

2022-2028年中国冰箱行业 分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国冰箱行业分析与投资战略报告》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/202112/256124.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

冰箱是保持恒定低温的一种制冷设备，也是一种使食物或其他物品保持恒定低温冷态的民用产品。箱体内有压缩机、制冰机用以结冰的柜或箱，带有制冷装置的储藏箱。

家用电冰箱的容积通常为20~500升。1910年世界上第一台压缩式制冷的家用电冰箱在美国问世。1925年瑞典丽都公司开发了家用吸收式冰箱。1927年美国通用电气公司研制出全封闭式电冰箱。1930年采用不同加热方式的空气冷却连续扩散吸收式电冰箱投放市场。1931年研制成功新型制冷剂氟利昂12。50年代后半期开始生产家用热电冰箱，中国从50年代开始生产电冰箱。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国冰箱行业分析与投资战略报告》共十三章。首先介绍了中国冰箱行业市场发展环境、冰箱整体运行态势等，接着分析了中国冰箱行业市场运行的现状，然后介绍了冰箱市场竞争格局。随后，报告对冰箱做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国冰箱行业发展趋势与投资预测。您若想对冰箱产业有个系统的了解或者想投资中国冰箱行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2019年中国家电行业运行整体综述

1.1 中国家电行业发展总体概况

1.1.1 我国家电行业30年历程回顾

1.1.2 国家政策促进家电业的良性发展

1.1.3 家电行业步入节能环保新时代

1.1.4 家电行业的发展特点

1.2 2015-2019年中国家电行业的发展

1.2.1 2019年中国家电行业发展综述

1.2.2 2018年我国家电行业发展状况回顾

1.2.3 2019年国内家电产业运行特点分析

1.2.4 2019年我国家电业经济运行综况

1.2.5 2019年我国家电行业发展简况

- 1.2.6 家电下乡实施成效
- 1.3 2019年中国家电行业市场竞争分析
 - 1.3.1 家电市场竞争升级主打服务战
 - 1.3.2 家电下乡或将改变农村家电市场竞争格局
 - 1.3.3 2019年家电行业价格战频发
 - 1.3.4 中国家电制造市场竞争战略的综述
 - 1.3.5 提升中国家电业核心竞争能力的对策
- 1.4 2019年中国家电行业存在的问题及对策
 - 1.4.1 我国家电行业发展的突出问题
 - 1.4.2 我国家电品牌发展面临的困难
 - 1.4.3 我国家电品牌发展战略分析
 - 1.4.4 促进我国家电行业转型升级的政策措施
 - 1.4.5 中国家电行业应对欧盟“绿色壁垒”的对策

第二章 2019年中国冰箱所属行业运行环境分析

- 2.1 2019年中国宏观经济环境分析
 - 2.1.1 中国GDP分析
 - 2.1.2 消费价格指数分析
 - 2.1.3 城乡居民收入分析
 - 2.1.4 社会消费品零售总额
 - 2.1.5 全社会固定资产投资分析
 - 2.1.6 进出口总额及增长率分析
- 2.2 2019年中国冰箱行业政策环境分析
 - 2.2.1 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
 - 2.2.2 家用电冰箱耗电量限定值及能源效率等级
 - 2.2.3 家用电器商品维修管理办法
- 2.3 2019年中国冰箱行业社会环境分析
 - 2.3.1 人口环境分析
 - 2.3.2 教育环境分析
 - 2.3.3 文化环境分析
 - 2.3.4 生态环境分析

