

# 2022-2028年中国SUV市场发展趋势与战略咨询报告

## 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

《2022-2028年中国SUV市场发展趋势与战略咨询报告》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/qiche/22412894EN.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

SUV是指运动型实用汽车，不同于可在崎岖地面使用的ORV越野车；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型。

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国SUV市场发展趋势与战略咨询报告》共十章。首先介绍了中国广州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

##### 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 2022-2028年中国SUV市场前景及趋势预测 ( )

- 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 2022-2028年SUV市场投资机会及建议 ( )

- 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&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/22412894EN.html>