

2017-2023年中国SUV汽车行业分析与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2023年中国SUV汽车行业分析与投资方向研究报告》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/Q361895EXG.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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汽车全称是SportUtility Vehicle，中文意思是运动型多用途汽车。现在主要是指那些设计前卫、造型新颖的四轮驱动越野车。SUV一般前悬架是轿车型的独立悬架，后悬架是非独立悬架，离地间隙较大，在一定程度上既有轿车的舒适性又有越野车的越野性能。由于带有MPV式的座椅多组合功能，使车辆既可载人又可载货，适用范围广。

行业主要产品大类 按车型尺寸分 车型尺寸 代表车型 小型 长度≤4000mm 菲亚特Panda、瑞麒X1、众泰2008、众泰5008、哈弗M1、哈弗M4、金杯S30、瑞风s3 紧凑型 4000mm≤长度≤4300mm 景逸x3、MINI Countryman、猎豹CS7、哈弗M2、别克昂科拉、长安CS35、雪佛兰创酷、三菱新劲炫、哈弗h6、宝骏560、北京现代ix25、英致G3、中华V5、福特翼虎、日产逍客、北京现代新ix35、起亚智跑、大众途观、本田CR-V、北京现代全新途胜、江铃陆风X5、江淮瑞鹰、奇瑞瑞虎、海马S7、奔驰GLK、帝豪EX7、路虎极光、欧宝安德拉、雷诺科雷傲、讴歌RDX、力帆X60 中型 4300mm≤长度≤4600mm 本田CR-V、现代途胜、景逸SUV、日产逍客、现代ix35、起亚智跑、大众途观、江淮瑞鹰、奇瑞瑞虎、海马骑士、奔驰GLK、帝豪EX7、路虎极光、宝马X3、吉普牧马人二门版、欧宝安德拉、雷诺科雷傲、讴歌RDX 中大型 4600mm≤长度≤5000mm 众泰T600、猎豹Q6、奥迪Q5、宝马X3、大切诺基、大众途锐、凯迪拉克SRX、讴歌MDX、讴歌ZDX、宝马X5、保时捷卡宴、道奇酷威、比亚迪S6、猎豹CS6、长城哈弗H6、沃尔沃XC60、沃尔沃XC90、丰田FJ酷路泽、丰田汉兰达、全新胜达、陆风X8、陆风X6、江铃驭胜、三菱帕杰罗、奔驰G级、奔驰M级、路虎发现、路虎揽胜运动版、吉利全球鹰GX7、纳智捷大7、广汽传祺GS5 全尺寸 长度≥5000mm 别克昂克雷、凯迪拉克凯雷德、奥迪Q7、英菲尼迪QX56、林肯领航员、日产途乐、奔驰GL450、雷克萨斯LX570、丰田红杉、兰德酷路泽、悍马H2、福特Explorer、路虎揽胜 资料来源：公开资料整理

SUV主要品牌分类 - 代表车型 超豪华SUV：300万以上 日产Juke-R（约合357.09万）、路虎揽胜巅峰创世典藏版（339.8万）、奔驰G65 AMG（378万）、英特诺帝Artemis（398万起）、宾利添越（398万起）、世爵D12（608万）、凯佰赫战盾（898万起） 豪华SUV：100万-300万 保时捷卡宴GTS、凯迪拉克凯雷德、英菲尼迪QX56、奔驰GL550、雷克萨斯LX570、奔驰ML500、宝马X5 M、宝马X6 M、奔驰G63 AMG、丰田红杉、林肯领航员 高档SUV：60万-100万 保时捷Macan、路虎极光、讴歌RDX、吉普大切诺基、雷克萨斯RX350、英菲尼迪FX35、讴歌MDX、沃尔沃XC90、大众途锐、奥迪Q7 35 TFSI、奥迪SQ5、奔驰GLA45 AMG、丰田兰德酷路泽 中高档SUV：30万-60万 斯巴鲁驰鹏、丰田Venza、道奇酷威、MINI Paceman、宝马X1、宝马X3、沃尔沃XC60、奥迪Q5、丰田普拉多、丰田汉兰达、现

