

2018年中国冰箱行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国冰箱行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/bingxiang/369940369940.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

2018年上半年，冰箱整体市场表现几乎复制了去年上半年的情形，线下市场依然不振，线上市场继续高歌猛进，对行业的支撑作用越发明显。2018年上半年，冰箱线上零售额和零售量分别达到165亿元和842万台，同比增长34.3%、13.5%。在原材料上涨和消费升级等因素综合作用下，线上市场冰箱均价增长明显，增幅接近20%。

2018年上半年，冰箱线上产品结构升级进一步加速，对开门冰箱、多门冰箱（含十字对开门）成为零售额和零售量增长最快的品类，两者的零售额市场份额合计已经接近半壁江山，达到49.62%，较去年同期上升了5个百分点。多门冰箱（含十字对开门）的零售额增长最快，比去年同期增加了92.36%，零售量同比增幅也达到58.40%。对开门冰箱的零售额占比高于多门冰箱（含十字对开门），也有很不错的增长表现，零售额和零售量的增幅分别达到50.46%、39.34%。上述两个门体冰箱的增长幅度远高于其他门体。三门冰箱的零售额占比小幅下滑，同比微降约1个百分点至31.19%，零售量增幅则回落显著。双门冰箱和单门冰箱市场占比持续萎缩，双门冰箱的零售额份额为17.72%，比去年同期减少了5个百分点，零售额同比增速为13.28%，在各门体冰箱中仅高于单门冰箱。单门冰箱的零售额占比已经滑落至1.23%，零售额增幅好于去年同期，但也仅为5.14%，是增速最慢的品类。

2018年上半年线上冰箱不同开门数零售额占比情况

数据来源：观研天下数据中心整理

冰箱线上市场延续了大容积化的趋势。2018年上半年，281升以上冰箱的零售额市场份额，超过整体市场的一半，达到52.52%，比去年同期上升了3个百分点。值得注意的是，这个零售额份额是在其零售量占比仅为31.57%的情况下取得的。281升以上冰箱的零售额和零售量增幅在各门体冰箱中都是最高的，分别达到64.28%和48.79%。191-230升冰箱的零售额占比仅次于281升以上冰箱，达到22.5%，比去年同期略有增长，但是增速相比其他门体冰箱较低，为9.78%。在大容积冰箱的挤压下，150升以下小容积冰箱增长乏力。其中101-150升冰箱的零售额占比下滑至4.12%，同比增幅也只有13.29%。100升以下冰箱零售额占比下降最为明显，2018年上半年仅有1%，零售额同比增长了5.07%，零售额市场占比和增幅都是整体市场中最低的。

从价格来看，各价格段冰箱的增长延续了去年同期的趋势。略有不同的是，2000-3999元价格段冰箱取代4000-5999元价格段冰箱成为同比增长最快的价格段，两者以51.3%和45.3%的增幅位居整体市场前两位，这两个价格段与1000-1999元价格段的冰箱共同成为冰箱线上市场快速增长的主要推动力。2000-3999元价格段冰箱零售额占比最大，46.65%的市场占比远高于其他价格段。4000-5999元价格段冰箱的零售额市场占比去年同期有较大增长，从11%出头提升至17.62%，零售量占比也略有提升，达到5.97%。6000-9999元价格段冰箱以及10000元以上价格段冰箱的零售额市场占比低，较去年同期出现了不同程度的回落，但零售额同比增速依然可观，分别为28.4%和31.56%。999元以下价格段冰箱的零售额

增幅扭转了去年同期负增长的趋势。

从不同制冷方式看，风冷冰箱继续拉大与直冷冰箱的零售额占比差距，前者的零售额占比达到59.73%，增速也远远高于后者。不过在零售量占比上，风冷冰箱与直冷冰箱还有差距，直冷冰箱的零售量市场占比高出风冷冰箱14个百分点。

