

2018-2024年中国家用冰箱 市场深度研究与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国家用冰箱市场深度研究与市场需求预测报告》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.abaogao.com/b/xiaojiadian/B88477SOOD.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

数据显示，产量从2005年的3105.58万台增长至2016年的9238.30万台，年复合增长率为9.51%，2017年中国电冰箱累计产量将达9883.2万台，同比增长约6.9%。

城市市场较早完成了冰箱的普及，在经历了以旧换新和节能补贴等一系列政策的刺激后，大部分城市消费者都对冰箱有一定的产品认知，保留了一定的使用习惯。城市市场品质升级主要体现在，在新一波更新换代中，消费者对冰箱的温区结构和保鲜效果开始有一定的要求，以法式多门和十字4门为代表的多温区产品持续高增长，保鲜效果也成为企业宣传的侧重点。

据数据显示，在城市市场中接近30%的消费者选择了多温区产品，其中法式多门和十字4门分别占15%和11%，其他多门等异型门产品市场也迅速兴起。多温区产品充分满足消费者对食材进行分类和精细化存储的需求，符合当代年轻人的精致生活的态度。同时在城市市场，尤其是一线城市，受房屋格局的限制，两三门仍有一定的市场空间，其中高端风冷两三门在无霜和保鲜方面的优势明显，也成为城市市场品质升级中的增长点。

农村市场家电整体的普及节奏要比城市市场慢一拍，各品类的使用需求也与城市市场有所差异。其中冰箱市场以大容积为需求重点，尤其是大容积对开门产品备受青睐。一方面农村市场对冰箱基本没有尺寸上的限制，另一方面大容积对开大气的外观一定程度上迎合了消费者的心理需求。在农村市场，对开门产品零售量占比接近18%，同比增长3.1%。未来这一市场仍有扩大的空间。

综合以上，区域消费特点已经出现分化。企业在面对不同的区域市场需要进行针对性的产品布局，来抓住行业增长的机会点，同时提高自身产品线的整体效率。

报告目录：

第一章 家用冰箱行业综述分析

第一节 家用冰箱定义

第二节 家用冰箱行业发展历程

第三节 家用冰箱分类情况

第四节 家用冰箱行业供应链分析

一、行业上下游产业供应链简介

二、行业主要下游产业链分析

三、行业上游产业供应链分析

第五节 行业发展成熟度分析

- 一、行业发展周期分析
- 二、行业中外市场成熟度对比
- 三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 2017家用冰箱业发展环境分析

第一节 2017年家用冰箱业全球经济环境分析

- 一、全球经济总体情况
- 二、经济全球化现状

第二节 2014-2017年家用冰箱业国内宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、居民消费水平分析
- 三、恩格尔系数
- 四、工业发展形势分析
- 五、存贷款利率变化
- 六、财政收支状况