代维拉克斯、日产楼兰、比亚迪唐、福特探险者、路虎发现神行、林肯MKC 经济型SUV：12万-30万 荣威RX5、福特翼虎、江铃驭胜、东风风度MX6、广汽传祺GS5、中华V5、荣威W5、纳智捷大7SUV、欧宝安德拉、雷诺科雷傲、标致3008、斯巴鲁XV、北京现代全新途胜、本田XR-V、本田CR-V、大众途观、北京现代新ix35、日产逍客、哈弗H6、哈弗H8、哈弗H9、起亚智跑、奔腾X80、双龙柯兰多、双龙爱腾、双龙享御、丰田RAV4、斯柯达Yeti、绅宝X65、别克昂科威、全新胜达、北京现代ix25 实用型SUV：12万以下 景逸x3、景逸X5、陆风X5、哈弗H1、哈弗H2、众泰大迈X5、北汽幻速S2、北汽幻速S3、力帆X60、众泰5008、奇瑞瑞虎、哈弗M4、金杯S30、长安CS35、黄海旗胜F1、比亚迪S6 众泰T600 资料来源：公开资料整理

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：

第一部分 产业环境透视 1

第一章 中国SUV汽车行业发展综述 1

第一节 SUV汽车行业定义及分类 1

一、行业概念及定义 1

二、行业主要产品大类 1

三、SUV主要品牌分类 2

四、SUV汽车特性分析 3

第二节 SUV汽车发展历史分析 5

一、SUV汽车的起源 5

二、SUV汽车的演变 5

三、SUV与吉普车区别 5

第三节 汽车行业产销市场调研 6

一、汽车总市场发展状况分析 6

据中国汽车工业协会统计分析，2015年12月，汽车产销保持了回升态势，环比和同比自10月后连续三个月保持增长，产销量双双超过260万辆，再创历史新高。2015年，汽车产销呈小幅增长，增幅比上年同期有所减缓。

12月，汽车生产265.58万辆，环比增长4.09%，同比增长15.93%；销售278.55万辆，环比增长10.75%，同比增长15.39%。其中：乘用车生产232.10万辆，环比增长3.74%，同比增长19.41%；销售244.21万辆，环比增长10.85%，同比增长18.27%。商用车生产33.48万辆，环比增长6.63%，同比下降3.56%；销售34.34万辆，环比增长10.06%，同比下降1.62%。

2015年，汽车产销2450.33万辆和2459.76万辆，同比增长3.25%和4.68%，增速比上年同期减缓4.01个百分点和2.18个百分点。其中乘用车产销2107.94万辆和2114.63万辆，同比增长5.78%和7.30%；商用车产销342.39万辆和345.13万辆，同比下降9.97%和8.97%。

2005-2015年我国汽车产量走势图资料来源：汽车工业协会

2005-2015年我国汽车销量走势图资料来源：汽车工业协会

据海关统计：2015年，汽车商品进出口总额1573.72亿美元，同比下降13.96%。其中：进口金额773.26亿美元，同比下降21.58%；出口金额800.46亿美元，同比下降5.06%。

参考国家统计局及中国海关数据，2015年我国汽车制造业销售收入在66644.10亿元左右，年度进口总金额为5010.88亿元，出口金额为4840.61亿元，国内汽车制造业国内需求市场规模为66473.83亿元，规模较上年同期下滑1.6%。

