

# 2020-2026年中国运动型多用途乘用车（SUV）行业市场前景规划及市场盈利预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国运动型多用途乘用车（SUV）行业市场前景规划及市场盈利预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202002/832079.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

SUV指运动型实用汽车,不同于可在崎岖地面使用的ORV越野车(Off-Road Vehicle的缩写) ; SUV全称是sport utility vehicle,或suburban utility vehicle,即城郊实用汽车,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。

2019年乘用车销量排名前十家的生产企业分别是:一汽大众、上汽大众、上汽通用、吉利控股、东风有限(本部)、上汽通用五菱、长城汽车、长安汽车、东风本田和广汽本田,分别销售204.6万辆、200.2万辆、160万辆、136.2万辆、127.7万辆、124.2万辆、91.1万辆、81.5万辆、80万辆和77.1万辆,与上年相比,东风本田销量呈较快增长,广汽本田和一汽大众增速略低,其他七家企业呈不同程度下降,其中上汽通用五菱和上汽通用降幅更为明显。2019年,上述十家企业共销售1282.5万辆,占乘用车销售总量的59.8%。

### 2019年乘用车生产企业销量TOP10

近年来国内SUV市场发展火热,在乘用车市场中占比快速提升,2018年达到43%,显示出消费者对这类空间大、实用性强的车型有着较强偏好。厂家也根据市场需求加大对SUV投放。从2019年上海车展看,为新车中轿车占比约为25%,而SUV占比达到61%,成为绝对主力,SUV仍然是厂家布局重心。

由于居民生活条件改善,以及置换购车比例增大,消费者存在对汽车产品的改善需求,购车目标车型逐步向大型化、高端化靠拢。在国内SUV市场中,尽管紧凑型SUV仍然是市场主力,2018年占比达到57%,但中型、中大型SUV近年来占比快速提升,合计占比从2014年的15%提升至2018年的22%,其中中型SUV占比达到20%。

在车展上,紧凑型SUV仍然是SUV新品的主要战场,占比36%,但中型、中大型SUV合计占比达到39%,显示出厂家对这类市场产品布局的重视。

### 2019上海车展SUV新车类别

智研咨询发布的《2020-2026年中国运动型多用途乘用车(SUV)行业市场前景规划及市场盈利预测报告》共十二章。首先介绍了中国运动型多用途乘用车(SUV)行业市场发展环境、运动型多用途乘用车(SUV)整体运行态势等,接着分析了中国运动型多用途乘用车(SUV)行业市场运行的现状,然后介绍了运动型多用途乘用车(SUV)市场竞争格局。随后,报告对运动型多用途乘用车(SUV)做了重点企业经营状况分析,最后分析了中国运动型多用途乘用车(SUV)行业发展趋势与投资预测。您若想对运动型多用途乘用车(SUV)产业有个系统的了解或者想投资中国运动型多用途乘用车(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2019年中国运动型多用途乘用车行业发展环境分析