2018年上半年线上冰箱不同制冷方式零售量占比情况

数据来源：观研天下数据中心整理

2018年上半年，变频冰箱普及进一步提速，零售额和零售量的同比增幅均大幅领先于定频冰箱。变频冰箱的零售量份额虽然仅为22.15%，但零售额份额高达40.2%，零售额增幅达到66.95%。

随着原材料价格的上扬，在消费升级、结构优化、房地产市场低迷等多重因素交织影响下，冰箱线上市场的品牌竞争加剧，特别是在第二集团，各品牌间的市场份额差距逐渐缩小。整体来看，2018年上半年，冰箱线上市场的品牌格局保持稳定，延续了以往“一马当先，万马奔腾”的局面，海尔一枝独秀，保持对其他品牌的领先优势。中小品牌面临的生存压力持续加大，随着借助电商“爆冷”的几率逐渐变小，新一轮的市场洗牌不可避免。

值得注意的是，在线上品牌前十名中，除了西门子，外资品牌几乎全军覆没。西门子成为唯一可以保留在前十的外资品牌。但是，西门子昔日的高端品牌形象面对互联网的变革，能否顺利转型成功还需要更长时间的考验。

韩系家电代表三星和LG已经掉队，无论是零售额还是零售量前十排行榜上都没有了身影。近年来，三星和LG对中国白电市场的开拓力度和积极性都有所下降，特别是在蓬勃发展的电商渠道，三星和LG表现得有些“不思进取”，更遑论取得傲人的成绩，这与中国品牌积极拥抱电商，通过线上市场弥补线下的战略大相径庭。三星、LG在线上市场的失意，一方面是企业战略出现了偏差，另一方面也是因为国内品牌的崛起以及自身产品竞争力出现了下滑。比如，在最能直观反映消费者对于产品喜爱程度的零售额和零售量排行榜上，三星和LG没有一款冰箱上榜。线上的“失落”也折射出三星和LG在中国市场上的整体大幅退步。

相较第一集团的格局稳固，冰箱线上市场的第二集团争夺异常激烈。奥马这个电商时代的黑马逐渐褪色，零售量和零售额均跌至第八位。格力旗下的晶弘则表现抢眼，零售量和零售额双双闯入线上市场前十位。依靠在质量、能效和产品可靠性方面的出色表现，以及格力制造及核心科技方面的加持，晶弘冰箱近两年迅速崛起。比如，在市场上受到消费者追捧的变频无霜-5℃不结冰魔术冰箱，采用了晶弘独有的瞬间冷冻技术，可以实现水在-5℃下保持液态不结冰，这种技术能够瞬间微粒子冻结，因此在晶弘冰箱的瞬冷冻室内，食物可以不结霜不变色，维持原来的鲜嫩质感。在科技的支撑下，晶弘不仅实现了业绩的翻倍增长，也惠及了广大消费者。

昔日冰箱业“四朵金花”美菱冰箱线上的表现一直不佳，但是2018年5月开始线上份额有所提升，能否扭转线上颓势，还要看2018年下半年的表现。（GYZPP）

观研天下发布的《2018年中国冰箱行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》内容

严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国冰箱行业发展概述

第一节 冰箱行业发展情况概述

- 一、冰箱行业相关定义
- 二、冰箱行业基本情况介绍
- 三、冰箱行业发展特点分析

第二节 中国冰箱行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、冰箱行业产业链条分析
- 三、中国冰箱行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国冰箱行业生命周期分析

- 一、冰箱行业生命周期理论概述
- 二、冰箱行业所属的生命周期分析

第四节 冰箱行业经济指标分析

一、冰箱行业的赢利性分析

二、冰箱行业的经济周期分析

三、冰箱行业附加值的提升空间分析

第五节 国中冰箱行业进入壁垒分析

一、冰箱行业资金壁垒分析

二、冰箱行业技术壁垒分析

三、冰箱行业人才壁垒分析

四、冰箱行业品牌壁垒分析

五、冰箱行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球冰箱行业市场发展现状分析

第一节 全球冰箱行业发展历程回顾

第二节 全球冰箱行业市场区域分布情况

第三节 亚洲冰箱行业地区市场分析

一、亚洲冰箱行业市场现状分析

二、亚洲冰箱行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲冰箱行业市场前景分析

第四节 北美冰箱行业地区市场分析

一、北美冰箱行业市场现状分析

二、北美冰箱行业市场规模与市场需求分析

三、北美冰箱行业市场前景分析

第五节 欧盟冰箱行业地区市场分析

一、欧盟冰箱行业市场现状分析

二、欧盟冰箱行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟冰箱行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界冰箱行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球冰箱行业市场规模预测

