

2016-2022年中国SUV市 场供需与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国SUV市场供需与市场前景预测报告》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.abaogao.com/b/jiaotong/H47750HHOR.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

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。

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年上半年，SUV产销继续保持高速增长，分别为47.55%和45.94%。2015年SUV销量为622.03万辆，同比增长52.39%。

中国品牌乘用车市场占有率的提升，离不开中国品牌SUV的拉动。2015年中国品牌SUV共销售334.3万辆，同比增长82.8%，占SUV市场份额为53.7%，比上年增长8.9个百分点。在2015年SUV销量前十位中，仅途观、奇骏、昂科威三款外国品牌车型，中国品牌SUV车型优势明显。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国SUV市场供需与市场前景预测报告》。内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 SUV行业发展环境

第一章 SUV行业发展概述

第一节 SUV行业的相关概念

一、定义

二、分类

三、特点

第二节 SUV行业特征分析

- 一、产业链分析
- 二、SUV行业在国民经济中的地位
- 三、SUV行业生命周期分析
- 四、SUV行业对经济周期的反应
- 第三节 最近3-5年中国SUV行业经济指标分析
 - 一、赢利性
 - 二、成长速度
 - 三、附加值的提升空间
 - 四、进入壁垒 / 退出机制
 - 五、风险性
 - 六、行业周期
 - 七、竞争激烈程度指标
 - 八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 SUV行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 SUV行业政治法律环境（P）

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、SUV行业标准
- 四、行业相关发展规划
 - 1、SUV行业国家发展规划
 - 2、SUV行业地方发展规划
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
 - 1、国际宏观经济形势分析
 - 2、国内宏观经济形势分析
 - 3、产业宏观经济环境分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析
 - 1、经济复苏对行业的影响
 - 2、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析（S）

- 一、SUV产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、SUV产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、SUV技术分析
 - 1、SUV行业技术发展现状
 - 2、我国SUV行业新技术研究
- 二、SUV技术发展水平
 - 1、我国SUV行业技术水平所处阶段
 - 2、与国外SUV行业的技术差距
- 三、2015年SUV技术发展分析
- 四、行业主要技术发展趋势
- 五、技术环境对行业的影响

第三章 2015年中国SUV行业发展现状分析

第一节 中国SUV行业发展概述

- 一、中国SUV行业发展历程
- 二、我国SUV行业发展特点分析
- 三、中国SUV行业发展面临的问题
- 四、中国SUV行业发展趋势分析

第二节 我国SUV行业发展状况

- 一、2015年中国SUV行业发展回顾
- 二、2015年中国SUV企业发展分析
- 三、2015年我国SUV市场发展分析

第三节 2014-2015年中国SUV行业供需分析

- 一、2014-2015年中国SUV行业需求分析
- 二、2014-2015年中国SUV行业供求分析

第四节 2015年SUV行业产量分析

- 一、2015年我国SUV产量分析
- 二、2016-2022年我国SUV产量预测

第五节 2015年中国SUV价格走势及影响因素分析

- 一、2015年中国SUV价格回顾

- 二、SUV当前市场价格及评述
- 三、SUV价格影响因素分析
- 四、2016-2022年SUV未来价格走势预测

第六节 对中国SUV市场的分析及思考

- 一、SUV市场分析
- 二、SUV市场变化的方向
- 三、中国SUV产业发展的新思路
- 四、对中国SUV产业发展的思考

第四章 我国SUV行业整体运行指标分析

第一节 2014-2015年中国SUV行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2014-2015年中国SUV行业销售及利润分析

- 一、2014-2015年中国SUV行业销售收入分析
- 二、2014-2015年中国SUV行业利润增长情况
- 三、2014-2015年中国SUV行业亏损情况
- 四、2014-2015年中国SUV行业成本费用分析
- 五、2014-2015年中国SUV行业毛利率

第三节 2014-2015年中国SUV行业财务能力分析

- 一、行业盈利能力分析与预测
- 二、行业偿债能力分析与预测
- 三、行业营运能力分析与预测
- 四、行业发展能力分析与预测

第二部分 SUV行业深度分析

第五章 中国SUV行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 2015年华北地区SUV行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第三节 2015年东北地区SUV行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第四节 2015年华东地区SUV行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第五节 2015年华南地区SUV行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第六节 2015年华中地区SUV行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第七节 2015年西南地区SUV行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第八节 2015年西北地区SUV行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第六章 2016-2022年SUV行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、SUV行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、SUV行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、SUV行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

四、SUV行业SWOT分析

1、优势

2、劣势

3、机会

4、威胁

第二节 中国SUV行业竞争格局综述

一、SUV行业竞争概况

- 1、中国SUV行业品牌竞争格局
- 2、SUV行业未来竞争格局和特点
- 3、SUV市场进入及竞争对手分析

二、中国SUV行业竞争力分析

- 1、我国SUV行业竞争力剖析
- 2、我国SUV企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内SUV企业竞争能力提升途径

