

2021-2027年中国SUV产业发展动态及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国SUV产业发展动态及投资前景预测报告》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/202011/906208.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是指运动型多用途汽车，不同于可在崎岖地面使用的ORV越野车，即城郊多用途汽车，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型。

SUV尺寸概况 类型 长度 代表车型 小型 长度 4000mm 代表车型：斯柯达柯米克、菲亚特Panda、瑞麒X1、众泰2008、众泰5008、哈弗M1、哈弗M4、金杯S30、瑞风s3、比亚迪元 紧凑型 4000mm 长度 4600mm

代表车型：东南DX3、斯柯达柯珞克、吉利博越、景逸x3、MINI

Countryman、猎豹CS7、哈弗M2、别克昂科拉、长安CS35、雪佛兰创酷、三菱新劲炫等 中大型 4600mm 长度 5000mm 代表车型：东南DX7、凯迪拉克XT5、众泰T600、猎豹Q6、奥迪Q7、大切诺基、大众途锐、凯迪拉克SRX、讴歌MDX、讴歌ZDX等 全尺寸

长度 5000mm 代表车型：别克昂克雷、凯迪拉克凯雷德、英菲尼迪QX56、林肯领航员、日产途乐、奔驰GLS450、雷克萨斯LX570、丰田红杉、兰德酷路泽、悍马H2、福特Explorer

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国SUV产业发展动态及投资前景预测报告》共十章。首先介绍了中国城市轨道交通行业市场发展环境、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SUV市场竞争格局。随后，报告对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中国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SUV定义及分类

1.1SUV概念和特点

1.1.1SUV定义

1.1.2SUV特点

第二章SUV市场现状

2.1 SUV市场总体现状

2.1.1 中国SUV汽车市场规模

2.1.2 中国SUV汽车市场地位

2.1.3 中国SUV行业发展周期

2.1.4 中国SUV市场

2.2 2016-2020年SUV市场发展状况

2.2.1 2016-2020年中国SUV市场现状

2014-2020年全国紧凑型SUV的首购占比由2014年79%下滑至2020年的53%，紧凑型SUV的换购占比由2014年的19%上升至2020年的42%；紧凑型SUV的增购占比由2014年2%上升至2020年的5%。

