



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国SUV市场需 求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国SUV市场需求及投资前景分析报告》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/285779.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

SUV的全称是Sport Utility Vehicle，即"运动型多用途车"，主要是指那些设计前卫、造型新颖的四轮驱动越野车。随着人们生活水平的提高，这种汽车不局限于越野，而且还广泛用于城市休闲生活等多种用途。

2013年，SUV市场销售301.79万辆，销量呈增长趋势，同比增幅达到50%。2014年国内SUV累计销售407.79万辆，同比增长36.44%。2015年，SUV产量继续保持高速增长，2015年SUV销量为622.03万辆，同比增长52.39%。长时间以来，国内SUV市场一直是合资品牌和自主品牌两分的局面，两者之间各有各的市场，自主品牌SUV生产商迅速发展的同时，竞争压力凸显。国际各大汽车制造商纷纷鏖战中国市场，新车型不断上市，汽车价格不断降低，竞争十分激烈。SUV作为都市新兴购车族偏爱的车型，已经成为近几年汽车市场增长的主力。

受益于购置税减半政策，预计2016年中国汽车销量可达2770万辆，同比增长12.6%。全球市场看，预计2017年全球汽车销量增速2%，中国依旧为全球市场主要增量来源。7.5%购置税政策下，预计2017年中国汽车销量2981万辆，同比增长7.6%。预计2017年全球汽车销量增速2%

