

2020-2025年中国冰箱行业市场前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国冰箱行业市场前景预测及投资战略研究报告》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.huaon.com/channel/fridge/616615.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

冰箱是保持低温的一种器具，通过使食物或其他物品保持恒定低温冷态以避免其腐败。古代冰箱内内挂锡裹，箱底有小孔，两块盖板的一块固定在箱口上，另一块为活板其中放入冰块保持箱内低温。现代电冰箱箱体内有压缩机、制冰机用以结冰的柜或箱，带有制冷装置的储藏箱。

据国家统计局数据显示，2019年全年中国电冰箱产量达到7904.3万台，累计增长8.1%。截止至2020年7月中国电冰箱产量为914.7万台，同比增长29.7%。累计方面，2020年1-7月中国电冰箱累计产量达到4691.3万台，累计下降2%。累计增长的下降主要是由于新冠疫情的影响，前几个月产量严重下滑。

2015-2020年7月全国冰箱产量统计

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 2017-2019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 2017-2019年中国家电行业的发展

1.2.1 2017年中国家电行业平稳运行

1.2.2 2018年中国家电行业运行现状

1.2.3 2019年中国家电行业发展动态

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 2017-2019年冰箱市场发展分析

2.1 2017-2019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 2017-2019年中国冰箱行业运行分析

2.3.1我国冰箱业结构调整加速

2.3.2我国冰箱业持续回暖

2.3.3我国冰箱电子商务市场分析

2.3.4我国冰箱市场发展分析

2020年新冠疫情对我国冰箱的销售产生了一定的冲击，整体上来看，2020年上半年，我国冰箱行业实现销量1506万台，同比下降4.6%，实现销售额392亿元，同比下降9.7%。其中线下渠道受到的冲击较大，2020年上半年，我国冰箱线下零售渠道销量为548万台，同比下降26.9%，销售额为216亿元，同比下降26.9；与线下渠道不同的是，线上渠道仍然保持增长，2020年上半年，我国冰箱线上零售渠道实现销量958万台，实现销售额176亿元，分别同比增长15.6%和11.2%，线上渠道的增长弥补了一定的线下渠道销售下滑。

2020年上半年中国冰箱行业销售量统计

2.3.5我国冰箱行业态势解析

2.4 2017-2019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 2017-2019年中国冰箱市场品牌的发展

