

# 2017-2023年中国SUV行业 分析与发展策略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2023年中国SUV行业分析与发展策略研究报告》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.abaogao.com/b/qiche/441043lZW5.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

SUV 渗透率难言见顶。近年来轿车增速明显放缓，2015 年首次出现负增长，SUV对轿车的结构替代仍在深化。需求方面，SUV 内部空间大、多用途，更符合换车需求的选择。供给方面，各大整车厂近年来纷纷加紧 SUV 产品布局，推出了多种优秀 SUV 产品，也促进了需求。

2013 年以来，SUV 销量年同比增速均保持在 30%以上。2016 年 SUV 销量达到 893.5万辆，同比增长 44%，而轿车销量 1213.8 万辆，同比增长4%。SUV 市场份额由 2012年的 12.9%提升至 2016 年的 37%。

SUV历年销量及增速（单位：万辆，%）

SUV月销量同比增速（单位：%）

SUV狭义乘用车销量占比（单位：%）

智研数据研究中心发布的《2017-2023年中国SUV行业分析与发展策略研究报告》共十一章。首先介绍了SUV相关概念及发展环境，接着分析了中国SUV规模及消费需求，然后对中国SUV市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国SUV面临的机遇及发展前景。您若想对中国SUV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SUV定义及分类1

1.1SUV概念和特点1

1.1.1SUV定义1

1.1.2SUV特点2

第二章SUV市场现状4

2.1 SUV市场总体现状4

2.1.1 中国SUV汽车市场规模4

2.1.2 中国SUV汽车市场地位4

- 2.1.3 中国SUV行业发展周期4
- 2.1.4 中国SUV市场4
- 2.2 2014-2016年SUV市场发展状况5
  - 2.2.1 2014-2016年中国SUV市场现状5
  - 2.2.2 2014-2016年SUV市场基本形势分析7
  - 2.2.3 2014-2016年SUV市场结构形势分析8
  - 2.2.4 2016上半年市场竞争形势分析10
- 2.3 2014-2016年中国SUV销量情况15
- 2.4 2016上半年中国SUV市场销量分析18
- 2.5 2014-2016年中国SUV生产情况29
- 2.6 2014-2016年中国SUV贸易情况43
  - 2.6.1 2014-2016年中国SUV进口情况45
  - 2.6.2 2014-2016年中国SUV出口情况49
- 2.7 2014-2016年世界SUV贸易情况53
  - 2.7.1 2014-2016年世界SUV进口情况53
  - 2.7.2 2014-2016年世界SUV出口情况54
- 2.8 SUV市场的发展前景和问题55
  - 2.8.1 SUV未来市场发展趋势55
  - 2.8.2 SUV未来市场面临的问题56

### 第三章 不同系别SUV发展状况60

- 3.1 三大派系SUV的特点60
  - 3.1.1 日系SUV引领市场潮流60
  - 3.1.2 欧美系SUV坚持追求品质61
  - 3.1.3 韩系SUV多方面保持特色63
- 3.2 自主品牌SUV发展概况63
  - 3.2.1 自主品牌SUV正在快速成长63
  - 3.2.2 自主品牌柴油SUV热销64
  - 3.2.3 2014-2016年中国自主品牌SUV发展分析66

### 第四章 城市型SUV70

- 4.1 城市SUV的相关概述70

- 4.1.1 城市SUV的概念70
- 4.1.2 城市SUV的兴起70
- 4.1.3 城市SUV的优势71
- 4.2 2014-2016年城市SUV发展概况71
  - 4.2.1 2014-2016年消费需求催生城市SUV71
  - 4.2.2 2014-2016年城市SUV是市场最大赢家71
  - 4.2.3 2014-2016年城市SUV成为玩家新宠72
  - 4.2.4 2014-2016年城市SUV占尽市场先机72
  - 4.2.5 2014-2016年城市SUV市场表现瞩目73
- 4.3 低端城市SUV国产车型对比73
  - 4.3.1 奇瑞瑞虎适合城市日常生活驾驶73
  - 4.3.2 江淮瑞鹰胜在安全性高75
  - 4.3.3 猎豹飞腾突出节能优势76
  - 4.3.4 长城哈弗突出越野性能77

## 第五章 经济型SUV79

- 5.1 经济型SUV的概念和分类79
  - 5.1.1 经济型SUV概念的出现79
  - 5.1.2 偏重越野类经济型SUV79
  - 5.1.3 都市休闲类经济型SUV79
  - 5.1.4 商务多功能类经济型SUV79
- 5.2 经济型SUV市场的走势概况79
  - 5.2.1 经济型SUV引爆市场80
  - 5.2.2 经济型SUV对市场的影响80
  - 5.2.3 经济型SUV市场格局将改写81
- 5.3 经济型SUV用户特征以及消费趋势分析82

