

# 2016-2022年中国SUV（ 运动型多用途汽车）市场研究与投资可行性报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国SUV（运动型多用途汽车）市场研究与投资可行性报告》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/W918940RFT.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

2015年我国两驱运动型多用途车产量为5179705辆，占同期我国SUV总产量的83%；四驱运动型多用途车产量为1063933辆，占同期我国SUV总产量的17%。

2015年12月我国SUV产量分车型统计表 指标名称 本月完成 本期止累计 运动型多用途乘用车(SUV)总计 782807 6243638 一、四轮驱动合计 134038 1063933 (一)国内制造 116948 916230 其中：排量≤1升 0 0 1升<排量≤1.6升 11632 89064 1.6升<排量≤2.0升 82440 648847 2.0升<排量≤2.5升 17974 141350 2.5升<排量≤3.0升 4060 30656 3.0升<排量≤4.0升 842 6313 4.0升以上 0 0 其中：手动档 40463 216343 自动档 62400 522900 其他档 14085 176987 其中：柴油汽车 3385 18587 汽油汽车 113541 896749 普通混合动力 22 858 插电式混合动力 0 36 纯电动 0 0 燃料电池 0 0 天然气 0 0 其他替代燃料 0 0 (二)CKD 17090 147703 其中：排量≤1升 0 0 1升<排量≤1.6升 0 0 1.6升<排量≤2.0升 10826 94331 2.0升<排量≤2.5升 3153 28958 2.5升<排量≤3.0升 0 0 3.0升<排量≤4.0升 3088 23324 4.0升以上 23 1090 其中：手动档 163 1623 自动档 16927 146019 其他档 0 61 其中：柴油汽车 0 0 汽油汽车 17090 147703 普通混合动力 0 0 插电式混合动力 0 0 纯电动 0 0 燃料电池 0 0 天然气 0 0 其他替代燃料 0 0 二、两轮驱动合计 648769 5179705 (一)国内制造 648769 5179705 其中：排量≤1升 0 0 1升<排量≤1.6升 396693 2742135 1.6升<排量≤2.0升 197324 1960968 2.0升<排量≤2.5升 52977 459947 2.5升<排量≤3.0升 1589 15290 3.0升<排量≤4.0升 186 1365 4.0升以上 0 0 其中：手动档 385415 2972667 自动档 259747 2161280 其他档 3607 45758 其中：柴油汽车 7401 74102 汽油汽车 635527 5086574 普通混合动力 31 380 插电式混合动力 5685 18414 纯电动 125 235 燃料电池 0 0 天然气 0 0 其他替代燃料 0 0 (二)CKD 0 0 其中：排量≤1升 0 0 1升<排量≤1.6升 0 0 1.6升<排量≤2.0升 0 0 2.0升<排量≤2.5升 0 0 2.5升<排量≤3.0升 0 0 3.0升<排量≤4.0升 0 0 4.0升以上 0 0 其中：手动档 0 0 自动档 0 0 其他档 0 0 其中：柴油汽车 0 0 汽油汽车 0 0 普通混合动力 0 0 插电式混合动力 0 0 纯电动 0 0 燃料电池 0 0 天然气 0 0 其他替代燃料 0 0

《2016-2022年中国SUV（运动型多用途汽车）市场研究与投资可行性报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智

研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了SUV（运动型多用途汽车）行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国SUV（运动型多用途汽车）行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国SUV（运动型多用途汽车）行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