2.5.1 2017年我国冰箱市场品牌分析

2.5.2 2018年我国冰箱市场品牌分析

2.5.3 2019年我国冰箱市场品牌分析

2.5.4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 中国冰箱产品产量数据

3.1 2017-2019年全国家用电冰箱产量分析

3.1.1 2017-2019年全国家用电冰箱产量趋势

3.1.2 2017年全国家用电冰箱产量情况

3.1.3 2018年全国家用电冰箱产量情况

3.1.4 2019年全国家用电冰箱产量情况

3.2 2017-2019年全国家用冷柜（家用冷冻箱）产量分析

3.2.1 2017-2019年全国家用冷柜（家用冷冻箱）产量趋势

3.2.2 2017年全国家用冷柜（家用冷冻箱）产量情况

3.2.3 2018年全国家用冷柜（家用冷冻箱）产量情况

3.2.4 2019年全国家用冷柜（家用冷冻箱）产量情况

第四章 2017-2019年冰箱细分品种的发展

4.1对开门冰箱

4.1.1法式对开门冰箱国际市场受青睐

4.1.2国庆期间对开门冰箱市场销售态势良好

4.1.3对开门冰箱市场销售情况分析

4.1.4对开门冰箱市场品牌竞争形势

4.1.5我国发布对开门冰箱送货安装规范

4.1.6传统对开门冰箱市场地位下降

4.1.7未来中国对开门冰箱市场增长态势看好

4.2三开门冰箱

4.2.1三开门冰箱市场发展状况

4.2.2 2019年三开门冰箱市场发展情况

4.2.3 2017年三开门冰箱市场品牌竞争形势

4.2.4 2018年三开门冰箱市场竞争情况

4.2.5 2019年三开门冰箱市场发展趋势

4.2.6我国三门冰箱市场竞争状况

4.3小冰箱

4.3.1小冰箱的概述

4.3.2中国迷你冰箱市场发展状况

4.3.3小冰箱外型独特占据市场商机

4.3.4面对欧盟环保令小冰箱出口有隐忧

4.3.5浅析小冰箱市场前景

4.4高端冰箱

4.4.1我国高端冰箱市场发展综述

4.4.2高端冰箱市场竞争白热化

4.4.3 2017年高端冰箱市场发展动态

4.4.4 2018年高端冰箱市场发展分析

4.4.5 2019年高端冰箱市场发展趋势

4.4.6我国高端冰箱发展存在的障碍

4.4.7冰箱企业开拓高端领域存在的问题及对策

4.5变频冰箱

4.5.1变频冰箱的概念

4.5.2我国变频冰箱市场运行综述

4.5.3变频冰箱行业发展面临的挑战

4.6车载冰箱

4.6.1车载冰箱的主要种类

4.6.2车载冰箱市场发展状况

4.6.3车载冰箱细分产品分析

4.6.4车载冰箱行业发展的的问题及对策

第五章 2017-2019年中国农村冰箱市场分析

5.1 2017-2019年中国农村冰箱市场的发展

5.1.1中国冰箱三四级市场发展剖析

5.1.2中国农村冰箱市场现状

5.1.3我国农村冰箱市场竞争升级

5.1.4主流冰箱品牌抢占农村市场

5.1.5传统对开门冰箱下乡市场分析

5.1.6农村冰箱市场面临洗牌

5.1.7农村家用冰箱本土化设计分析

5.2 2017-2019年主要冰箱企业对农村市场的开拓

5.2.1海尔冰箱抢占农村市场的策略

5.2.2美菱冰箱对农村市场的拓展

5.2.3索伊冰箱积极开拓农村市场

5.2.4新飞冰箱农村市场销售情况

5.2.5小天鹅冰箱把握下乡机遇

5.3中国农村冰箱市场发展存在的问题及对策

5.3.1中国农村冰箱市场存在的风险

5.3.2冰箱进攻农村市场需整合资源

5.3.3冰箱进攻农村市场需解决产品问题

5.3.4冰箱进攻农村市场需解决品牌推广问题

5.3.5冰箱进攻农村市场需解决售后服务问题

5.3.6冰箱三级市场的开发策略

第六章 2019年国外重点冰箱企业分析

6.1西门子

6.1.1公司简介

6.1.2西门子冰箱大范围降价促销及其原因分析

6.1.3西门子冰箱市场份额分析

6.1.4西门子冰箱注重技术研发

6.2伊莱克斯 (ELECTROLUX)

