2013-2017年中国冰箱行业
市场运行情况及投资趋势研究报告

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

《2013-2017年中国冰箱行业市场运行情况及投资趋势研究报告》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/R0604/201305/15-132668.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

“家电下乡”政策边际效应递减、“以旧换新”政策退出等因素导致2012年我国冰洗行业景气度下降，1-12月份，我国冰箱产量7551.6万台，同比下降4.2%，销量7602.3万台，同比下降2.8%，洗衣机产量5581万台，同比增长0.4%，销量5567.3万台，同比下降0.

海尔占据绝对领先的市场地位，美的系、海信科龙系、美菱及奥马电器紧随其后。西门子、三星、LG、松下、伊莱克斯、惠而浦等外资品牌也占据了重要的市场地位，他们拥有较长的品牌历史和较高的品牌知名度，技术研发实力出众，实行提供高附加值产品的差异化策略，占据了冰箱的高端市场，品牌形象已深入高端消费者，尽管其产销量水平不高，但其产品附加值高，具备很高的毛利率水平

中国产业研究报告网发布的《2013-2017年中国冰箱行业市场运行情况及投资趋势研究报告》共九章。首先介绍了中国冰箱行业的概念，接着分析了中国冰箱行业发展环境，然后对中国冰箱行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国冰箱行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国冰箱行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

第一章 2012年中国冰箱产业发展概况
第一节2012年家用冰箱制冷系统部件节能研究新进展
一、箱体保温层的研究和改进
二、采用新型制冷剂的换热器设计
三、新型节流装置的采用
第二节 2012年中国冰箱技术水平解析
一、先进技术解析
二、中外技术对比
三、技术发展趋势
第三节 2012年中国电冰箱市场营销策略分析
一、提高品牌知明度
二、满足消费者需求

三、突出产品特点（性能、外型、体积）

第二章　中国冰箱市场运营态势分析
第一节 2012年中国冰箱市场运行总况
一、中国冰箱市场的发展阶段
二、冰箱行业加速市场洗牌
三、中国冰箱产业逐步向上游扩容
四、国产冰箱产业全面进攻个性高端市场
第二节 2012年中国冰箱节能新形态分析
一、冰箱进入节能时代
二、冰箱节能战全面打响
三、家电“以旧换新”将促进冰箱节能升级
第三节 2012年中国冰箱市场消费分析
一、冰箱市场消费者行为分析
二、2012年中国冰箱市场的消费热点
三、低能耗的节能冰箱市场倍受关注

第三章 中国冰箱行业发展环境分析
第一节 相关法律法规对冰箱行业节能减排的影响及风险分析
一、《节约能源法》
二、《循环经济促进法》
三、《节能减排综合性工作方案》
四、《可再生能源发电有关管理规定》
五、区域限批流域限批等政策
第二节 资源综合利用相关政策对冰箱行业的影响及风险分析
第三节 环境经济政策对冰箱行业的影响及风险分析
第四节 国内宏观经济环境分析
一、GDP历史变动轨迹分析
二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第四章 中国冰箱行业节能趋势研究

第一节 日耗电0.29度变频冰箱创节能新记录
第二节 消费者认知度增长节能冰箱推广有望
一、节能冰箱不再是销量的“杀手”
二、节能冰箱一年能省90元
三、选购冰箱认清能效标识
第三节 耗电量非节能冰箱唯一考量指标
一、推广节能冰箱意义重大
二、节能冰箱五一唱主角
三、不能只看耗电量一个指标

第五章 2012年中国冰箱行业节能产业运行动态分析
第一节2012年中国冰箱节能技术分析
一、新飞冰箱将走节能环保高技术型路线
二、容声冰箱获评中国冰箱业“节能标杆产品”
三、冰箱行业整体节能技术进步
第二节2012年中国冰箱节能产业运行态势分析
一、2012年节能减排工作重点分析
二、冰箱能效标准再攀新高
三、家电“以旧换新”将促进冰箱节能升级
四、冰箱能效标准将提高消费者看重节能
五、苏宁启动冰箱节能补贴计划
第三节 市场上流行的节能冰箱产品分析
一、容声BCD-179S/V
二、新飞BCD-186GSVI
三、美菱BCD-186ZM2 SG
四、海尔BCD-215KC F
五、美的BCD-199GSM

第六章 中国冰箱行业与“绿色信贷”分析
第一节 “赤道原则”与“绿色信贷”
第二节 商业银行绿色信贷机制的主要内容
第三节 “绿色信贷”助推电力行业节能减排

一、银行业对电力行业等高耗能、高污染工业的信贷政策
二、银行业对电力行业“绿色信贷”企业分类
三、银行业“绿色信贷”优化电力行业结构及影响

第七章 2012年中国冰箱制造业重点企业研究
第一节 青岛海尔股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、公司发展战略分析
第二节 青岛海信电器股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、公司发展战略分析
第三节 合肥美菱股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、公司发展战略分析
第四节 广东美的电器股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、公司发展战略分析
第五节 康佳集团股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、公司发展战略分析
第六节 河南新飞电器有限公司
一、企业概况

二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、公司发展战略分析
第七节 伊莱克斯（中国）电器有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、公司发展战略分析
第八节 苏州三星电子有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、公司发展战略分析
第九节 广东容声电器股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、公司发展战略分析
第十节 泰州乐金电子冷机有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、公司发展战略分析

第八章 2012年中国冰箱节能产业运行态势分析
第一节 冰箱企业工业管理的系统化设计
一、大中型电力企业节能环保设计
二、小型电力企业节能环保设计
三、全厂综合节能环保技术改造方案的实施
第二节2012年中国冰箱行业节能资金来源
一、国际节能技术交易市场的发展
二、国际节能服务投资的发展

1、国际节能服务模式
2、主要投资方
5、节能服务方案在中国的发展
第三节 节能减排行业风险投资状况及前景

第九章中国冰箱市场发展趋势分析
第一节 一二级城市冰箱销售市场空间大
一、一二级城市销售量预测分析
二、价格出现下探趋势
三、高端冰箱市场前景预测
第二节 中国冰箱三大流行趋势
一、保鲜冰箱永恒的主题
二、节能金融危机凸显重要性
三、杀菌健康功能受到关注
四、提醒对“螺丝刀冰箱”说“不”
第三节中国电冰箱市场消费趋向分析
一、舒适为主流变频成首选
二、节能促使消费选择与厂商推广逐渐契合
三、服务质量左右消费心理意向
四、电冰箱行业消费市场趋向成熟
第四节中国冰箱行业的发展趋势
一、冰箱行业的发展趋势及扩展方向
二、需求发生变化高端电冰箱消费进入提速期
三、中国冰箱技术竞争分析
四、节能冰箱将促进冰箱行业可持续发展
五、节能保鲜时尚成为冰箱产品的发展方向

图表目录

图表：2008-2012年中国电冰箱产量及增速统计
图表：2011-2012年中国电冰箱重点省市产量对比
图表：2012年中国电冰箱产量前5位省市对比
图表：2012年中国电冰箱前5位省市市场占有率分析

图表：2012年中国电冰箱重点省市产量及增长率统计表
图表：2012年中国电冰箱产量增长率排名前5位省市对比图
图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2013年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年中国冰箱行业市场运行情况及投资趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R06/R0604/201305/15-132668.html