

2018-2023年中国SUV市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国SUV市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/278029CRRP.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-11-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国SUV市场深度调研与投资前景研究报告》介绍了SUV行业相关概述、中国SUV产业运行环境、分析了中国SUV行业的现状、中国SUV行业竞争格局、对中国SUV行业做了重点企业经营状况分析及中国SUV产业发展前景与投资预测。您若想了解对SUV产业有个系统的了解或者想投资SUV行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

SUV的全称是Sport Utility Vehicle，即运动型多用途汽车；另一说全称是Suburban Utility Vehicle，即城郊多用途汽车。这是一种拥有旅行车般的空间机能，配以货卡车的越野能力的车型。按照SUV的功能性，通常分为城市型与越野型，现在的SUV一般指那些以轿车平台为基础、在一定程度上既具有轿车的舒适性，又具有一定越野性的车型。由于带有MPV的座椅多组合功能，适用范围广。SUV的价位十分宽泛，路面上的常见度仅次于轿车。

据博思数据发布的《2018-2023年中国SUV市场深度调研与投资前景研究报告》表明：2018年上半年我国SUV产量达482.7万辆，累计增长3.6%。

指标	2018年6月	2018年5月	2018年4月	2018年3月	2018年2月
运动型多用途乘用车（SUV）产量_当期值(万辆)	73.9	72.7	81.2	95	
运动型多用途乘用车（SUV）产量_累计值(万辆)	482.7	406.8	334.1	252.9	158
运动型多用途乘用车（SUV）产量_同比增长(%)	1.5	1.8	11.2	5.4	
运动型多用途乘用车（SUV）产量_累计增长(%)	3.6	2.6	3.1	1.1	-1.6

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%。

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市场的趋势预测和问题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市场趋势分析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产品投资前景143

11.1.5 SUV行业投资建议143

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心指数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……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/278029CRRP.html>