

## 冰箱市场消费状况

伴随着严冬脚步的远去，冰箱市场也将迎来它的夏日。据专家分析，目前，我国的主要家电产品如彩电、洗衣机、冰箱等开始步入更新换代期，未来几年将是冰箱业发展的新一轮高峰期。那么目前冰箱消费状况如何，今年冰箱市场又将如何演绎？利用央视市场研究有限公司（CTR）全国读者调查（CNRS）的数据，我们能够获得许多有价值的信息。

本文分析采用的数据为 2001 年 7 月至 12 月的全国读者调查数据，调查范围覆盖全国 36 个城市，包括直辖市、省会及部分重要城市，总样本量达 38662 个，并经过加权处理，具有较高的准确性和代表性。

### 城市冰箱拥有率超过 90%

数据显示，目前全国城市家庭的总体冰箱拥有率达到了 90.95%，其中冰箱拥有率最高的 10 城市情况见图 1，可见目前一些大中城市冰箱市场已接近饱和。杭州、北京、深圳居民的冰箱普及率最高，几乎达到每个家庭一台。

图 1 10 城市家庭冰箱拥有率

## 未来市场容量超过 350 万

目前没有冰箱的家庭中有 10.09%表示在未来半年打算购买冰箱，目前已拥有冰箱的家庭中也有 5.29%表示将在半年内购买新冰箱，这意味着冰箱市场在未来半年中将有超过 350 万的市场容量，对于生产厂商来说无疑是个良好的商机。而且由于目前拥有冰箱的家庭众多，因此虽然表示半年内购买新冰箱的比例较低，总数却很大，达到了接近 300 万，占预购冰箱家庭的大部分。如果想吸引这些消费者，冰箱厂商不妨开展一些有针对性的措施，比如以旧换新，老顾客优惠等。

但是综合来看，各个城市消费者对冰箱的购买意愿存在一定差别，大城市未必增长大（指欲购者比例而不是绝对数量）。

图 2 20 城市未来半年冰箱预购率

由上图可以看出，昆明、南宁这样的中小城市消费者对冰箱的购买意愿反而相对高于北京、广州等经济较发达城市。

图3 各城市冰箱消费活力象限图

上图是 20 个主要城市的象限图，纵轴表示有半年内购买冰箱的意向，横轴表示目前冰箱拥有情况，以指数计算，中心点为 (100, 100)，换句话说，位于图中靠右靠上的位置即第 I 象限，表示冰箱拥有率和半年内预购率高；反之亦然，位于图中靠下靠左的位置即第 III 象限，表示冰箱拥有率和半年内预购率较低；第 II 象限则表示目前冰箱拥有率相对低但预购率相对高，第 IV 象限表示目前冰箱拥有率相对高但预购率相对低的区域。圆圈的大小则代表该城市的市场容量。从图中可以看出，苏州的冰箱消费倾向比较高，而长春、沈

阳、哈尔滨等城市冰箱消费倾向较弱，这可能与东北地区气候寒冷、冰箱需求有限不无关系。而北京、上海是两个容量庞大的市场，上海的消费活力要稍强些，紧随其后的就是武汉、天津、广州等地，这些将成为冰箱厂商的必争之地。

## 国产品牌还是外国品牌

根据调查对象提供的信息，在目前家庭拥有的冰箱中，排名前五位的品牌均为国产品牌。表示将在未来半年内购买新冰箱的家庭所希望购买的品牌中，国产品牌也排名靠前。这说明国产品牌的冰箱在消费者心目中占有重要的地位，大有可为。尤其是海尔，在目前拥有和希望购买的品牌中都位居第一，的确是值得骄傲的民族品牌。这一方面体现了国产冰箱相对于外国品牌具有一定的价格优势，也说明国产冰箱的各方面质量指标已逐渐与国际标准同步，并得到了广大消费者的认可。

此外，数据显示，在目前拥有冰箱的家庭中，前五大品牌已经占据了超过三分之一的份额，在半年内打算购买冰箱的消费者中前五大品牌合计超过了 80%，冰箱市场的激烈竞争由此可见一斑。

## 什么样的消费者会购买冰箱

有了广阔的市场前景，更重要的就是了解消费者特征，开展有针对性的营销活动，将潜在消费者变为实际消费者。根据数据显示，在未来半年打算购买冰箱的潜在消费者中，25-45岁的消费者占47.99%，无疑是冰箱购买的主力军。从全国来看，个人平均月收入在1000-1499以及1500元以上的消费者各占大约20%，近60%的冰箱预购者个人平均月收入低于1000元。大部分消费者表示购买耐用消费品的决策是一家人共同商量作出的，

那么这些潜在消费者对各种媒体的关注程度又如何呢？与总体人口相比，冰箱的潜在消费者中电视的重度观众（每周看电视20小时以上）较少，而经常阅读报纸、杂志的人更多。此外，潜在消费者也表现出比总体人口更爱听广播和上网的特征。因此，在冰箱厂家投放广告时，如果能适当的把报纸、杂志、广播甚至互联网作为昂贵的电视媒体的补充，有望在节约成本的情况下得到事半功倍的效果。

由于广播听众和网络使用者毕竟有限，均不足总体的40%，因此报纸杂志也许是吸引冰箱潜在消费者的更有效媒介。他们阅读报纸杂志时最关注的内容包括国内外新闻、教育/法制、影视娱乐和医疗保健等内容（见下图）。很显然，这些版面和栏目也应成为冰箱厂家吸引消费者注意力的理想位置。

以上为全国读者调查数据（CNRS）显示出的一些国内冰箱市场的消费状况，希望对冰箱厂家有所启示。