2.4 2019年中国冰箱行业技术环境分析

第三章 2019年中国冰箱所属行业运行态势分析

3.1 中国冰箱市场发展概况

3.1.1 中国冰箱市场的发展阶段

3.1.2 影响冰箱产业发展的因素分析

3.1.3 中国冰箱产业逐步向上游扩容

3.1.4 中国冰箱行业整合趋势明显

3.1.5 国产冰箱产业全面进攻个性高端市场

3.2 2015-2019年中国冰箱行业运行分析

3.2.1 2019年中国冰箱行业呈高速增长态势

3.2.2 2019年中国冰箱市场发展综述

3.2.3 2019年中国冰箱行业发展状况综述

3.2.4 2019年中国冰箱市场发展态势透析

3.2.5 2019年冰箱行业发展概况

3.3 2019年中国冰箱市场消费分析

3.3.1 冰箱市场消费者行为分析

3.3.2 2019年中国冰箱市场的消费热点

3.3.3 2019年中国冰箱消费市场特征

3.3.4 中国冰箱市场显现“趋优消费”特征

3.3.5 节能减排成为冰箱消费重要因素

3.4 中国冰箱市场品牌的发展

3.4.1 2019年国内冰箱品牌的市场表现

3.4.2 2019年外资冰箱品牌产品策略分析

3.4.3 2019年中国冰箱市场品牌分析

3.4.4 2019年冰箱市场品牌分析

3.4.5 中国冰箱行业品牌发展趋势分析

3.5 2019年中国冰箱市场存在的问题及对策

3.5.1 本土高端品牌冰箱难获消费者钟爱

3.5.2 国产冰箱存在市场短板

3.5.3 中国冰箱行业面临四大发展隐患

3.5.4 中国冰箱产业发展的突破口

第四章 2015-2019年中国家用电冰箱产量统计分析

4.1 2015-2019年全国家用电冰箱产量分析

4.2 2019年全国及主要省份家用电冰箱产量分析

4.3 2019年家用电冰箱产量集中度分析

第五章 2015-2019年中国家用制冷电器具制造所属行业主要数据监测分析

5.1 2015-2019年中国家用制冷电器具制造所属行业规模分析

5.1.1 企业数量增长分析

5.1.2 从业人数增长分析

5.1.3 资产规模增长分析

5.2 2019年中国家用制冷电器具制造所属行业结构分析

5.2.1 企业数量结构分析

5.2.2 销售收入结构分析

5.3 2015-2019年中国家用制冷电器具制造所属行业产值分析

5.3.1 产成品增长分析

5.3.2 工业销售产值分析

5.3.3 出口交货值分析

5.4 2015-2019年中国家用制冷电器具制造所属行业成本费用分析

5.4.1 销售成本分析

5.4.2 费用分析

5.5 2015-2019年中国家用制冷电器具制造所属行业盈利能力分析

5.5.1 主要盈利指标分析

5.5.2 主要盈利能力指标分析

第六章 2019年冰箱细分品种的发展分析

6.1 对开门冰箱

6.1.1 法式对开门冰箱国际市场受青睐

6.1.2 中国对开门冰箱市场发展状况

6.1.3 中国高端对开门冰箱市场份额上升

6.1.4 中国对开门冰箱市场“价格战”分析

6.1.5 未来中国对开门冰箱市场增长态势看好

6.2 三开门冰箱

6.2.1 巨头推动三开门冰箱步入市场井喷期

6.2.2 我国三开门冰箱市场日渐火爆

6.2.3 传统三开门冰箱市场份额遭新品种冲击

6.3 小冰箱

6.3.1 小冰箱的概述

6.3.2 中国迷你冰箱市场发展状况

6.3.3 小冰箱外型独特占据市场商机

6.3.4 面对欧盟环保令小冰箱出口有隐忧

6.3.5 浅析小冰箱市场前景

6.4 高端冰箱

6.4.1 我国高端冰箱市场发展速度加快

6.4.2 我国高端冰箱市场价格运行态势简析

6.4.3 我国高端冰箱市场竞争状况综述

6.4.4 中国冰箱企业开拓高端领域存在的问题及对策

6.5 变频冰箱

6.5.1 变频冰箱的概念