第三节 2017年家用冰箱业国内政策环境分析

- 一、产业相关政策及动向分析
- 二、相关法律法规解读
- 三、行业相关标准解析
- 四、行业监管部门及监管体制分析

第四节 2017年家用冰箱业国内社会环境分析

- 一、人口结构
- 二、就业率情况
- 三、人均收入水平

第五节 2017年家用冰箱业国内技术环境分析

- 一、国内家用冰箱技术发展现状
- 二、国内家用冰箱技术发展趋势
- 三、国内外行业技术差距对比分析

第三章 2014-2017年中国家用冰箱市场供需调查分析

第一节 2014-2017年中国家用冰箱市场供需分析

- 一、产品市场供给

二、产品市场需求

三、产品价格分析

四、主要渠道分析

第二节 2014-2017年中国家用冰箱市场特征分析

一、2014-2017年中国家用冰箱产品特征分析

二、2014-2017年中国家用冰箱价格特征分析

三、2014-2017年中国家用冰箱渠道特征

四、2014-2017年中国家用冰箱购买特征

第四章 中国家用冰箱行业区域市场分析

第一节 华北地区家用冰箱行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

第二节 东北地区家用冰箱行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

第三节 华东地区家用冰箱行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

第四节 华南地区家用冰箱行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

第五节 华中地区家用冰箱行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

第六节 西南地区家用冰箱行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

第七节 西北地区家用冰箱行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

第五章 家用冰箱行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争状况分析

第二节 行业竞争结构分析

1. 现有企业（品牌）间竞争

2. 潜在进入者分析

3. 替代品威胁分析

4. 产品/服务质量

5. 价格

第三节 行业集中度分析

第四节 家用冰箱行业市场竞争策略分析

1. 家用冰箱行业市场增长潜力分析

2. 家用冰箱行业产品竞争策略分析

3. 家用冰箱行业竞争格局展望

第五节 家用冰箱行业国际竞争力比较

1. 生产要素

2. 需求条件

3. 支援与相关产业

4. 企业战略、结构与竞争状态

5. 政府的作用

第六章 2014-2017年中国家用冰箱品牌消费者偏好深度调查

第一节 中国家用冰箱产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 中国家用冰箱产品的品牌市场调查

一、消费者对家用冰箱品牌认知度宏观调查

二、消费者对家用冰箱产品的品牌偏好调查

三、消费者对家用冰箱品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的风格

五、家用冰箱品牌忠诚度调查

第三节 不同客户购买消费行为分析

第七章 家用冰箱行业产品价格分析

第一节 价格特征分析

第二节 主要品牌企业产品价位

第三节 价格与成本的关系

第四节 行业价格策略分析

第五节 国内外经济形势对家用冰箱行业产品价格的影响

第八章 家用冰箱行业用户分析

第一节 家用冰箱行业用户认知程度

第二节 家用冰箱行业用户关注因素

1. 功能
2. 质量
3. 价格
4. 外观
5. 服务

第三节 用户的其它特性

第九章 家用冰箱行业技术工艺发展分析

第一节 当前家用冰箱行业技术应用情况分析

第二节 2011-2017年国内家用冰箱行业主要研发成果分析

第三节 国内家用冰箱行业相关专利分析

第四节 国内家用冰箱行业技术成熟度分析

第五节 国内主要企业技术工艺应用及研发情况

第六节 国内外家用冰箱行业技术工艺比较

第十章 家用冰箱国内重点生产厂家分析

第一节 A公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业产品结构分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向分析

第二节 B公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业产品结构分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向分析

第三节 C公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业产品结构分析
- 五、企业销售渠道与网络
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业最新发展动向分析

第四节 D公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业产品结构分析
- 五、企业销售渠道与网络
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业最新发展动向分析

第五节 E公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业产品结构分析
- 五、企业销售渠道与网络
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业最新发展动向分析

第六节 F公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业产品结构分析
- 五、企业销售渠道与网络
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业最新发展动向分析

第十一章 家用冰箱行业市场分析

第一节 市场规模分析

1. 2011-2017年家用冰箱行业市场规模及增速
2. 家用冰箱行业市场饱和度
3. 国内外经济形势对家用冰箱行业市场规模的影响
4. 2018-2024年家用冰箱行业市场规模及增速预测

第二节 市场结构分析

第三节 市场特点分析

1. 家用冰箱行业所处生命周期
2. 技术变革与行业革新对家用冰箱行业的影响
3. 差异化分析

第十二章 2018-2024年中国家用冰箱行业发展趋势分析

第一节 2018-2024年中国家用冰箱市场趋势分析

- 一、我国家用冰箱市场趋势总结
- 二、2018-2024年我国家用冰箱发展趋势分析

第二节 2018-2024年家用冰箱发展趋势分析

- 一、2018-2024年家用冰箱技术趋势分析
- 二、2018-2024年家用冰箱价格趋势分析

第三节 2018-2024年中国家用冰箱行业供需预测

- 一、2018-2024年中国家用冰箱供给预测
- 二、2018-2024年中国家用冰箱需求预测
- 三、2018-2024年中国家用冰箱价格预测

第四节 2018-2024年家用冰箱行业规划建议

- 一、2018-2024年家用冰箱行业整体规划
- 二、2018-2024年家用冰箱行业发展预测
- 三、2018-2024年家用冰箱行业规划建议

第十三章 家用冰箱企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、家用冰箱价格策略分析

二、家用冰箱渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高家用冰箱企业竞争力的策略

一、提高中国家用冰箱企业核心竞争力的对策

二、家用冰箱企业提升竞争力的主要方向

三、影响家用冰箱企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高家用冰箱企业竞争力的策略

第四节 对我国家用冰箱品牌的战略思考

一、家用冰箱实施品牌战略的意义

二、家用冰箱企业品牌的现状分析

三、我国家用冰箱企业的品牌战略

四、家用冰箱品牌战略管理的策略

第五节 专家建议

图表目录

图表：家用冰箱产业链分析

图表：家用冰箱上游供应分布

图表：家用冰箱下游需求领域

图表：家用冰箱行业生命周期

图表：2014-2017年家用冰箱行业市场规模分析

图表：2018-2024年家用冰箱行业市场规模预测

图表：2014-2017年中国家用冰箱行业供给规模分析

图表：2018-2024年中国家用冰箱行业供给规模预测

图表：2014-2017年中国家用冰箱行业需求规模分析

图表：2018-2024年中国家用冰箱行业需求规模预测

图表：2014-2017年中国家用冰箱行业企业数量情况

图表：2014-2017年中国家用冰箱行业企业竞争结构

图表：2012-2017年国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2017年居民消费价格涨跌幅度

图表：2017年居民消费价格比2016年涨跌幅度

图表：2012-2017年固定资产投资及其增长速度

图表：2012-2017年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2017年人口数及其构成

图表：2012-2017年农村居民收入及其增长速度

图表：2012-2017年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国家用冰箱行业投资风险分析

图表：中国家用冰箱行业发展趋势预测

略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/B88477SOOD.html>