二、乘用车市场发展状况分析 9

三、商用车市场发展状况分析 9

第四节 SUV汽车行业产业链分析 11

一、SUV汽车行业产业链简介 11

二、SUV汽车行业上游产业链分析 12

1、钢材市场运营及价格状况分析 12

2、轮胎市场运营及价格状况分析 17

第二章 SUV汽车行业市场环境分析 21

第一节 SUV汽车行业政策环境分析 21

一、汽车产业相关政策动向 21

二、汽车产业发展规划解读 30

第二节 SUV汽车行业经济环境分析 31

一、国际宏观经济环境分析 31

二、国内宏观经济环境分析 49

三、行业宏观经济环境分析 54

| | |
|-----------------------------|----|
| 第三节 SUV汽车行业需求环境分析 | 58 |
| 一、SUV汽车行业需求特征 | 58 |
| 二、SUV汽车行业需求趋势 | 65 |
| 第四节 SUV汽车行业贸易环境分析 | 66 |
| 一、行业贸易环境发展现状 | 66 |
| 二、行业贸易环境发展趋势 | 68 |
| 第五节 SUV汽车行业社会环境分析 | 70 |
| 一、行业发展与社会经济的协调 | 70 |
| 二、SUV销售与城市化协调分析 | 72 |
| 三、行业发展的地区不平衡问题 | 73 |
| 第六节 SUV汽车技术发展分析 | 73 |
| 一、SUV汽车主要技术分析 | 73 |
| 二、SUV汽车技术趋势分析 | 75 |
| | |
| 第二部分 行业深度分析 | 76 |
| 第三章 我国SUV汽车行业运行现状分析 | 76 |
| 第一节 我国SUV汽车行业发展状况分析 | 76 |
| 一、我国SUV汽车行业发展阶段 | 76 |
| 二、我国SUV汽车行业发展总体概况 | 78 |
| 三、我国SUV汽车行业发展特点分析 | 79 |
| 四、我国SUV汽车行业商业模式分析 | 80 |
| 第二节 2014-2016年SUV汽车行业发展现状 | 82 |
| 一、2014-2016年我国SUV汽车行业市场规模 | 82 |
| 二、2014-2016年我国SUV汽车行业发展分析 | 83 |
| 三、2014-2016年中国SUV汽车企业发展分析 | 84 |
| 第三节 2014-2016年SUV汽车市场情况分析 | 86 |
| 一、2014-2016年中国SUV汽车市场总体概况 | 86 |
| 二、2014-2016年中国SUV汽车产品市场发展分析 | 87 |
| 第四节 我国SUV汽车市场价格走势分析 | 87 |
| 一、SUV汽车市场定价机制组成 | 87 |
| 二、SUV汽车市场价格影响因素 | 88 |
| 三、2014-2016年SUV汽车产品价格走势分析 | 89 |

四、2017-2023年SUV汽车产品价格走势预测 89

第四章 我国SUV汽车行业整体运行指标分析 93

第一节 2014-2016年中国SUV汽车行业总体规模分析 93

一、企业数量结构分析 93

二、人员规模状况分析 93

三、行业资产规模分析 94

四、行业市场规模分析 94

第二节 2014-2016年中国SUV汽车行业产销情况分析 95

一、我国SUV汽车行业工业总产值 95

二、我国SUV汽车行业工业销售产值 95

三、我国SUV汽车行业产销率 95

第三节 2014-2016年中国SUV汽车行业财务指标总体分析 96

一、行业盈利能力分析 96

1、我国SUV汽车行业销售利润率 96

2、我国SUV汽车行业成本费用利润率 96

3、我国SUV汽车行业亏损面 97

二、行业偿债能力分析 97

1、我国SUV汽车行业资产负债率 97

2、我国SUV汽车行业利息保障倍数 98

三、行业营运能力分析 98

1、我国SUV汽车行业应收帐款周转率 98

2、我国SUV汽车行业总资产周转率 99

3、我国SUV汽车行业流动资产周转率 99

四、行业发展能力分析 100

1、我国SUV汽车行业总资产增长率 100

2、我国SUV汽车行业利润总额增长率 100

3、我国SUV汽车行业主营业务收入增长率 100

4、我国SUV汽车行业产值利税率 101

第三部分 市场供需分析调研 102

第五章 SUV汽车行业产业结构分析 102

| | |
|--------------------------|-----|
| 第一节 SUV汽车产业结构分析 | 102 |
| 一、市场细分充分程度分析 | 102 |
| 二、各细分市场领先企业排名 | 104 |
| 三、各细分市场占总市场的结构比例 | 106 |
| 四、领先企业的结构分析（所有制结构） | 106 |
| 第二节 产业价值链条的结构及整体竞争优势分析 | 107 |
| 一、产业价值链条的构成 | 107 |
| 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 | 107 |
| 第三节 产业结构发展预测 | 109 |
| 一、产业结构调整指导政策分析 | 109 |
| 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 | 109 |
| 三、中国SUV汽车行业参与国际竞争的战略市场定位 | 109 |
| 四、产业结构调整方向分析 | 110 |