6.5.2 我国变频冰箱市场运行综述

6.5.3 我国变频冰箱市场发展面临的困难

6.6 车载冰箱

6.6.1 车载冰箱的主要种类

6.6.2 中国车载冰箱市场状况

6.6.3 中国车载冰箱市场亟待预热

第七章 2019年中国农村冰箱市场运行态势透析

7.1 2019年中国农村冰箱市场的发展

7.1.1 中国农村冰箱市场开始启动

7.1.2 家电下乡农村冰箱市场发展分析

7.1.3 家电下乡中农村冰箱市场竞争格局

7.1.4 2019年我国农村冰箱市场竞争升级

7.2 2019年主要冰箱企业对农村市场的开拓

7.2.1 海尔冰箱在农村市场表现突出

- 7.2.2 美菱冰箱对农村市场的拓展
- 7.2.3 容声冰箱积极把握家电下乡机遇
- 7.2.4 索伊冰箱大力开拓农村市场
- 7.2.5 新飞冰箱农村市场销售情况
- 7.3 2019年中国农村冰箱市场发展存在的问题及对策
 - 7.3.1 中国农村冰箱市场存在的风险
 - 7.3.2 冰箱进攻农村市场需整合资源
 - 7.3.3 冰箱进攻农村市场需解决产品问题
 - 7.3.4 冰箱进攻农村市场需解决品牌推广问题
 - 7.3.5 冰箱进攻农村市场需解决售后服务问题
 - 7.3.6 进攻农村冰箱市场对三级市场的开发策略

第八章 2019年中国冰箱市场营销战略分析

- 8.1 2019年家电营销渠道分析
 - 8.1.1 中国家电渠道的发展演变
 - 8.1.2 中国家电渠道的演变动因
 - 8.1.3 中国家电企业销售渠道种类特点及选择
 - 8.1.4 我国家电网购渠道迅速发展
 - 8.1.5 家电网购渠道发展面临的主要问题
 - 8.1.6 中国家电渠道的发展趋势
- 8.2 2019年冰箱营销渠道总体概况
 - 8.2.1 中国冰箱营销渠道的演变
 - 8.2.2 我国冰箱营销渠道发展概况
 - 8.2.3 我国农村市场冰箱营销的渠道分析
 - 8.2.4 美菱冰箱携手国外连锁创新营销渠道
 - 8.2.5 中国冰箱营销渠道的趋势
- 8.3 2019年中国冰箱营销渠道对比分析
 - 8.3.1 区域多家代理制模式
 - 8.3.2 区域总代理制模式
 - 8.3.3 直供分销模式
- 8.4 2019年冰箱行业营销策略分析
 - 8.4.1 中国冰箱行业营销策略分析

- 8.4.2 重点冰箱品牌的营销策略
- 8.4.3 国内冰箱市场的价格策略
- 8.4.4 冰箱企业日益重视服务营销战略

第九章 2019年中国冰箱市场竞争格局分析

- 9.1 冰箱市场总体竞争格局
 - 9.1.1 我国冰箱市场格局分析
 - 9.1.2 我国冰箱高端市场内外资品牌的较量
 - 9.1.3 城市冰箱市场品牌竞争格局分析
- 9.2 2015-2019年冰箱市场竞争状况
 - 9.2.1 2019年冰箱市场竞争格局分析
 - 9.2.2 2019年冰箱市场高端产品竞争势态汹涌
 - 9.2.3 2019年五一冰箱市场打起少有价格战
- 9.3 2019年冰箱行业的技术竞争分析
 - 9.3.1 冰箱变频化成国内市场竞争大热门
 - 9.3.2 中国冰箱保鲜技术从单门冷藏到变频保鲜
 - 9.3.3 冰箱市场节能技术较量不断升级

第十章 国外重点企业运营态势分析

- 10.1 西门子
 - 10.1.1 公司简介
 - 10.1.2 西门子冰箱零度保鲜技术不断进步
 - 10.1.3 西门子冰箱销量走低
 - 10.1.4 西门子冰箱大范围降价促销及其原因分析
- 10.2 伊莱克斯 (ELECTROLUX)
 - 10.2.1 公司简介
 - 10.2.2 伊莱克斯的战略性营销变革
 - 10.2.3 伊莱克斯冰箱在华销量大幅下滑
 - 10.2.4 伊莱克斯冰箱在华发展的三大举措分析
- 10.3 松下电器
 - 10.3.1 公司简介
 - 10.3.2 对于松下品牌策略改变的思考