## 第1章 中国SUV汽车行业发展综述

### 1.1 SUV汽车行业定义及分类

#### 1.1.1 行业概念及定义

#### 1.1.2 行业主要产品大类

#### 1.1.3 SUV主要品牌分类

#### 1.1.4 SUV汽车特性分析

### 1.2 SUV汽车发展历史分析

#### 1.2.1 SUV汽车的起源

#### 1.2.2 SUV汽车的演变

#### 1.2.3 SUV与吉普车区别

### 1.3 汽车行业产销市场分析

#### 1.3.1 汽车总市场发展状况分析

#### 1.3.2 乘用车市场发展状况分析

#### 1.3.3 商用车市场发展状况分析

### 1.4 SUV汽车行业产业链分析

#### 1.4.1 SUV汽车行业产业链简介

#### 1.4.2 SUV汽车行业上游产业链分析

##### （1）钢材市场运营及价格状况分析

##### （2）轮胎市场运营及价格状况分析

## 第2章 SUV汽车行业市场环境分析

### 2.1 SUV汽车行业政策环境分析

#### 2.1.1 汽车产业相关政策动向

#### 2.1.2 汽车产业发展规划解读

## 2.2 SUV汽车行业经济环境分析

### 2.2.1 国际宏观经济环境分析

### 2.2.2 国内宏观经济环境分析

### 2.2.3 行业宏观经济环境分析

## 2.3 SUV汽车行业需求环境分析

### 2.3.1 SUV汽车行业需求特征

### 2.3.2 SUV汽车行业需求趋势

## 2.4 SUV汽车行业贸易环境分析

### 2.4.1 行业贸易环境发展现状

### 2.4.2 行业贸易环境发展趋势

## 2.5 SUV汽车行业社会环境分析

### 2.5.1 行业发展与社会经济的协调

### 2.5.2 SUV销售与城市化协调分析

### 2.5.3 行业发展的地区不平衡问题

## 2.6 SUV汽车技术发展分析

### 2.6.1 SUV汽车主要技术分析

### 2.6.2 SUV汽车技术趋势分析

## 第3章 SUV汽车行业产品市场分析

### 3.1 SUV汽车市场发展状况分析

#### 3.1.1 SUV汽车总体市场分析

##### (1) 国产SUV市场分析

##### (2) 进口SUV市场分析

#### 3.1.2 SUV车型结构特征分析

#### 3.1.3 SUV市场发展特点分析

#### 3.1.4 SUV细分市场走势分析

#### 3.1.5 SUV主要车系走势分析

#### 3.1.6 SUV厂家品牌销量走势

#### 3.1.7 新能源SUV汽车市场分析

### 3.2 SUV汽车细分车型市场分析

#### 3.2.1 大型SUV品牌市场分析

#### 3.2.2 中大型SUV品牌市场分析

3.2.3 紧凑型SUV品牌市场分析

3.2.4 AO级SUV品牌市场分析

3.2.5 微型SUV品牌市场分析

3.3 SUV汽车分品牌市场分析

3.3.1 自主品牌SUV市场分析

3.3.2 合资品牌SUV市场分析

3.3.3 城市型SUV市场分析

3.3.4 经济型SUV市场分析

3.3.5 跨界型SUV市场分析

3.4 SUV汽车市场关注度分析

3.4.1 国产SUV关注度排行分析

3.4.2 进口SUV关注度排行分析

3.4.3 SUV汽车品牌关注度分析

3.4.4 SUV汽车厂商关注度分析

3.4.5 SUV汽车车型关注度分析

3.4.6 SUV不同配置关注度分析

第4章 SUV汽车市场营销策略分析

4.1 乘用车市场营销策略分析

4.1.1 国内汽车营销特点分析

4.1.2 乘用车市场营销模式分析

(1) 电子商务网络直销模式

(2) 4S店特许经营模式

(3) 普通经销商模式

(4) 汽车超市经营模式

(5) 独立经销商模式

4.1.3 乘用车市场营销模式改进空间

4.1.4 乘用车市场营销模式发展对策

4.2 SUV汽车行业营销策略分析

4.2.1 SUV汽车营销手段分析

4.2.2 SUV经销商营销思路分析

4.3 SUV汽车消费市场发展分析

- 4.3.1 SUV汽车消费市场分析
- 4.3.2 SUV市场消费观念分析
- 4.3.3 SUV车型消费价格分析
- 4.3.4 城市SUV消费群体分析
- 4.3.5 SUV女性消费群体分析
- 4.4 潜在汽车消费者媒体接触分析
  - 4.4.1 潜在消费者主要媒体接触分析
  - 4.4.2 潜在消费者获取汽车信息渠道
  - 4.4.3 消费者网络订购汽车方式态度
- 4.5 中国汽车经销商广告投放分析
  - 4.5.1 汽车经销商网络广告投放情况
  - 4.5.2 重点广告主广告投放策略对比
  - 4.5.3 汽车经销商网络广告投放趋势
- 4.6 SUV车型投诉统计状况分析
  - 4.6.1 SUV汽车车型投诉统计状况分析
  - 4.6.2 SUV行业车型投诉现状统计分析
    - (1) SUV汽车车型投诉总体概况
    - (2) SUV车价属性与投诉属性分析
    - (3) SUV车型投诉品牌与地区分析
    - (4) SUV车型投诉要点与方向分析
    - (5) SUV车型投诉问题与处理效率
    - (6) SUV车型投诉处理情况分析

## 第5章 SUV汽车细分区域市场分析

- 5.1 SUV汽车细分区隔市场分析
  - 5.1.1 SUV区隔市场构成分析
  - 5.1.2 SUV区隔市场总体分析
- 5.2 SUV汽车市场区域发展分析
  - 5.2.1 SUV市场区域形势分析
  - 5.2.2 SUV高端和次高端市场
  - 5.2.3 SUV中端市场形势分析
  - 5.2.4 SUV次中端和低端市场

