

2025-2031年中国SUV市 场变革与投资策略调整报告

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

《2025-2031年中国SUV市场变革与投资策略调整报告》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/383827RVOO.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-01-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客户服务热线：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：《2025-2031年中国SUV市场变革与投资策略调整报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制，全面剖析了中国SUV市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议，规避市场风险，全面掌握行业动态。

第一章 SUV相关概述
第一节 SUV概念和特点
一、SUV简介
二、SUV的特点
三、SUV与吉普车的区别和联系
第二节 SUV历史
一、SUV的起源
二、SUV的演变
第三节 SUV细分
一、五大细分市场
二、两驱与四驱
第二章 2020-2024年中国SUV市场发展分析
第一节 中国SUV市场总体分析
一、市场驱动力分析
二、行业特点分析
三、市场基本格局
四、市场消费群体
第二节 2022年中国SUV市场发展分析
一、市场销量分析
二、市场份额分析
三、市场结构分析
四、市场特点分析
第三节 2023年中国SUV市场发展分析
一、市场销量分析
二、市场份额分析
三、市场结构分析
四、市场特点分析
第四节 2024年中国SUV市场发展分析
一、销量及份额概况
二、市场结构分析
三、市场特点分析
第五节 SUV市场消费需求分析
一、动力和功能是消费者考虑的首要因素
二、崇尚个性的SUV深得消费者青睐
三、优质SUV彰显品位和身份
四、SUV女性消费需求分析
第六节 SUV市场的问题和策略
一、SUV市场存在的问题
二、SUV市场发展的瓶颈
三、SUV市场面临的矛盾及对策
四、自主品牌拓展市场的策略
第三章 2020-2024年不同系别SUV发展分析
第一节 国内SUV市场各派系发展态势分析
一、德系
二、日系
三、美系
四、欧系（德国除外）
五、韩系
第二节 国内SUV市场美系与欧系的竞争趋势
一、美系SUV曾风靡一时
二、欧系SUV的竞争优势
三、欧系SUV后来居上
四、欧系SUV前景看好
第三节 自主品牌SUV发展态势分析
一、自主品牌SUV发展分析
二、自主中端SUV发展分析
三、自主低端SUV发展分析
四、自主中高端SUV发展分析
第四章 2020-2024年城市型SUV发展分析
第一节 城市SUV的相关概述
一、城市SUV的概念
二、城市SUV的兴起
三、城市SUV的特点
四、城市SUV的优势
第二节 2020-2024年城市SUV发展分析
一、消费需求催生城市SUV
二、城市SUV备受年轻人青睐
三、城市SUV市场持续火热
四、紧凑型城市SUV逐渐兴起
第三节 低端城市SUV国产车型对比
一、奇瑞瑞虎适合城市日常生活驾驶
二、江淮瑞鹰胜在安全性
三、猎豹飞腾不具备市场优势
四、长城哈弗突出越野性能
第四节 城市SUV的时尚潮流
一、城市SUV演绎“中性美”
二、城市SUV汉兰达独树一帜
三、城市SUV逍客引领Crossover风尚
四、城市SUV狮跑呈现硬汉本色
第五章 2020-2024年经济型SUV发展分析
第一节 经济型SUV的概念和分类
一、经济型SUV概念的出现
二、偏重越野类经济型SUV
三、都市休闲类经济型SUV
四、商务多功能类经济型SUV
第二节 2020-2024年经济型SUV市场态势分析
一、经济型SUV对市场的影响
二、经济型SUV市场发展态势
三、经济型SUV市场发展动态
四、经济型SUV安全性配置提升
第三节 经济型SUV

发展存在的问题一、经济型SUV并不经济二、经济型SUV技术和设计不达标三、经济型SUV市场定位不明确

第六章 2020-2024年中国SUV市场竞争分析

第一节 我国SUV市场竞争格局分析

- 一、SUV市场竞争的基本格局
- 二、高端SUV的竞争格局分析
- 三、次高端SUV的竞争格局分析
- 四、中端SUV的竞争格局分析
- 五、次中端SUV的竞争格局分析
- 六、低端SUV的竞争格局分析