三、SUV行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 SUV行业竞争格局分析

一、国内外SUV竞争分析

二、我国SUV市场竞争分析

三、我国SUV市场集中度分析

四、国内主要SUV企业动向

五、国内SUV企业拟在建项目分析

第四节 SUV行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业升级途径及并购重组风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

第七章 SUV行业产业结构分析

第一节 SUV产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国SUV行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第八章 我国SUV行业产业链分析

第一节 SUV行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 SUV上游行业分析

一、SUV成本构成

二、2015年上游行业发展现状

三、2016-2022年上游行业发展趋势

四、上游行业对SUV行业的影响

第三节 SUV下游行业分析

一、SUV下游行业分布

二、2015年下游行业发展现状

三、2016-2022年下游行业发展趋势

四、下游需求对SUV行业的影响

第三部分 SUV行业竞争格局

第九章 SUV行业领先企业经营形势分析

第一节 中国SUV企业总体发展状况分析

一、SUV企业主要类型

二、SUV企业资本运作分析

三、SUV企业创新及品牌建设

四、SUV企业国际竞争力分析

五、2015年SUV行业企业排名分析

第二节 东风日产乘用车公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第三节 上海汽车集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第四节 北京乘用车公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第五节 江淮汽车乘用车公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第六节 广州汽车集团乘用车有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第七节 上海通用

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第八节 北京现代

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第九节 一汽大众

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第十节 上海通用五菱

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第十一节 长安福特

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第四部分 SUV行业投资策略

第十章 SUV行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、盈利模式分析

第三节 2015年SUV行业投资效益分析

第四节 2015年SUV行业投资策略研究

第五节 中国SUV行业的投资建议

- 一、SUV行业投资现状分析
- 二、SUV行业最新投资动向
- 三、SUV行业投资及信贷建议

第十一章 2016-2022年SUV行业投资前景

第一节 2016-2022年SUV市场发展前景

- 一、2016-2022年SUV市场发展潜力
- 二、2016-2022年SUV市场发展前景展望
- 三、2016-2022年SUV细分行业发展前景分析

第二节 2016-2022年SUV市场发展趋势预测

- 一、2016-2022年SUV行业发展趋势
- 二、2016-2022年SUV市场规模预测
- 三、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第三节 2016-2022年中国SUV行业供需预测

- 一、2016-2022年中国SUV行业供给预测
- 二、2016-2022年中国SUV行业需求预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第五节 SUV行业投资特性分析

- 一、SUV行业进入壁垒分析
- 二、SUV行业盈利因素分析
- 三、SUV行业盈利模式分析

第六节 2016-2022年SUV行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第七节 2016-2022年SUV行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

第五部分 SUV行业发展策略分析

第十二章 2016-2022年SUV行业面临的困境及对策

第一节 SUV行业面临的困境

第二节 SUV企业面临的困境及对策

- 一、重点SUV企业面临的困境及对策
- 二、中小SUV企业发展困境及策略分析
- 三、国内SUV企业的出路分析

第三节 中国SUV行业存在的问题及对策

- 一、中国SUV行业存在的问题
- 二、SUV行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第四节 中国SUV市场发展面临的挑战与对策

第十三章 SUV行业发展战略研究

第一节 SUV行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国SUV品牌的战略思考

- 一、SUV品牌的重要性
- 二、SUV实施品牌战略的意义
- 三、SUV企业品牌的现状分析
- 四、我国SUV企业的品牌战略
- 五、SUV品牌战略管理的策略

第三节 SUV经营策略分析

- 一、SUV市场细分策略
- 二、SUV市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、SUV产品差异化战略

第四节 SUV行业投资战略研究

- 一、2015年SUV行业投资战略
- 二、2016-2022年SUV行业投资战略
- 三、2016-2022年细分行业投资战略

图表目录：

图表：SUV行业产品的分类

图表：SUV行业成长周期图

图表：2010-2015年我国GDP增长情况

图表：GDP环比和同比增长速度

图表：2010-2015年我国GDP季度累计增长图

图表：2015年我国消费价格指数增长趋势图

图表：2015年我国居民人均收入情况

图表：2010-2015年我国居民恩格尔系数情况

图表：2015年我国工业增加值月度同比增长率情况

图表：2015年我国人民币对美元的月度汇率

图表：2010-2015年我国对外贸易进出库情况

图表：2015年我国不同教育程度人口比例

图表：2010-2015年我国普通高等学校数量

图表：2010-2015年我国城镇化率情况

图表：2010-2015年我国SUV行业市场规模

图表：2010-2015年我国SUV市场需求规模

图表：2016-2022年SUV产品应用市场需求规模预测

图表：2016-2022年我国SUV产量个数预测

图表：2016-2022年我国SUV行业销售收入预测

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

图表：SUV行业投资分析框架

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/H47750HHOR.html>