## 5.3 SUV市场深层战略启示分析

### 5.3.1 SUV市场深层局变分析

### 5.3.2 SUV市场营销分析

## 第6章 SUV汽车行业市场竞争状况分析

### 6.1 行业总体市场竞争状况分析

### 6.2 行业国际市场竞争状况分析

#### 6.2.1 国际SUV市场发展状况分析

#### 6.2.2 国际SUV市场竞争状况分析

#### 6.2.3 全球主要SUV企业发展分析

##### (1) 克莱斯勒汽车公司

##### (2) 萨博汽车公司

##### (3) 路虎汽车公司

#### 6.2.4 国际SUV市场发展趋势分析

#### 6.2.5 世界主要车企未来总产能规划

### 6.3 行业国内市场竞争状况分析

#### 6.3.1 国内SUV行业的竞争格局

#### 6.3.2 国内SUV各品牌市场竞争

##### (1) SUV合资品牌市场竞争

##### (2) SUV自主品牌市场竞争

#### 6.3.3 国内SUV分车型市场竞争

#### 6.3.4 SUV行业市场发展支撑因素

#### 6.3.5 SUV市场发展的隐忧分析

#### 6.3.6 汽车消费税对SUV市场影响

#### 6.3.7 车企未来SUV产品规划分析

### 6.4 SUV汽车行业兼并与重组分析

#### 6.4.1 SUV行业兼并与重组概况

#### 6.4.2 外资SUV企业兼并与重组

#### 6.4.3 内资SUV企业兼并与重组

#### 6.4.4 SUV行业兼并与重组动向

## 第7章 SUV汽车行业主要企业经营分析



## 7.1 湖南江南汽车制造有限公司经营情况分析

### 7.1.1 企业发展简况分析

### 7.1.2 企业产销能力分析

### 7.1.3 企业盈利能力分析

### 7.1.4 企业运营能力分析

### 7.1.5 企业偿债能力分析

### 7.1.6 企业发展能力分析

### 7.1.7 企业组织架构分析

### 7.1.8 企业产品结构分析

### 7.1.9 企业销售渠道与网络

### 7.1.10 企业经营优劣势分析

### 7.1.11 企业最新发展动向分析

### 7.1.12 企业投资兼并与重组分析

## 7.2 广汽长丰汽车股份有限公司经营情况分析

### 7.2.1 企业发展简况分析

### 7.2.2 主要经济指标分析

### 7.2.3 企业盈利能力分析

### 7.2.4 企业运营能力分析

### 7.2.5 企业偿债能力分析

### 7.2.6 企业发展能力分析

### 7.2.7 企业产品结构分析

### 7.2.8 企业销售渠道与网络

### 7.2.9 企业经营优劣势分析

### 7.2.10 企业最新发展动向分析

### 7.2.11 企业投资兼并与重组分析

## 7.3 长城汽车股份有限公司经营情况分析

### 7.3.1 企业发展简况分析

### 7.3.2 主要经济指标分析

### 7.3.3 企业盈利能力分析

### 7.3.4 企业运营能力分析

### 7.3.5 企业偿债能力分析

### 7.3.6 企业发展能力分析

- 7.3.7 企业组织架构分析
- 7.3.8 企业产品结构分析
- 7.3.9 企业销售渠道与网络（zyyzg）
- 7.3.10 企业经营优劣势分析
- 7.3.11 企业最新发展动向分析
- 7.3.12 企业投资兼并与重组分析
- 7.4 北京现代汽车有限公司经营情况分析
  - 7.4.1 企业发展简况分析
  - 7.4.2 企业产销能力分析
  - 7.4.3 企业盈利能力分析
  - 7.4.4 企业运营能力分析
  - 7.4.5 企业偿债能力分析
  - 7.4.6 企业发展能力分析
  - 7.4.7 企业产品结构分析
  - 7.4.8 企业销售渠道与网络
  - 7.4.9 企业经营优劣势分析
  - 7.4.10 企业最新发展动向分析
  - 7.4.11 企业投资兼并与重组分析
- 7.5 东风本田汽车有限公司经营情况分析
  - 7.5.1 企业发展简况分析
  - 7.5.2 企业产销能力分析
  - 7.5.3 企业盈利能力分析
  - 7.5.4 企业运营能力分析
  - 7.5.5 企业偿债能力分析
  - 7.5.6 企业发展能力分析
  - 7.5.7 企业产品结构分析
  - 7.5.8 企业销售渠道与网络
  - 7.5.9 企业经营优劣势分析
  - 7.5.10 企业最新发展动向分析
  - 7.5.11 企业投资兼并与重组分析

## 第8章 SUV汽车行业投资分析与前景预测

- 8.1 SUV汽车行业投资特性分析
- 8.2 SUV汽车行业进入壁垒分析
- 8.3 SUV汽车行业盈利模式分析
- 8.4 SUV汽车行业盈利因素分析
- 8.5 中国SUV汽车投资风险及建议
- 8.6 SUV汽车行业投资风险分析
  - 8.6.1 行业政策风险分析
  - 8.6.2 行业经济风险分析
  - 8.6.3 行业经营风险分析
  - 8.6.4 行业供求风险分析
  - 8.6.5 行业原材料风险分析
- 8.7 SUV汽车行业投资建议
- 8.8 中国SUV市场发展趋势及预测
- 8.9 中国SUV市场发展趋势分析
- 8.10 中国SUV市场发展前景预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/W918940RFT.html>