2014-2020年紧凑型SUV购买情况

资料来源：易车研究院、智研咨询整理

2.2.2 2016-2020年SUV市场基本形势分析

2.2.3 2016-2020年SUV市场结构形势分析

2.2.4 2020年市场竞争形势分析

2.3 2016-2020年中国SUV销量情况

2.4 2020年中国SUV市场销量分析

2.5 2016-2020年中国SUV生产情况

2.6 2016-2020年中国SUV贸易情况

2.6.1 2016-2020年中国SUV进口情况

2.6.2 2016-2020年中国SUV出口情况

2.7 2016-2020年世界SUV贸易情况

2.7.1 2016-2020年世界SUV进口情况

2.7.2 2016-2020年世界SUV出口情况

2.8 SUV市场的发展前景和问题

2.8.1 SUV未来市场发展趋势

2.8.2 SUV未来市场面临的问题

第三章 不同系别SUV发展状况

3.1 三大派系SUV的特点

3.1.1 日系SUV引领市场潮流

3.1.2 欧美系SUV坚持追求品质

3.1.3 韩系SUV多方面保持特色

3.2 自主品牌SUV发展概况

3.2.1 自主品牌SUV正在快速成长

3.2.2 自主品牌柴油SUV热销

3.2.3 2016-2020年中国自主品牌SUV发展分析

第四章 城市型SUV

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的优势

4.2 2016-2020年城市SUV发展概况

4.2.1 2016-2020年消费需求催生城市SUV

4.2.2 2016-2020年城市SUV是市场最大赢家

4.2.3 2016-2020年城市SUV成为玩家新宠

4.2.4 2016-2020年城市SUV占尽市场先机

4.2.5 2016-2020年城市SUV市场表现瞩目

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 猎豹飞腾突出节能优势

4.3.4 长城哈弗突出越野性能

第五章 经济型SUV

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 经济型SUV市场的走势概况

5.2.1 经济型SUV引爆市场

5.2.2 经济型SUV对市场的影响

5.2.3 经济型SUV市场格局将改写

5.3 经济型SUV用户特征以及消费趋势分析

第六章 SUV市场的竞争分析

6.1 2016-2020年SUV市场的竞争状况

6.1.1 2016-2020年SUV市场竞争更趋白热化

6.1.2 2016-2020年主要SUV厂商竞争

6.1.3 2016-2020年豪华SUV的派系之争

6.2 SUV市场进口、合资、自主品牌竞争分析

6.2.1 SUV市场“三足鼎立”的竞争格局

6.2.2 自主和外资品牌消费者认可度基本持平

6.2.3 进口高端SUV的竞争优势

6.2.4 高档SUV消费者更愿意选择合资品牌

6.3 主要中小排量SUV车型竞争力浅析

6.3.1 途胜销量稳中有升

6.3.2 哈弗在自主品牌市场表现优异

6.3.3 狮跑市场销量欠佳

6.3.4 吉姆尼以另类开辟独特市场

第七章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 消费人群细分的四种类型

7.1.3 SUV的消费环境

7.1.4 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 中国SUV行业领先企业竞争力分析

8.1 一汽解放集团股份有限公司竞争力分析

8.1.1 企业发展基本情况

8.1.2 企业主要产品分析

8.1.3 企业竞争优势分析

8.1.4 企业经营状况分析

8.2 广州汽车集团股份有限公司竞争力分析

- 8.2.1 企业发展基本情况
- 8.2.2 企业主要产品分析
- 8.2.3 企业竞争优势分析
- 8.2.4 企业经营状况分析
- 8.3 重庆长安汽车股份有限公司竞争力分析
 - 8.3.1 企业发展基本情况
 - 8.3.2 企业主要产品分析
 - 8.3.3 企业竞争优势分析
 - 8.3.4 企业经营状况分析
- 8.4 长城汽车股份有限公司竞争力分析
 - 8.4.1 企业发展基本情况
 - 8.4.2 企业主要产品分析
 - 8.4.3 企业竞争优势分析
 - 8.4.4 企业经营状况分析
- 8.5 上汽通用五菱汽车股份有限公司竞争力分析
 - 8.5.1 企业发展基本情况
 - 8.5.2 企业主要产品分析
 - 8.5.3 企业竞争优势分析
 - 8.5.4 企业经营状况分析
- 8.6 捷豹路虎(中国)投资有限公司竞争力分析
 - 8.6.1 企业发展基本情况
 - 8.6.2 企业主要产品分析
 - 8.6.3 企业竞争优势分析
 - 8.6.4 企业经营状况分析
- 8.7 比亚迪股份有限公司竞争力分析
 - 8.7.1 企业发展基本情况
 - 8.7.2 企业主要产品分析
 - 8.7.3 企业竞争优势分析
 - 8.7.4 企业经营状况分析
- 8.8 丰田汽车(中国)投资有限公司竞争力分析
 - 8.8.1 企业发展基本情况
 - 8.8.2 企业主要产品分析
 - 8.8.3 企业竞争优势分析
 - 8.8.4 企业经营状况分析
- 8.9 大众汽车(中国)投资有限公司竞争力分析

8.9.1 企业发展基本情况

8.9.2 企业主要产品分析

8.9.3 企业竞争优势分析

8.9.4 企业经营状况分析

第九章 2021-2027年中国SUV市场前景及趋势预测 (ZY KT)

9.1 SUV的分析与趋势

9.1.1 SUV市场前景预测

9.1.2 SUV发展趋势预测

9.1.3 SUV市场竞争趋势

9.1.4 SUV车型发展趋势

9.2 SUV的柴油化发展趋势

9.2.1 柴油SUV发展方向

9.2.2 柴油动力车发展趋势

第十章 2021-2027年SUV市场投资机会及建议 (ZY KT)

10.1.1 SUV市场投资机会

10.1.2 SUV市场投资环境

10.1.3 SUV市场投资趋向

10.1.4 SUV产品投资趋势

10.1.5 SUV行业投资建议

部分图表目录：

图表 2016-2020年中国SUV市场长城品牌关注比例走势

图表 2020年SUV销量与销售环比

图表 SUV市场构成

图表 2020年SUV档次区隔市场销量统计

图表 2020年SUV档次区隔市场份额统计

图表 2020年SUV档次区隔市场销量同比

图表 2020年车型起步价价位区间

图表 2016-2020年中国SUV销量趋势

图表 2016-2020年中国SUV占全部车型销售份额

图表 2016-2020年 (SUV) 生产汇总

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202011/906208.html>