10.3.3松下冰箱在华品牌策略分析

10.3.4松下冰箱在华发展战略

10.3.5松下冰箱抢占高端冰箱市场

10.4 三星集团

10.4.1 公司简介

10.4.2三星冰箱在华品牌策略分析

10.4.3三星占据近三成美国对开门冰箱市场

10.4.4 三星冰箱凸显科技取胜之道

第十一章中国冰箱重点企业竞争性财务数据分析

11.1 青岛海尔股份有限公司

11.1.1 企业概况

11.1.2 企业主要经济指标分析

11.1.3 企业盈利能力分析

11.1.4 企业偿债能力分析

11.1.5 企业运营能力分析

11.1.6企业成长能力分析

11.2 合肥美菱股份有限公司

11.2.1 企业概况

11.2.2 企业主要经济指标分析

11.2.3 企业盈利能力分析

11.2.4 企业偿债能力分析

11.2.5 企业运营能力分析

11.2.6企业成长能力分析

11.3 海信科龙电器股份有限公司

11.3.1 企业概况

11.3.2 企业主要经济指标分析

11.3.3 企业盈利能力分析

11.3.4 企业偿债能力分析

11.3.5 企业运营能力分析

11.3.6企业成长能力分析

11.4 河南新飞电器有限公司

11.4.1 公司简介

11.4.2 新飞冰箱引领行业技术发展潮流

11.4.3 新飞冰箱借下乡政策“东风”促进自身发展

11.4.4 新飞冰箱销售简况

11.4.5 新飞电器新款节能冰箱有望诞生

第十二章 2019年中国冰箱相关产业分析

12.1 冰箱压缩机

12.1.1 五大企业瓜分世界冰箱压缩机市场

12.1.2 2019年我国修订冰箱压缩机国家标准

12.1.3 2019年中国冰箱压缩机市场依旧火热

12.1.4 高能效引导冰箱压缩机行业产品升级

12.1.5 我国主要冰箱压缩机企业发展策略简析

12.2 制冷剂

12.2.1 制冷剂的定义及性能要求

12.2.2 制冷剂的分类及特性

12.2.3 制冷剂的发展阶段

12.2.4 2018年我国制冷剂市场运行回顾

第十三章 2021-2027年中国冰箱行业的发展前景趋势分析（ ）

13.1 2021-2027年家电行业前景展望

13.1.1 家电行业发展潜力分析

13.1.2 我国家电行业未来发展格局

13.1.3 家电行业未来发展趋势分析

13.1.4 营养小家电未来市场前景广阔

13.2 2021-2027年冰箱行业发展趋势分析

13.2.1 冰箱行业的发展趋势及扩展方向

13.2.2 太阳能冰箱研究及应用前景分析

13.2.3 未来冰箱市场发展态势探讨

13.2.4 2019年我国冰箱行业发展形势探讨

13.2.5 2021-2027年中国冰箱行业预测分析

图表目录：

图表：2019年冰箱、空调、洗衣机产品中外品牌市场份额

图表：2019年主要空调品牌市场占有率

图表：2019年主要冰箱品牌市场占有率

图表：2019年主要电视品牌市场占有率

图表：2019年家电营销渠道分布结构

图表：2015-2019年电冰箱月度产量及同比变化

图表：2019年家电下乡电冰箱、洗衣机销售量及销售额

图表：2015-2019年电冰箱月度出口及同比变化

图表：2015-2019年电冰箱出口产品结构

图表：2015-2019年电冰箱月度出口均价变化趋势

图表：2019年度中国最受用户关注的15大冰箱品牌排名

图表：2019年度中国最受用户关注的15大冰箱品牌比例分布

图表：2019年度中国最受用户关注的前10款冰箱产品排名

图表：2019年海尔、西门子、容声冰箱品牌关注比例走势

图表：2019年度海尔冰箱品牌关注度流失状况

图表：2019年度西门子冰箱品牌关注度流失状况

图表：2019年度容声冰箱品牌关注度流失状况

图表：2019年度海尔、西门子、容声品牌重合度对比

图表：2019年度中国最受用户关注的10大国产冰箱品牌排名

图表：2019年度中国最受用户关注的10大国产冰箱品牌比例分布

图表：2019年海尔、容声、新飞冰箱在国产品牌中关注比例走势

图表：2019年度中国最受用户关注的8大国外冰箱品牌排名

图表：2019年度中国最受用户关注的8大国外冰箱品牌比例分布

图表：2019年西门子、松下、LG冰箱在外国品牌中关注比例走势

图表：2019年中国冰箱品牌关注排名

图表：2019年中国冰箱品牌关注比例分布

图表：2019年中国冰箱品牌关注排名对比

图表：2019年中国冰箱国际品牌关注排名

图表：2019年中国冰箱国际品牌关注排名比例

图表：2019年中国冰箱国内品牌关注排名

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/256124.html>