6.2.1公司简介

6.2.2伊莱克斯发展动态

6.3松下电器

6.3.1公司简介

6.3.2松下冰箱抢占高端冰箱市场

6.3.3松下推出三门冰箱新品

6.3.4松下冰箱开辟节能技术新思路

6.4三星集团

6.4.1公司简介

6.4.2三星双门冰箱销量领先

6.4.3三星冰箱技术亮点分析

第七章 2019年国内冰箱重点企业分析

7.1青岛海尔股份有限公司

7.1.1企业发展概况

7.1.2经营效益分析

7.1.3业务经营分析

7.1.4财务状况分析

7.1.5核心竞争力分析

7.1.6公司发展战略

7.1.1未来前景展望

7.2合肥美菱股份有限公司

7.2.1企业发展概况

7.2.2经营效益分析

7.2.3业务经营分析

7.2.4财务状况分析

7.2.5核心竞争力分析

7.2.6公司发展战略

7.2.1未来前景展望

7.3海信科龙电器股份有限公司

7.3.1企业发展概况

7.3.2经营效益分析

7.3.3业务经营分析

7.3.4财务状况分析

7.3.5核心竞争力分析

7.3.6公司发展战略

7.3.1未来前景展望

第八章 2017-2019年冰箱相关产业分析

8.1冰箱压缩机

8.1.1我国冰箱压缩机行业发展分析

8.1.2冰箱压缩机行业资本重组状况分析

8.1.3新政对冰箱压缩机市场的影响

8.1.4冰箱压缩机细分产品发展现状

8.1.5国内冰箱压缩机企业进行合理规划

8.1.6冰箱压缩机企业的发展出路

8.1.7“变频”将成冰箱压缩机未来发展重点

8.2制冷剂

8.2.1制冷剂的定义及性能要求

8.2.2制冷剂的分类及特性

8.2.3 2017年我国制冷剂市场行情分析

8.2.4 2018年我国制冷剂市场状况分析

8.2.5 2019年我国制冷剂市场动态分析

8.2.6我国制冷剂市场格局分析

8.2.7我国制冷剂行业发展思考

第九章 2017-2019年冰箱市场营销分析

9.1家电营销渠道分析

9.1.1中国家电渠道的发展演变

9.1.2中国家电渠道的演变动因

9.1.3我国家电网购渠道迅速发展

9.1.4家电网购渠道发展面临的主要问题

9.1.5我国家电专卖店营销策略解析

9.1.6中国家电渠道的发展趋势

9.2冰箱营销渠道总体概况

9.2.1中国冰箱营销渠道的演变

9.2.2我国冰箱营销渠道发展概况

9.2.3我国农村市场冰箱营销的渠道分析

9.2.4中国冰箱营销渠道的趋势

9.3中国冰箱营销渠道对比分析

9.3.1区域多家代理制模式

9.3.2区域总代理制模式

9.3.3直供分销模式

9.4冰箱重点品牌营销案例解析

9.4.1美的冰箱营销分析

9.4.2西门子冰箱营销分析

9.4.3海信冰箱营销分析

9.4.4多威尔电冰箱营销分析

9.5冰箱行业营销策略

9.5.1中国冰箱行业营销策略总体分析

9.5.2产品策略

9.5.3价格策略

9.5.4渠道策略

9.5.5促销策略

9.5.6服务战略

第十章 2017-2019年冰箱市场竞争分析

10.1中国家电行业竞争分析

10.1.1家电市场竞争升级主打服务战

10.1.2中国家电制造市场竞争战略的综述

10.1.3提升中国家电业核心竞争能力的对策

10.2冰箱市场总体竞争状况

10.2.1我国冰箱市场格局分析

10.2.2中国高端冰箱市场竞争白日化

10.2.3中国冰箱节能产品竞争激烈

10.2.4“后家电下乡”时期冰箱企业差异化竞争成主流

10.3冰箱行业的技术竞争

10.3.1冰箱市场节能技术较量不断升级

10.3.2容声冰箱市场竞争力强

10.3.3直流冰箱或成技术竞争的新突破

第十一章 冰箱行业的发展前景趋势预测

11.1家电行业前景展望「AK LZH」

11.1.1“十三五”中国家电业发展规划探析

11.1.2我国家电行业趋势分析

11.1.3家电行业发展潜力分析

11.2冰箱行业发展趋势分析

11.2.1“十三五”我国冰箱业面临的形势

11.2.2我国冰箱业发展空间广阔

11.2.3 2020-2025年中国冰箱行业预测分析

11.2.4冰箱行业的发展趋势及扩展方向

11.2.5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 中国出口电冰箱数量

图表 国内电冰箱进口数据

图表 八大电商平台冰箱销售额市场份额

图表 八大电商平台冰箱销售量市场份额

图表 八大电商平台冰消销售客单价及评论得分

图表 八大电商平台冰箱价格折扣率

图表 消费者冰箱品牌选择份额

图表 冰箱购买年龄阶段

图表 消费者冷冻室需求状况

图表 消费者购买冰箱颜色选择

图表 消费者对于冰箱外形风格倾向

图表 受访消费者所用冰箱概况

图表 受访消费者新购冰箱价格预期

图表 受访消费者处理废旧冰箱方式

图表 受访消费者新购冰箱关注点

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/fridge/616615.html>