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相关概述

1.1 SUV概念和特点

1.1.1 SUV简介

1.1.2 SUV的特点

1.1.3 SUV与吉普车的区别和联系

1.2 SUV历史

1.2.1 SUV的起源

1.2.2 SUV的演变

1.3 SUV细分

1.3.1 五大细分市场

1.3.2 两驱与四驱

第二章 2014-2016年中国SUV市场发展分析

2.1 中国SUV市场总体分析

2.1.1 市场驱动力分析

2.1.2 行业特点分析

2.1.3 市场基本格局

2.1.4 市场消费群体

2.2 2014年中国SUV市场发展分析

2.2.1 市场销量分析

2.2.2 市场份额分析

2.2.3 市场结构分析

2.2.4 市场特点分析

2.3 2015年中国SUV市场发展分析

2.3.1 市场销量分析

2.3.2 市场份额分析

2.3.3 市场结构分析

2.3.4 市场特点分析

2.4 2016年中国SUV市场发展分析

2.4.1 销量及份额概况

2.4.2 市场结构分析

2.4.3 市场特点分析

2.5 SUV市场消费需求分析

2.5.1 动力和功能是消费者考虑的首要因素

2.5.2 崇尚个性的SUV深得消费者青睐

2.5.3 优质SUV彰显品位和身份

2.5.4 SUV女性消费需求分析

2.6 SUV市场的问题和策略

2.6.1 SUV市场存在的问题

2.6.2 SUV市场发展的瓶颈

2.6.3 SUV市场面临的矛盾及对策

2.6.4 自主品牌拓展市场的策略

第三章 2014-2016年不同系别SUV发展分析

3.1 国内SUV市场各派系发展态势分析

3.1.1 德系

3.1.2 日系

3.1.3 美系

3.1.4 欧系（德国除外）

3.1.5 韩系

3.2 国内SUV市场美系与欧系的竞争趋势

3.2.1 美系SUV曾风靡一时

3.2.2 欧系SUV的竞争优势

3.2.3 欧系SUV后来居上

3.2.4 欧系SUV前景看好

3.3 自主品牌SUV发展态势分析

3.3.1 自主品牌SUV发展分析

3.3.2 自主中端SUV发展分析

3.3.3 自主低端SUV发展分析

3.3.4 自主中高端SUV发展分析

第四章 2014-2016年城市型SUV发展分析

4.1 城市SUV的相关概述

4.1.1 城市SUV的概念

4.1.2 城市SUV的兴起

4.1.3 城市SUV的特点

4.1.4 城市SUV的优势

4.2 2014-2016年城市SUV发展分析

4.2.1 消费需求催生城市SUV

4.2.2 城市SUV备受年轻人青睐

4.2.3 城市SUV市场持续火热

4.2.4 紧凑型城市SUV逐渐兴起

4.3 低端城市SUV国产车型对比

4.3.1 奇瑞瑞虎适合城市日常生活驾驶

- 4.3.2 江淮瑞鹰胜在安全性高
- 4.3.3 猎豹飞腾不具备市场优势
- 4.3.4 长城哈弗突出越野性能
- 4.4 城市SUV的时尚潮流
 - 4.4.1 城市SUV演绎"中性美"
 - 4.4.2 城市SUV汉兰达独树一帜
 - 4.4.3 城市SUV逍客引领Crossover风尚
 - 4.4.4 城市SUV狮跑呈现硬汉本色

第五章 2014-2016年经济型SUV发展分析

- 5.1 经济型SUV的概念和分类
 - 5.1.1 经济型SUV概念的出现
 - 5.1.2 偏重越野类经济型SUV
 - 5.1.3 都市休闲类经济型SUV
 - 5.1.4 商务多功能类经济型SUV
- 5.2 2014-2016年经济型SUV市场态势分析
 - 5.2.1 经济型SUV对市场的影响
 - 5.2.2 经济型SUV市场发展态势
 - 5.2.3 经济型SUV市场发展动态
 - 5.2.4 经济型SUV安全性配置提升
- 5.3 经济型SUV发展存在的问题
 - 5.3.1 经济型SUV并不经济
 - 5.3.2 经济型SUV技术和设计不达标
 - 5.3.3 经济型SUV市场定位不明确

第六章 2014-2016年中国SUV市场竞争分析

- 6.1 我国SUV市场竞争格局分析
 - 6.1.1 SUV市场竞争的基本格局
 - 6.1.2 高端SUV的竞争格局分析
 - 6.1.3 次高端SUV的竞争格局分析
 - 6.1.4 中端SUV的竞争格局分析
 - 6.1.5 次中端SUV的竞争格局分析

- 6.1.6 低端SUV的竞争格局分析
- 6.2 SUV市场进口、合资、自主品牌竞争分析
 - 6.2.1 竞争日趋白热化
 - 6.2.2 市场价格战隐现
 - 6.2.3 自主品牌形势严峻
 - 6.2.4 合资品牌抢占市场
- 6.3 主要中小排量SUV车型竞争力浅析
 - 6.3.1 途胜主打便宜实用
 - 6.3.2 哈弗M4表现优异
 - 6.3.3 狮跑市场销量欠佳
 - 6.3.4 吉姆尼开辟独特市场
 - 6.3.5 Jeep指南者引领市场

第七章 2014-2016年SUV市场营销研究

- 7.1 SUV的市场定位
 - 7.1.1 SUV多品牌市场局面形成的原因分析
 - 7.1.2 SUV市场细分变量的确定
 - 7.1.3 消费人群细分的四种类型
 - 7.1.4 SUV的消费环境
 - 7.1.5 SUV的目标消费群体
- 7.2 SUV的产品策略
 - 7.2.1 SUV产品组合策略
 - 7.2.2 SUV产品生命周期分析
 - 7.2.3 导入期的SUV产品营销策略
 - 7.2.4 成长期的SUV产品营销策略
- 7.3 SUV的价格策略
 - 7.3.1 影响汽车价格的主要因素
 - 7.3.2 SUV应采用竞争导向定价法
 - 7.3.3 SUV的定价策略
- 7.4 SUV的渠道策略
 - 7.4.1 SUV销售网络地理分布特点及原因
 - 7.4.2 SUV渠道管理方式