## 第六章 SUV市场的竞争分析86

- 6.1 2014-2016年SUV市场的竞争状况86
  - 6.1.1 2014-2016年SUV市场竞争更趋白热化86
  - 6.1.2 2014-2016年主要SUV厂商竞争88
  - 6.1.3 2014-2016年豪华SUV的派系之争89

- 6.2 SUV市场进口、合资、自主品牌竞争分析90
  - 6.2.1 SUV市场“三足鼎立”的竞争格局90
  - 6.2.2 自主和外资品牌消费者认可度基本持平91
  - 6.2.3 进口高端SUV的竞争优势92
  - 6.2.4 高档SUV消费者更愿意选择合资品牌93
- 6.3 主要中小排量SUV车型竞争力浅析94
  - 6.3.1 途胜销量稳中有升94
  - 6.3.2 哈弗在自主品牌市场表现优异95
  - 6.3.3 狮跑市场销量欠佳97
  - 6.3.4 吉姆尼以另类开辟独特市场98

## 第七章SUV市场营销研究99

- 7.1 SUV的市场定位99
  - 7.1.1 SUV多品牌市场局面形成的原因分析99
  - 7.1.2 消费人群细分的四种类型99
  - 7.1.3 SUV的消费环境100
  - 7.1.4 SUV的目标消费群体100
- 7.2 SUV的产品策略101
  - 7.2.1 SUV产品组合策略101
  - 7.2.2 SUV产品生命周期分析102
  - 7.2.3 导入期的SUV产品营销策略103
  - 7.2.4 成长期的SUV产品营销策略104
- 7.3 SUV的价格策略105
  - 7.3.1 影响汽车价格的主要因素105
  - 7.3.2 SUV应采用竞争导向定价法107
  - 7.3.3 SUV的定价策略107
- 7.4 SUV的渠道策略111
  - 7.4.1 SUV销售网络地理分布特点及原因111
  - 7.4.2 SUV渠道管理方式112
  - 7.4.3 SUV渠道建设应遵循的主要原则113
- 7.5 SUV的促销策略115
  - 7.5.1 SUV消费者媒体接触习惯研究115

- 7.5.2 SUV的广告策略115
- 7.5.3 公共关系促销的特点117
- 7.5.4 SUV公共关系促销的表现方式118

## 第八章 中国SUV市场消费群体120

### 第九章 SUV优势企业122

- 9.1 长城汽车股份有限公司122
  - 9.1.1 公司简介122
  - 9.1.2 长城SUV经营状况122
  - 9.1.3 长城SUV的发展计划126
- 9.2 湖南长丰汽车制造股份有限公司126
  - 9.2.1 公司简介126
  - 9.2.2 经营状况126
- 9.3 河北中兴汽车制造有限公司130
  - 9.3.1 公司简介130
  - 9.3.2 战略规划132
- 9.4 郑州日产汽车有限公司133
  - 9.4.1 公司简介133
  - 9.4.2 发展规划134

### 第十章 中国SUV市场前景及趋势预测136

- 10.1 SUV的分析与趋势136
  - 10.1.1 SUV市场前景预测136
  - 10.1.2 SUV发展趋势预测136
  - 10.1.3 SUV市场竞争趋势136
  - 10.1.4 SUV车型发展趋势137
- 10.2 SUV的柴油化发展趋势138
  - 10.2.1 柴油SUV发展方向138
  - 10.2.2 柴油动力车发展趋势140

### 第十一章 SUV市场投资机会及建议142

- 11.1.1 SUV市场投资机会142
- 11.1.2 SUV市场投资环境142
- 11.1.3 SUV市场投资趋向142
- 11.1.4 SUV产品投资趋势143
- 11.1.5 SUV行业投资建议143 ( ZY LT )

部分图表目录：

- 图表2014-2016年上半年中国国产SUV市场销量与同期比较5
  - 图表 2014-2016年1-5月中国SUV市场长城品牌关注比例走势5
  - 图表 2014-2016年1-7月中国SUV品牌销量前十排名6
  - 图表 2016上半年SUV销量与销售环比7
  - 图表 2012与2011上半年SUV销售同比7
  - 图表 SUV市场构成8
  - 图表 2016上半年SUV档次区隔市场销量统计8
  - 图表 2016上半年SUV档次区隔市场份额统计8
  - 图表 2016上半年SUV档次区隔市场销量同比10
  - 图表 2016上半年车型起步价价位区间11
  - 图表 2016上半年三个价位区间车型的关注指数12
  - 图表 2016上半年三个价位区间车型的对比指数12
  - 图表 2016上半年三个价位区间车型的购车指数12
  - 图表 2016上半年三个价位区间车型的顾客保持率13
  - 图表 2014-2016年中国SUV销量趋势15
  - 图表 2014-2016年中国SUV销量排行16
  - 图表 2014-2016年中国SUV占全部车型销售份额17
- 更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/441043IZW5.html>