

(一) 2000元以下价位段的冰箱为市场主流

(二) 2000—3000元价位段的冰箱位居其次

(三) 6000元以上的高档冰箱最后

### 五、我国主流品牌均价对比分析

(一) 双开门冰箱均价对比

(二) 不同容积冰箱均价对比

## 第七章 全球著名冰箱品牌竞争分析

### 一、伊莱克斯

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业未来规划分析

### 二、西门子

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业未来规划分析

### 三、LG

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业未来规划分析

### 四、三星

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业未来规划分析

## 第八章 我国电冰箱行业知名品牌分析

### 一、海尔

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业发展前景分析

## 二、海信

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业发展前景分析

## 三、新飞

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业发展前景分析

## 四、荣事达集团

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业发展前景分析

## 第九章 我国电冰箱关联行业发展局势分析

### 一、家用电器

- (一) 我国家电行业现状分析
- (二) 我国家电行业的特性分析
- (三) 中外家电行业比较分析
- (四) 影响家电业效益增长的因素分析

### 二、冰箱压缩机

- (一) 我国冰箱压缩机产销情况
- (二) 市场需求分析
- (三) 行业面临的发展环境
- (四) 压缩机技术发展趋势

### 三、制冷剂

- (一) 制冷剂(冷媒)发展历史
- (二) 制冷剂的分类
- (三) 制冷剂行业发展前景

## 第十章 我国电冰箱市场营销分析

### 一、中国家电业的销售渠道分析

- (一) 家电企业销售渠道的发展方向
- (二) 当前中国家电企业销售渠道的种类及特点
- (三) 家电连锁经营策略
- (四) 中国家电零售业竞争新焦点
- (五) 家电行业的品牌营销
- (六) 家电连锁行业态势
- (七) 家电销售新模式

### 二、中国冰箱营销渠道概况分析

- (一) 中国冰箱营销渠道的演变历史
- (二) 中国冰箱营销渠道的现状
- (三) 中国冰箱营销渠道的趋势分析

### 三、中国冰箱市场营销策略分析

## 第十一章 2008-2010年中国冰箱市场发展趋势及投资分析

### 一、我国冰箱市场发展预测分析

- (一) 环保节能冰箱将成发展主流
- (二) 农村市场将极度膨胀
- (三) 冰箱价格平稳下降

### 二、我国冰箱行业投资环境分析

### 三、我国冰箱行业投资周期分析

### 四、我国冰箱行业投资机会分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/3306.html>