#### 第一节 中国经济环境分析

##### 一、2019年宏观经济运行情况

##### 1、GDP历史变动轨迹分析

##### 2、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 二、2015-2019年中国居民（消费者）收入情况

##### 三、2015-2019年中国城市化率

##### 四、2015-2019年中国城市及农村居民年均可支配收入

#### 四、2019年中国经济发展预测分析

#### 第二节 运动型多用途乘用车行业相关政策

##### 一、国家“十二五”产业政策

##### 二、其他相关政策(标准、技术)

##### 三、出口关税及相关税收政策

#### 第三节 2019年中国运动型多用途乘用车行业发展社会环境分析

### 第二章 运动型多用途乘用车行业发展概述

#### 第一节 行业界定

##### 一、运动型多用途乘用车行业定义及分类

##### 二、运动型多用途乘用车行业经济特性

##### 三、运动型多用途乘用车行业产业链简介

#### 第二节 运动型多用途乘用车行业发展成熟度

##### 一、行业发展周期分析

##### 二、行业中外市场成熟度对比

#### 第三节 运动型多用途乘用车行业相关产业动态

### 第三章 2019年全球运动型多用途乘用车所属行业市场运行形势分析

#### 第一节 全球运动型多用途乘用车行业市场运行环境分析

#### 第二节 全球运动型多用途乘用车行业市场发展情况分析

##### 一、全球运动型多用途乘用车行业市场供需分析

##### 二、全球运动型多用途乘用车行业市场规模分析

##### 三、全球运动型多用途乘用车行业主要国家发展情况分析

#### 第三节 2020-2026年全球运动型多用途乘用车行业市场规模趋势预测分析

### 第四章 2019年中国运动型多用途乘用车所属行业技术发展分析

#### 第一节 中国运动型多用途乘用车行业技术发展现状

#### 第二节 运动型多用途乘用车行业技术特点分析

#### 第三节 运动型多用途乘用车行业技术专利情况

## 一、运动型多用途乘用车行业专利申请数分析

## 二、运动型多用途乘用车行业专利申请人分析

## 三、运动型多用途乘用车行业热门专利技术分析

## 第四节 运动型多用途乘用车行业技术发展趋势分析

## 第五章 我国运动型多用途乘用车所属行业发展分析

### 第一节 2019年中国运动型多用途乘用车行业发展状况

#### 一、2019年运动型多用途乘用车行业发展状况分析

市场饱和度，今年的“金九银十”可以说是打了众多车企一记响亮的耳光，没有预想中的火爆，只有低迷，中国汽车市场经过17年的增长，该买车的都买了，短时间内不管是SUV还是轿车都不可能出现大规模二次置换的可能性，自然购买力就会下降。

不过，SUV市场依然存在着很多不确定性，因为它已经过了最佳的“红利释放”区间，之后会发生什么变化，完全取决于人们的消费观念。在脱离了刚需之后，它将成为人们追求不同的存在，毕竟它身上的很多属性都变为了“买回来没用”的存在。但是，我们也不能断言它会从此一蹶不振，毕竟还是有很多人偏爱SUV的。

#### 2016-2018年中国运动型多用途乘用车销量

#### 二、2019年中国运动型多用途乘用车行业发展动态

#### 三、2019年我国运动型多用途乘用车行业发展热点

#### 四、2019年我国运动型多用途乘用车行业存在的问题

### 第二节 2019年中国运动型多用途乘用车行业市场供需状况

#### 一、2015-2019年中国运动型多用途乘用车行业供给分析

#### 二、2015-2019年中国运动型多用途乘用车行业市场需求分析

#### 三、中国运动型多用途乘用车行业产品价格分析

##### 1、中国运动型多用途乘用车行业产品价格分析

##### 2、行业价格影响因素分析

#### 四、2015-2019年中国运动型多用途乘用车行业市场规模分析

## 第六章 2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业主要数据监测分析

### 第一节 2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业规模分析

#### 一、企业数量分析

#### 二、资产规模分析

#### 三、销售规模分析

#### 四、利润规模分析

### 第二节 2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业产值分析

#### 一、产成品分析

#### 二、工业总产值分析

### 第三节 2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、销售费用分析

三、管理费用分析

四、财务费用分析

第四节 2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业运营效益分析

一、盈利能力分析

二、偿债能力分析

三、运营能力分析

四、成长能力分析

第七章 2019年中国运动型多用途乘用车行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、国内企业竞争格局

二、国外企业产品市场份额

三、行业企业区域分布

第二节 运动型多用途乘用车行业集中度分析

一、行业市场销售集中度分析

二、行业区域消费集中度分析

第二节 2019年中国运动型多用途乘用车行业SWOT模型分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第八章 运动型多用途乘用车行业优势生产企业竞争力分析

第一节 一汽轿车股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第二节 上海大众汽车有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

