艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国SUV市场分析预测及发展趋势研究报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2012-2016年中国SUV市场分析预测及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址： https://www.icandata.com/view/190410.html

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联 系 人 ： 刘老师

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、摘要、目录、图表

2010年SUV销售132.60万辆，同比增长101.27%，高于乘用车平均增速68个百分点。2.0升及以下车型仍呈现高速增长，保持了市场占有率第一(市场份额占到SUV销售总量的60%)的位置，其中2.0升及以下四驱车型销售30.11万辆，两驱销售49.87万辆，同比增长均超1倍。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国SUV市场分析预测及发展趋势研究报告》共十七章。首先介绍了中国SUV行业市场发展环境、中国SUV整体运行态势等，接着分析了中国SUV行业市场运行的现状，然后介绍了中国SUV市场竞争格局。随后，报告对中国SUV做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国SUV行业发展趋势与投资预测。您若想对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。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

第一章 中国SUV产业市场运行环境分析
第一节 国内SUV经济环境分析
一、GDP历史变动轨迹分析
二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、2012年中国SUV经济发展预测分析
第二节 中国SUV行业政策环境分析

第三章 中国SUV上游行业发展变化及影响
第一节 钢铁行业发展变化及影响
一、2011年下半年钢材市场发展预测
二、汽车用钢需求增长强劲
第二节 橡胶行业发展变化及影响
一、橡胶行业发展变化展望
二、车用橡胶制品发展趋势
第三节 石油行业发展变化及影响
一、油价走势
二、影响分析

第三章 我国SUV行业发展历程
第一节 SUV定义及简介
第二节 SUV发展历程
一、需求心理上的三个阶段
二、我国SUV发展一波三折
第三节 SUV对乘用车行业发展的贡献度

第三章 SUV行业发展特点
第一节 SUV行业竞争特点
一、新产品更新换代频繁
二、价格战起伏不断
第二节 自主品牌中高档市场竞争力薄弱

第四章 SUV行业发展瓶颈
第一节 能源问题制约SUV的长期发展
第二节 政策限制考验
第三节 SUV自身难以突破的瓶颈

第五章 中国SUV发展现状及特点分析
第一节 现阶段我国SUV市场发展现状
一、市场规模扩张迅速
二、市场步入黄金发展时期
三、2011年SUV市场分析
第二节 现阶段我国SUV市场场发展特点
一、SUV市场凸显"马太效应"
二、细分加剧 市场呈现多元化
三、小排量SUV渐成新宠
四、自主品牌面临考验
第三节 2011年中国SUV市场运行动态分析
一、中高级SUV市场进口车型增长分析
二、高级SUV市场的畅销榜
三、SUV呈高端消费趋势

第六章 中国SUV市场格局分析
第一节 两极分化加剧市场趋向高端
一、高端SUV高烧不退
二、中低档SUV陷入销售瓶颈
三、中国SUV市场短期内向高档靠拢
第二节 城市SUV走俏 传统越野转战二三级市场
一、城市、越野发展轨迹清晰
二、近三年城市SUV市场份额不断增加
三、SUV由越野向城市化转变
第三节 四驱比重提升 1.6-2.0L贡献大
第四节 小排量车增长迅速 2.0L成分界点

第七章 中国SUV市场竞争态势分析
第一节 2011年中国SUV市场竞争状况
一、市场竞争尚未充分 战事将继续升温
二、城市SUV竞争激烈
第二节 2011年中国SUV市场竞争压力加大
一、SUV市场今年维持"井喷"
二、国产SUV竞争压力加大
三、进口SUV高端市场争夺激烈
第三节 汽车消费结构升级 豪华SUV市场硝烟弥漫
一、市场争奇斗艳
二、战场硝烟弥漫

第八章 中国SUV市场消费者调研与营销策略分析
第一节 2011年中国SUV市场消费者研究——消费群体
一、SUV成女性消费者新宠同比销售增长趋势分析
二、两亿"80后"人群渐成购车新势力
三、新富阶层崛起，带来汽车市场新变化
第二节 2011年中国SUV市场消费者研究——消费取向
一、SUV攻占消费心理的几大优势
二、个性消费诉求凸显 后选车关注点分析

三、首次购车者更看重油价
第三节 2011年中国SUV市场消费者研究——消费动机
一、家庭换车SUV成首选
二、奥运掀运动风潮 SUV脱颖而出
第四节 营销策略观察
一、国内SUV营销策略面临变局
二、中国SUV的营销策略性思考
三、华泰掀起中国SUV文化营销浪潮