第六章 SUV汽车行业产品市场调研 111

第一节 SUV汽车市场发展状况分析 111

一、SUV汽车总体市场调研 111

1、国产SUV市场调研 111

2、进口SUV市场调研 131

二、SUV车型结构特征分析 132

三、SUV市场发展特点分析 142

四、SUV细分市场走势分析 145

五、SUV主要车系走势分析 146

六、SUV厂家品牌销量走势 151

七、新能源SUV汽车市场调研 170

第二节 SUV汽车细分车型市场调研 171

一、大型SUV品牌市场调研 171

二、中大型SUV品牌市场调研 172

三、紧凑型SUV品牌市场调研 173

四、AO级SUV品牌市场调研 174

五、微型SUV品牌市场调研 174

第三节 SUV汽车分品牌市场调研 175

| | |
|-------------------|-----|
| 一、自主品牌SUV市场调研 | 175 |
| 二、合资品牌SUV市场调研 | 176 |
| 三、城市型SUV市场调研 | 176 |
| 四、经济型SUV市场调研 | 177 |
| 五、跨界型SUV市场调研 | 177 |
| 第四节 SUV汽车市场关注度分析 | 178 |
| 一、国产SUV关注度排行分析 | 178 |
| 二、进口SUV关注度排行分析 | 179 |
| 三、SUV汽车品牌关注度分析 | 180 |
| 四、SUV汽车厂商关注度分析 | 180 |
| 五、SUV汽车车型关注度分析 | 181 |
| 六、SUV不同配置关注度分析 | 182 |
| | |
| 第七章 SUV汽车市场营销策略分析 | 183 |
| 第一节 乘用车市场营销策略分析 | 183 |
| 一、国内汽车营销特点分析 | 183 |
| 二、乘用车市场营销模式分析 | 184 |
| 1、电子商务网络直销模式 | 184 |
| 2、4S店特许经营模式 | 184 |
| 3、普通经销商模式 | 184 |
| 4、汽车超市经营模式 | 185 |
| 5、独立经销商模式 | 185 |
| 三、乘用车市场营销模式改进空间 | 185 |
| 四、乘用车市场营销模式发展对策 | 186 |
| 第二节 SUV汽车行业营销策略分析 | 187 |
| 一、SUV汽车营销手段分析 | 187 |
| 二、SUV经销商营销思路分析 | 188 |
| 1、华泰现代新营销思路分析 | 188 |
| 2、陆风汽车“体验”营销模式 | 189 |
| 第三节 SUV汽车消费市场发展分析 | 190 |
| 一、SUV汽车消费市场调研 | 190 |
| 二、SUV市场消费观念分析 | 190 |

| | |
|------------------------|-----|
| 三、SUV车型消费价格分析 | 191 |
| 四、城市SUV消费群体分析 | 192 |
| 五、SUV女性消费群体分析 | 192 |
| 第四节 潜在汽车消费者媒体接触分析 | 193 |
| 一、潜在消费者主要媒体接触分析 | 193 |
| 二、潜在消费者获取汽车信息渠道 | 195 |
| 三、消费者网络订购汽车方式态度 | 197 |
| 第五节 中国汽车经销商广告投放分析 | 198 |
| 一、汽车经销商网络广告投放情况 | 198 |
| 二、重点广告主广告投放策略对比 | 199 |
| 三、汽车经销商网络广告投放趋势 | 200 |
| 第六节 SUV车型投诉统计状况分析 | 201 |
| 一、SUV汽车车型投诉统计状况分析 | 201 |
| 二、SUV行业车型投诉现状统计分析 | 206 |
| 1、SUV汽车车型投诉总体概况 | 206 |
| 2、SUV车价属性与投诉属性分析 | 207 |
| 3、SUV车型投诉品牌与地区分析 | 209 |
| 4、SUV车型投诉要点与方向分析 | 210 |
| 5、SUV车型投诉问题与处理效率 | 211 |
| 6、SUV车型投诉处理情况分析 | 214 |
| | |
| 第四部分 竞争格局分析 | 216 |
| 第八章 SUV汽车产业集群发展及区域市场调研 | 216 |
| 第一节 中国SUV汽车产业集群发展特色分析 | 216 |
| 一、长江三角洲SUV汽车产业发展特色分析 | 216 |
| 二、珠江三角洲SUV汽车产业发展特色分析 | 217 |
| 三、环渤海地区SUV汽车产业发展特色分析 | 218 |
| 四、闽南地区SUV汽车产业发展特色分析 | 219 |
| 第二节 SUV汽车重点区域市场评估 | 219 |
| 一、行业总体区域结构特征及变化 | 219 |
| 1、区域结构总体特征 | 219 |
| 2、行业区域集中度分析 | 223 |