第二节 SUV市场进口、合资、自主品牌竞争分析

- 一、竞争日趋白热化
- 二、市场价格战隐现
- 三、自主品牌形势严峻
- 四、合资品牌抢占市场

第三节 主要中小排量SUV车型竞争力浅析

- 一、途胜主打便宜实用
- 二、哈弗M4表现优异
- 三、狮跑市场销量欠佳
- 四、吉姆尼开辟独特市场
- 五、Jeep指南者引领市场

第七章 2020-2024年SUV市场营销研究

第一节 SUV的市场定位

- 一、SUV多品牌市场局面形成的原因分析
- 二、SUV市场细分变量的确定
- 三、消费人群细分的四种类型
- 四、SUV的消费环境
- 五、SUV的目标消费群体

第二节 SUV的产品策略

- 一、SUV产品组合策略
- 二、SUV产品寿命周期分析
- 三、导入期的SUV产品营销策略
- 四、成长期的SUV产品营销策略

第三节 SUV的价格策略

- 一、影响汽车价格的主要因素
- 二、SUV应采用竞争导向定价法
- 三、SUV的定价策略

第四节 SUV的渠道策略

- 一、SUV销售网络地理分布特点及原因
- 二、SUV渠道管理方式
- 三、SUV渠道建设应遵循的主要原则

第五节 SUV的促销策略

- 一、SUV消费者媒体接触习惯研究
- 二、SUV的广告策略
- 三、公共关系促销的特点
- 四、SUV公共关系促销的表现方式

第八章 SUV主要企业发展分析

第一节 长城汽车股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况
- 五、公司发展规划

第二节 奇瑞汽车股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况
- 五、公司发展规划

第三节 河北中兴汽车制造有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况
- 五、公司发展规划

第四节 郑州日产汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况
- 五、公司发展规划

第五节 北京现代汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况
- 五、公司发展规划

第九章 2025-2031年SUV的前景及趋势预测

第一节 SUV市场的前景及趋势分析

- 一、中国SUV市场趋势预测展望
- 二、未来SUV市场发展趋势
- 三、未来小型SUV市场前景看好
- 四、2025-2031年中国SUV市场预测分析

第二节 SUV的柴油化发展趋势

- 一、柴油SUV是未来SUV的发展方向
- 二、柴油动力车型将成为环保的先锋力量
- 三、柴油化SUV在中国的前景

图表目录

图表1 2020-2024年中国SUV市场分驱动方式销量情况

图表2 2020-2024年中国SUV市场两轮驱动车型的排量分布

图表3 2024年我国SUV市场销量月度走势情况

图表4 2024年SUV在狭义乘用车市场的份额变化情况

图表5 2020-2024年国产SUV细分市场份额变化情况

图表6 2024年国产SUV市场自主品牌和外资品牌份额情况

图表7 2024年我国SUV市场月度销量走势

图表8 2024年我国SUV销量月度增速走势

图表9 2024年我国SUV市场份额表现

图表10 2024年SUV市场外资与自主品牌份额表现

图表11 2024年我国SUV市场销量前十车型

图表12 2020-2024年SUV市场各级别份额走势

图表13 2020-2024年SUV市场各级别销量走势

年SUV各级别市场份额走势图表14 2020-2024年SUV市场各车系份额走势图表15 2020-2024年SUV各排量市场结构变化分析图表16 2024年国产外资SUV分派系市场份额变化图表17 2024年国产SUV市场分派系销量结构占比变化图表18 2024年自主SUV中分类型销量占比结构图表19 2024年自主与外资SUV在细分市场的份额变化图表20 2024年中端SUV市场销量前十车型排名图表21 2024年SUV档次区隔市场份额统计图表22 SUV市场的利益导向车型分布格局图表23 2024年高端SUV市场竞争来源结构图表24 2024年次高端SUV市场竞争来源结构图表25 2024年中端SUV市场竞争来源结构图表26 2024年次中端SUV市场竞争来源结构图表27 2024年低端SUV市场竞争来源结构图表28 年龄与购车目的之间关系图表29 性别与购车注重因素关系图表30 消费者对价格的承受能力更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidat.com/report/383827RVOO.html>