### 第三节上海通用汽车有限公司

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

### 第四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、经营状况
- 五、发展规划

### 第五节广汽本田汽车有限公司

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

### 第六节安徽奇瑞汽车有限公司

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

### 第七节比亚迪汽车有限公司

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

### 第八节安徽江淮汽车股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况

## 五、发展规划

### 第九章 2015-2019年中国运动型多用途乘用车行业上下游分析及其影响

#### 第一节 2019年中国运动型多用途乘用车行业上游发展及影响分析

##### 一、2019年中国运动型多用途乘用车行业上游运行现状分析

##### 二、2020-2026年中国运动型多用途乘用车行业上游市场前景预测

##### 三、上游对本行业产生的影响分析

#### 第二节 2019年中国运动型多用途乘用车行业下游发展及影响分析

##### 一、2019年中国运动型多用途乘用车行业下游运行现状分析

##### 二、2020-2026年中国运动型多用途乘用车行业下游市场前景预测

##### 三、下游对本行业产生的影响分析

### 第十章 2020-2026年运动型多用途乘用车行业发展及投资前景预测分析

#### 第一节 2020-2026年运动型多用途乘用车行业市场规模预测分析

#### 第二节 2020-2026年运动型多用途乘用车行业供需预测分析

#### 第三节 中国运动型多用途乘用车行业五力分析

##### 一、现有企业间竞争

##### 二、潜在进入者分析

##### 三、替代品威胁分析

##### 四、供应商议价能力

##### 五、客户议价能力

#### 第四节 2020-2026年我国运动型多用途乘用车行业前景展望分析

#### 第五节 2020-2026年我国运动型多用途乘用车行业产品价格走势预测

#### 第六节 2020-2026年我国运动型多用途乘用车行业盈利能力预测

### 第十一章 2020-2026年中国运动型多用途乘用车行业投资风险分析

#### 第一节 2015-2019年中国运动型多用途乘用车行业投资金额分析

##### 一、2015-2019年中国运动型多用途乘用车行业内资企业投资金额分析

##### 二、2015-2019年中国运动型多用途乘用车行业港澳台及外资企业投资金额分析

#### 第二节 近年中国运动型多用途乘用车行业主要投资项目分析

#### 第二节 2020-2026年中国运动型多用途乘用车\*行业投资周期分析

#### 第三节 2020-2026年中国运动型多用途乘用车\*行业投资风险分析

##### 一、政策和体制风险

##### 二、技术发展风险

##### 三、市场竞争风险

##### 四、原材料压力风险

##### 五、进入退出风险

##### 六、经营管理风险



## 第十二章 2020-2026年中国运动型多用途乘用车行业发展策略及投资建议分析 (ZY GXH)

### 第一节 运动型多用途乘用车\*行业发展策略分析

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

### 第二节 运动型多用途乘用车\*行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

### 第三节 2020-2026年中国运动型多用途乘用车产品生产及销售投资运作模式探讨

- 一、国内生产企业投资运作模式
- 二、国内营销企业投资运作模式
- 三、外销与内销优势分析
  - 1、产品外销优势
  - 2、产品内销优势

### 第四节 2020-2026年中国运动型多用途乘用车行业发展建议

### 第五节 2020-2026年中国运动型多用途乘用车行业投资建议 (ZY GXH)

图表目录：

图表：2015-2019年全球经济增长趋势：%

图表：2015-2019年中国GDP经济增长趋势：%

图表：2015-2019年运动型多用途乘用车相关专利申请数量变化走势图：个

图表：运动型多用途乘用车产业链结构示意图

图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车行业专利申请情况(单位：个)

图表：2019年 运动型多用途乘用车行业专利申请前十申请量统计(单位：个)

图表：2019年我国运动型多用途乘用车行业相关发明专利分布领域(前十位)(单位：%)

图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车产量及其增速走势图

图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车消费量及其增速走势图

图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车市场规模及其增速走势图

图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车市场价格走势图

图表：2020-2026年中国运动型多用途乘用车产量及消费量预测

图表：2020-2026年中国运动型多用途乘用车市场价格走势预测

- 图表：2015-2019年我国运动型多用途乘用车市场规模分区域统计表
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业企业数量增长趋势图
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业资产规模增长分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业销售规模增长分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业利润规模增长分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业产成品增长分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业总产值分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业成本费用结构变动趋势
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业销售成本分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业销售费用分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业管理费用分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业财务费用分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业资产收益率分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业销售利润率分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业总资产周转率分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业流动资产周转率分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业销售增长率分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业利润增长率分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业资产负债率分析
  - 图表：2015-2019年中国运动型多用途乘用车所属行业流动比率分析
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202002/832079.html>