第三章 中国冰箱产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品冰箱总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国冰箱行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国冰箱产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国冰箱行业运行情况

第一节 中国冰箱行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国冰箱行业市场规模分析

第三节 中国冰箱行业供应情况分析

第四节 中国冰箱行业需求情况分析

第五节 中国冰箱行业供需平衡分析

第六节 中国冰箱行业发展趋势分析

第五章 中国冰箱所属行业运行数据监测

第一节 中国冰箱所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国冰箱所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国冰箱所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国冰箱市场格局分析

第一节 中国冰箱行业竞争现状分析

一、中国冰箱行业竞争情况分析

二、中国冰箱行业主要品牌分析

第二节 中国冰箱行业集中度分析

一、中国冰箱行业市场集中度分析

二、中国冰箱行业企业集中度分析

第三节 中国冰箱行业存在的问题

第四节 中国冰箱行业解决问题的策略分析

第五节 中国冰箱行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国冰箱行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国冰箱行业消费特点

第二节 中国冰箱行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 冰箱行业成本分析

第四节 冰箱行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国冰箱行业价格现状分析

第六节 中国冰箱行业平均价格走势预测

一、中国冰箱行业价格影响因素

二、中国冰箱行业平均价格走势预测

三、中国冰箱行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国冰箱行业区域市场现状分析

第一节 中国冰箱行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地冰箱市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区冰箱市场规模分析

四、华东地区冰箱市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区冰箱市场规模分析

四、华中地区冰箱市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区冰箱市场规模分析

第九章 2016-2018年中国冰箱行业竞争情况

第一节 中国冰箱行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国冰箱行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国冰箱行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 冰箱行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国冰箱行业发展前景分析与预测

第一节 中国冰箱行业未来发展前景分析

一、冰箱行业国内投资环境分析

二、中国冰箱行业市场机会分析

三、中国冰箱行业投资增速预测

第二节 中国冰箱行业未来发展趋势预测

第三节 中国冰箱行业市场发展预测

一、中国冰箱行业市场规模预测

二、中国冰箱行业市场规模增速预测

三、中国冰箱行业产值规模预测

四、中国冰箱行业产值增速预测

五、中国冰箱行业供需情况预测

第四节 中国冰箱行业盈利走势预测

一、中国冰箱行业毛利润同比增速预测

二、中国冰箱行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国冰箱行业投资风险与营销分析

第一节 冰箱行业投资风险分析

一、冰箱行业政策风险分析

二、冰箱行业技术风险分析

三、冰箱行业竞争风险

四、冰箱行业其他风险分析

第二节 冰箱行业企业经营发展分析及建议

一、冰箱行业经营模式

二、冰箱行业销售模式

三、冰箱行业创新方向

第三节 冰箱行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国冰箱行业发展策略及投资建议

第一节 中国冰箱行业品牌战略分析

- 一、冰箱企业品牌的重要性
- 二、冰箱企业实施品牌战略的意义
- 三、冰箱企业品牌的现状分析
- 四、冰箱企业的品牌战略
- 五、冰箱品牌战略管理的策略

第二节 中国冰箱行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国冰箱行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国冰箱行业发展策略及投资建议

第一节 中国冰箱行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国冰箱行业定价策略分析

第三节 中国冰箱行业营销渠道策略

- 一、冰箱行业渠道选择策略

二、冰箱行业营销策略

第四节中国冰箱行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国冰箱行业重点投资区域分析

二、中国冰箱行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/bingxiang/369940369940.html>