- 3、行业区域分布特点分析 224
- 4、行业规模指标区域分布分析 225
- 5、行业效益指标区域分布分析 226
- 6、行业企业数的区域分布分析 227
- 二、SUV汽车重点区域市场调研 228
 - 1、江苏 228
 - 2、浙江 229
 - 3、上海 234
 - 4、福建 237
 - 5、广东 239

第九章 SUV汽车行业市场竞争状况分析 248

- 第一节 行业总体市场竞争状况分析 248
- 第二节 行业国际市场竞争状况分析 248
 - 一、国际SUV市场发展状况分析 248
 - 二、国际SUV市场竞争状况分析 248
 - 三、全球主要SUV企业发展分析 249
 - 1、克莱斯勒汽车公司 249
 - 2、萨博汽车公司 249
 - 3、路虎汽车公司 249
 - 四、国际SUV市场发展趋势分析 251
 - 五、世界主要车企未来总产能规划 251
- 第三节 行业国内市场竞争状况分析 252
 - 一、国内SUV行业的竞争格局 252
 - 二、国内SUV各品牌市场竞争 253
 - 1、SUV合资品牌市场竞争 253
 - 2、SUV自主品牌市场竞争 253
 - 三、国内SUV分车型市场竞争 254
 - 四、SUV行业市场发展支撑因素 254
 - 五、SUV市场发展的隐忧分析 255
 - 六、汽车消费税对SUV市场影响 258
 - 七、车企未来SUV产品规划分析 259

| | |
|---------------------------------|-----|
| 第四节 SUV汽车行业兼并与重组分析 | 259 |
| 一、SUV行业兼并与重组概况 | 259 |
| 二、外资SUV企业兼并与重组 | 260 |
| 三、内资SUV企业兼并与重组 | 260 |
| 四、SUV行业兼并与重组动向 | 261 |
| 第十章 2014-2016年SUV汽车行业领先企业经营形势分析 | 263 |
| 第一节 深圳市中汽南方投资集团有限公司 | 263 |
| 一、企业发展简况分析 | 263 |
| 二、企业经营情况分析 | 264 |
| 三、企业产品结构分析 | 264 |
| 四、企业销售渠道与网络 | 264 |
| 五、企业经营优劣势分析 | 264 |
| 六、企业最新发展动向分析 | 265 |
| 第二节 北京祥龙博瑞汽车服务(集团)有限公司 | 265 |
| 一、企业发展简况分析 | 265 |
| 二、企业经营情况分析 | 265 |
| 三、企业产品结构分析 | 266 |
| 四、企业销售渠道与网络 | 266 |
| 五、企业经营优劣势分析 | 266 |
| 六、企业最新发展动向分析 | 267 |
| 第三节 广汽丰田汽车有限公司 | 267 |
| 一、企业发展简况分析 | 267 |
| 二、企业经营情况分析 | 267 |
| 三、企业产品结构分析 | 268 |
| 四、企业销售渠道与网络 | 269 |
| 五、企业经营优劣势分析 | 270 |
| 六、企业最新发展动向分析 | 271 |
| 第四节 上海永达(集团)股份有限公司 | 271 |
| 一、企业发展简况分析 | 271 |
| 二、企业经营情况分析 | 272 |
| 三、企业产品结构分析 | 272 |