第九章 中国SUV合资品牌产品分析
第一节 东风本田CR-V
第二节 北京现代途胜
第三节 东风悦达•起亚狮跑
第四节 一汽丰越兰德酷路泽
第五节 四川一汽丰田普拉多
第六节 长丰三菱帕杰罗

第十章 中国SUV纯自主品牌产品分析
第一节 长城哈弗
第二节 奇瑞瑞虎
第三节 长丰猎豹
第四节 中兴驰野
第五节 中兴无限
第六节 中兴旗舰
第七节 丹东黄海翱龙
第八节 丹东黄海挑战者
第九节 北汽福田传奇
第十节 众泰2008
第十一节 吉奥GS50

第十一章 中国SUV衍生自主品牌产品分析
第一节 华泰圣达菲

第二节 华泰特拉卡
第三节 郑州日产奥丁
第四节 郑州日产帕拉丁
第五节 北汽制造骑士
第六节 江淮瑞鹰
第七节 江铃陆风
第八节 东南富利卡
第九节 庆铃竞技者

第十二章 品牌市场占有率及竞争力排名
第一节 近三年主要SUV品牌的销量情况
第二节 品牌销量排名
第三节 SUV品牌竞争力排名
一、第一集团实力型
二、第二集团亚实力型合资品牌
三、第二集团亚实力型自主品牌
四、第三集团潜力型

第十三章 中国SUV品牌竞争力分析
第一节 合资品牌产品
一、东风本田CR-V
二、 北京现代途胜
三、东风悦达•起亚狮跑
四、一汽丰越兰德酷路泽
五、四川一汽丰田普拉多
六、长丰三菱帕杰罗
第二节 纯自主品牌产品
一、长城哈弗
二、奇瑞瑞虎
三、长丰猎豹
四、中兴驰野
五、中兴无限

六、中兴旗舰
七、丹东黄海翱龙
八、丹东黄海挑战者
九、北汽福田传奇
十、众泰2008
十一、吉奥GS50
第三节 衍生自主品牌产品
一、华泰圣达菲
二、泰特拉卡
三、郑州日产奥丁
四、郑州日产帕拉丁
五、北汽制造骑士
六、江淮瑞鹰
七、江铃陆风
八、东南富利卡
九、庆铃竞技者

第十四章 中国SUV企业市场占有率
第一节 近三年主要SUV企业的销量情况
一、各主要企业SUV增长状况
二、各主要企业SUV所占业务比重
第二节 企业销量排名

第十五章 中国SUV 重点企业的策略分析
第一节 长城
一、长城汽车发展现状以及企业基本情况
二、国内市场表现
三、创新研发现状和方向
四、近期发展规划和成效
五、发展历程重大事件
六、长城汽车三款SUV的市场定位及推广方向
第二节 东风本田

一、东风本田用绿色价值观发展主力车型
二、定位准、性价比高让CR-V畅销
第三节 奇瑞
一、奇瑞的SUV规划
二、奇瑞公司发展历程及大事记

第十六章 2012-2016年中国SUV趋势预测分析
第一节 2012-2016年中国SUV行业趋势
一、SUV将保持高速平稳发展态势
二、竞争格局生变 市场向中高档迈进
三、城乡需求差异显著 柴油SUV有望攻占二线城市
第二节 2012-2016年中国SUV 产品趋势
一、SUV趋向节能环保
二、跨界车型成SUV重点发展方向之一
三、车型趋于轿车化

第十七章 2012-2016年中国SUV需求预测分析
第一节 2012-2016年中国SUV市场空间
第二节 2012-2016年中国SUV销量预测
一、中长期预测
二、短期预测

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值
图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度
图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）
图表：2005-2011年国家外汇储备
图表：2005-2011年财政收入
图表：2005-2011年全社会固定资产投资
图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）
图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力
图表：……

更多图表详见正文……

通过《2012-2016年中国SUV市场分析预测及发展趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：https://www.icandata.com/view/190410.html

三、研究方法

1、系统分析方法
2、比较分析方法
3、具体与抽象方法
4、分析与综合方法
5、归纳与演绎方法
6、定性分析与定量分析方法
7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 http://www.stats.gov.cn

中华人民共和国国家工商行政管理总局 http://www.saic.gov.cn

中华人民共和国海关总署 http://www.customs.gov.cn

中华人民共和国商务部 http://www.mofcom.gov.cn

中国证券监督管理委员会 http://www.csrc.gov.cn

中华人民共和国商务部 http://www.mofcom.gov.cn

世界贸易组织 https://www.wto.org

联合国统计司 http://unstats.un.org

联合国商品贸易统计数据库 http://comtrade.un.org

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。