

2024-2030年中国电冰箱市场研究与投资策略报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2024-2030年中国电冰箱市场研究与投资策略报告》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.chinairr.org/report/R06/R0604/202404/24-612143.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

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。

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。

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国电冰箱市场研究与投资策略报告》共七章。首先介绍了电冰箱行业市场发展环境、电冰箱整体运行态势等，接着分析了电冰箱行业市场运行的现状，然后介绍了电冰箱市场竞争格局。随后，报告对电冰箱做了重点企业经营状况分析，最后分析了电冰箱行业发展趋势与投资预测。您若想对电冰箱产业有个系统的了解或者想投资电冰箱行业，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、2022年全球电冰箱市场现状与特点

(一) 市场现状与特点

- 1、新基地不断涌现，第三次产业转移步伐加快
- 2、中国在全球市场中地位日益突出，家电巨头纷纷转变在华战略
- 3、变频冰箱引领世界潮流，产品创新成新增长点

(二) 重点国家和地区发展概述

- 1、高档冰箱遍布欧美市场，产品创新引领消费
- 2、韩日消费市场疲软，生产与销售转向国外

第二章、2022年中国电冰箱市场现状与特点

(一) 市场现状

- 1、市场发展规模
- 2、产品市场结构
- 3、产品价格结构
- 4、品牌市场结构
- 5、销售渠道结构
- 6、区域市场结构

(二) 市场特点

- 1、保鲜节能日受重视，个性化产品倍受青睐
- 2、大容积冰箱销量上升，电脑控温受宠
- 3、垄断结构稳定，国内品牌占有率降低
- 4、渠道结构变化明显，品牌专卖渐显优势
- 5、国内市场需求有限，海外市场依赖程度提高

第三章、2022年中国电冰箱市场供需分析

(一) 需求分析

- 1、消费特征分析
- 2、满意度分析

(二) 供给分析

- 1、产能过剩，低中端市场产品同质化严重
- 2、技术概念层出不穷，个性化产品纷纷现身

(三) 供需分析

- 1、国内供求矛盾明显，差异化需求形成
- 2、企业竞争加剧，规模化需求尚未形成

第四章、2022年中国电冰箱市场竞争格局与主力厂商市场竞争力评价

(一) 市场竞争格局

- 1、国外品牌加速渗透，国内品牌仍主导市场
- 2、城市以更新为主，农村以普及为主
- 3、二三线老品牌主攻区域市场，冰箱新军以区域市场作为突破点

(二) 主力厂商市场竞争力分析

- 1、评价指标体系建立
- 2、主力厂商竞争力评价

3、主力厂商竞争力对比分析

第五章、影响2022年中国电冰箱市场发展因素

(一) 有利因素

- 1、无氟承诺肃清不合格企业，能效标准出台提高行业整体水平
- 2、产业转移刺激国外参与者增多，市场竞争进入胶着状态
- 3、市场进入产业成熟期，差异化产品纷纷上市

(二) 不利因素

- 1、钢材价格上涨不利于新产品的开发
- 2、欧盟修订能效标识和指标短期内影响中国电冰箱出口
- 3、中国出口退税率降低增加电冰箱出口成本

第六章、2022年中国电冰箱市场趋势分析

(一) 产业结构持续调整，资源重组趋于活跃

(二) 保鲜、节能、低噪音成就变频冰箱流行趋势

(三) 产品功能需求多元化，加速市场细分

(四) 高端产品主打“技术牌”，中低端产品重视市场营销

(五) 渠道竞争加剧，零售终端管理不断升级

第七章、2022年中国电冰箱市场发展预测

(一) 预测模型建立

(二) 市场总量预测

- 1、2024-2030年中国电冰箱市场需求量预测
- 2、2024-2030年中国电冰箱市场规模总额预测

(三) 市场结构预测

- 1、产品价格结构预测
- 2、细分市场结构预测

八、市场发展策略建议

(一) 以产品创新提高品牌知名度，以营销创新提高市场占有率

(二) 时刻重视电冰箱产品最基本功能

(三) 把握市场需求变化，提高产品附加值

(四) 以技术提高高端产品销量，加大营销力度促进低端产品增长

(五) 拓展渠道，紧密控制零售终端

图表目录

图1 2022年中国电冰箱市场规模

图2 2017-2022年中国电冰箱市场销售量及变化

图3 2017-2022年中国电冰箱市场销售额及变化

图4 2017-2022年中国电冰箱市场平均价格及变化

图5 2017-2022年中国电冰箱市场复合增长分析

图6 2017-2022年中国电冰箱市场复合增长分析

图7 2022年中国电冰箱市场季度销售量及变化

图8 2017-2022年中国电冰箱市场季度销售量比较

图9 2022年中国电冰箱市场季度销售额及变化

图10 2017-2022年中国电冰箱市场季度销售额比较

图11 2022年中国电冰箱季度市场平均价格及变化

图12 2017-2022年中国电冰箱季度市场平均价格比较

图13 2022年中国电冰箱市场品种结构

图14 2022年中国电冰箱市场容积结构

图15 2017-2022年中国电冰箱市场容积结构变化

图16 2022年中国电冰箱市场细分结构

图17 2022年中国电冰箱细分市场结构

图18 2017-2022年中国电冰箱细分市场结构变化

图19 2022年中国电冰箱市场渠道销售量结构

图20 2022年中国电冰箱区域市场销售量与销售额结构比较

图21 2022年中国电冰箱区域市场销售量规模及增长

图22 2022年中国电冰箱区域市场销售额规模及增长

图23 2017-2022年中国电冰箱市场集中度(以销售量为计算标准)

图24 消费者预计购买电冰箱品种结构(按控制温度方式)

图25 消费者预计购买电冰箱品种结构(按冷冻冷藏功能分)

图26 消费者预计购买电冰箱的容量结构

图27 消费者预计再次购买电冰箱的消费价位

图28 消费者预计再次购买电冰箱的消费渠道

图29 消费者购买时考虑的主要因素分析

图30 消费者最喜欢的促销类型

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0604/202404/24-612143.html>