| | |
|------------------|-----|
| 四、企业销售渠道与网络 | 272 |
| 五、企业经营优劣势分析 | 272 |
| 六、企业最新发展动向分析 | 272 |
| 第五节 广汇汽车服务股份公司 | 273 |
| 一、企业发展简况分析 | 273 |
| 二、企业经营情况分析 | 274 |
| 三、企业产品结构分析 | 275 |
| 四、企业销售渠道与网络 | 276 |
| 五、企业经营优劣势分析 | 276 |
| 六、企业最新发展动向分析 | 277 |
| 第六节 中升集团控股有限公司 | 278 |
| 一、企业发展简况分析 | 278 |
| 二、企业经营情况分析 | 279 |
| 三、企业产品结构分析 | 282 |
| 四、企业销售渠道与网络 | 282 |
| 五、企业经营优劣势分析 | 283 |
| 六、企业最新发展动向分析 | 284 |
| 第七节 荣成华泰汽车有限公司 | 284 |
| 一、企业发展简况分析 | 284 |
| 二、企业经营情况分析 | 284 |
| 三、企业产品结构分析 | 285 |
| 四、企业销售渠道与网络 | 286 |
| 五、企业经营优劣势分析 | 286 |
| 六、企业最新发展动向分析 | 286 |
| 第八节 郑州日产汽车有限公司 | 287 |
| 一、企业发展简况分析 | 287 |
| 二、企业经营情况分析 | 288 |
| 三、企业产品结构分析 | 289 |
| 四、企业销售渠道与网络 | 289 |
| 五、企业经营优劣势分析 | 289 |
| 六、企业最新发展动向分析 | 290 |
| 第九节 河北中兴汽车制造有限公司 | 291 |

| | |
|-----------------------|-----|
| 一、企业发展简况分析 | 291 |
| 二、企业经营情况分析 | 291 |
| 三、企业产品结构分析 | 292 |
| 四、企业销售渠道与网络 | 293 |
| 五、企业经营优劣势分析 | 293 |
| 六、企业最新发展动向分析 | 294 |
| 第十节 北京现代汽车有限公司 | 295 |
| 一、企业发展简况分析 | 295 |
| 二、企业经营情况分析 | 295 |
| 三、企业产品结构分析 | 296 |
| 四、企业销售渠道与网络 | 297 |
| 五、企业经营优劣势分析 | 297 |
| 六、企业最新发展动向分析 | 298 |
| | |
| 第五部分 趋势预测展望 | 299 |
| 第十一章 SUV汽车行业投资分析与趋势分析 | 299 |
| 第一节 SUV汽车行业投资特性分析 | 299 |
| 一、SUV汽车行业进入壁垒分析 | 299 |
| 二、SUV汽车行业盈利模式分析 | 300 |
| 三、SUV汽车行业盈利因素分析 | 300 |
| 第二节 中国SUV汽车投资前景及建议 | 301 |
| 一、SUV汽车行业投资前景分析 | 301 |
| 1、行业政策风险分析 | 301 |
| 2、行业经济风险分析 | 301 |
| 3、行业经营风险分析 | 301 |
| 4、行业供求风险分析 | 302 |
| 5、行业原材料风险分析 | 303 |
| 二、SUV汽车行业投资建议 | 303 |
| 第三节 中国SUV市场发展趋势及预测 | 305 |
| 一、中国SUV市场发展趋势分析 | 305 |
| 二、中国SUV市场趋势预测分析 | 306 |