7.4.3 SUV渠道建设应遵循的主要原则

7.5 SUV的促销策略

7.5.1 SUV消费者媒体接触习惯研究

7.5.2 SUV的广告策略

7.5.3 公共关系促销的特点

7.5.4 SUV公共关系促销的表现方式

第八章 2014-2016年SUV主要企业发展分析

8.1 长城汽车股份有限公司

8.1.1 公司发展概况

8.1.2 长城汽车市场表现

8.1.3 长城SUV市场销量全国居首

8.1.4 2014-2016年长城SUV销售状况

8.1.5 长城汽车核心竞争力分析

8.1.6 长城汽车创新研发状况

8.1.7 长城汽车未来展望

8.2 奇瑞汽车股份有限公司

8.2.1 公司发展概况

8.2.2 奇瑞新车产品品质稳步提升

8.2.3 奇瑞SUV第一轮战略转型布局完成

8.2.4 自主城市SUV奇瑞瑞虎发展介绍

8.2.5 奇瑞未来战略目标分析

8.3 河北中兴汽车制造有限公司

8.3.1 公司发展概况

8.3.2 中兴汽车瞄准城市SUV市场

8.3.3 中兴汽车开启皮卡SUV化新时代

8.3.4 中兴汽车推出首款都市多功能SUV

8.3.5 中兴汽车发展的战略布局

8.4 郑州日产汽车有限公司

8.4.1 公司发展概况

8.4.2 郑州日产强势回归SUV市场

8.4.3 郑州日产海外市场发展分析

8.4.4 郑州日产品牌战略分析

8.5 北京现代汽车有限公司

8.5.1 公司发展概况

8.5.2 北京现代发展取得的成就

8.5.3 北京现代销量分析

8.5.4 北京现代推小型SUV

第九章 SUV的前景及趋势预测

9.1 SUV市场的前景及趋势分析

9.1.1 中国SUV市场发展前景展望

9.1.2 未来SUV市场品牌发展趋势

9.1.3 未来小型SUV市场前景看好

9.1.4 2017-2022年中国SUV市场预测分析

9.2 SUV的柴油化发展趋势

9.2.1 柴油SUV是未来SUV的发展方向

9.2.2 柴油动力车型将成为环保的先锋力量

9.2.3 柴油化SUV在中国的前景

图表目录：

图表1 2014-2016年中国SUV市场分驱动方式销量情况

图表2 2014-2016年中国SUV市场两轮驱动车型的排量分布

图表3 2016年我国SUV市场销量月度走势情况

图表4 2016年SUV在狭义乘用车市场的份额变化情况

图表5 2014-2016年国产SUV细分市场份额变化情况

图表6 2016年国产SUV市场自主品牌和外资品牌份额情况

图表7 2016年我国SUV市场月度销量走势

图表8 2016年我国SUV销量月度增速走势

图表9 2016年我国SUV市场份额表现

图表10 2016年SUV市场外资与自主品牌份额表现

图表11 2016年我国SUV市场销量前十车型

图表12 2001-2016年SUV市场各级别份额走势

图表13 2015-2016年SUV各级别市场份额走势

图表14 2015-2016年SUV市场各车系份额走势

图表15 2012-2016年SUV各排量市场结构变化分析

图表16 2016年国产外资SUV分派系市场份额变化

图表17 2016年国产SUV市场分派系销量结构占比变化

图表18 2016年自主SUV中分类型销量占比结构

图表19 2016年自主与外资SUV在细分市场的份额变化

图表20 2016年中端SUV市场销量前十车型排名

图表21 2016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 2016年高端SUV市场竞争来源结构

图表24 2016年次高端SUV市场竞争来源结构

图表25 2016年中端SUV市场竞争来源结构

图表26 2016年次中端SUV市场竞争来源结构

图表27 2016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

图表31 细分市场结构构成比较

图表32 SUV主要用户媒体接触习惯研究

图表33 2016长城汽车SUV产销状况

图表34 2016年主要汽车品牌新车质量评分情况

图表35 2017-2022年中国SUV市场销量预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285779.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。