第十二章 2017-2023年SUV汽车行业投资机会与风险防范 308

第一节 SUV汽车行业投融资情况 308

一、行业资金渠道分析 308

二、固定资产投资分析 308

三、兼并重组情况分析 309

四、SUV汽车行业投资现状分析 311

1、SUV汽车产业投资经历的阶段 311

2、2014-2016年SUV汽车行业投资状况回顾 312

3、2014-2016年中国SUV汽车行业风险投资状况 314

4、2017-2023我国SUV汽车行业的投资态势 315

第二节 2017-2023年SUV汽车行业投资机会 316

一、产业链投资机会 316

二、细分市场投资机会 316

三、重点区域投资机会 316

四、SUV汽车行业投资机遇 317

第三节 2017-2023年SUV汽车行业投资前景及防范 318

一、政策风险及防范 318

二、技术风险及防范 318

三、供求风险及防范 319

四、宏观经济波动风险及防范 319

五、关联产业风险及防范 319

六、产品结构风险及防范 320

七、其他风险及防范 320

第四节 中国SUV汽车行业投资建议 321

一、SUV汽车行业未来发展方向 321

二、SUV汽车行业主要投资建议 321

三、中国SUV汽车企业融资分析 322

1、中国SUV汽车企业IPO融资分析 322

2、中国SUV汽车企业再融资分析 323

第六部分 投资前景研究 324

第十三章 2017-2023年SUV汽车行业面临的困境及对策 324

| | |
|-------------------------|-----|
| 第一节 2016年SUV汽车行业面临的困境 | 324 |
| 第二节 SUV汽车企业面临的困境及对策 | 325 |
| 一、重点SUV汽车企业面临的困境及对策 | 325 |
| 1、重点SUV汽车企业面临的困境 | 325 |
| 2、重点SUV汽车企业对策探讨 | 325 |
| 二、中小SUV汽车企业发展困境及策略分析 | 326 |
| 1、中小SUV汽车企业面临的困境 | 326 |
| 2、中小SUV汽车企业对策探讨 | 326 |
| 三、国内SUV汽车企业的出路分析 | 326 |
| 第三节 中国SUV汽车行业存在的问题及对策 | 327 |
| 一、中国SUV汽车行业存在的问题 | 327 |
| 二、SUV汽车行业发展的建议对策 | 328 |
| 1、把握国家投资的契机 | 328 |
| 2、竞争性战略联盟的实施 | 329 |
| 3、企业自身应对策略 | 330 |
| 三、市场的重点客户战略实施 | 331 |
| 1、实施重点客户战略的必要性 | 331 |
| 2、合理确立重点客户 | 331 |
| 3、重点客户战略管理 | 332 |
| 4、重点客户管理功能 | 334 |
| 第四节 中国SUV汽车市场发展面临的挑战与对策 | 335 |
| | |
| 第十四章 SUV汽车行业投资前景研究 | 338 |
| 第一节 SUV汽车行业投资前景研究 | 338 |
| 一、战略综合规划 | 338 |
| 二、技术开发战略 | 338 |
| 三、业务组合战略 | 340 |
| 四、区域战略规划 | 340 |
| 五、产业战略规划 | 341 |
| 六、营销品牌战略 | 341 |
| 七、竞争战略规划 | 342 |
| 第二节 对我国SUV汽车品牌的战略思考 | 343 |

| | |
|---------------------------|------------|
| 一、SUV汽车品牌的重要性 | 343 |
| 二、SUV汽车实施品牌战略的意义 | 344 |
| 三、SUV汽车企业品牌的现状分析 | 345 |
| 四、我国SUV汽车企业的品牌战略 | 346 |
| 五、SUV汽车品牌战略管理的策略 | 347 |
| 第三节 SUV汽车经营策略分析 | 348 |
| 一、SUV汽车市场细分策略 | 348 |
| 二、SUV汽车市场创新策略 | 349 |
| 三、品牌定位与品类规划 | 350 |
| 四、SUV汽车新产品差异化战略 | 353 |
| 第四节 SUV汽车行业投资规划建议研究 | 353 |
| 一、2016年SUV汽车行业投资规划建议 | 353 |
| 二、2017-2023年SUV汽车行业投资规划建议 | 354 |
| 三、2017-2023年细分行业投资规划建议 | 354 |
| | |
| 第十五章 研究结论及投资建议 | 356 |
| 第一节 SUV汽车行业研究结论及建议 | 356 |
| 第二节 SUV汽车子行业研究结论及建议 | 356 |
| 第三节 SUV汽车行业投资建议 | 357---ZYZL |
| 一、行业投资策略建议 | 357 |
| 二、行业投资方向建议 | 358 |
| 三、行业投资方式建议 | 359 |

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/Q361895EXG.html>