

2016-2022年中国SUV行业前景研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国SUV行业前景研究与战略咨询报告》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/N038271AE4.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

SUV的全称是Sport Utility Vehicle，中文意思是运动型多用途汽车。主要是指那些设计前卫、造型新颖的四轮驱动越野车。SUV一般前悬架是轿车型的独立悬架，后悬架是非独立悬架，离地间隙较大，在一定程度上既有轿车的舒适性又有越野车的越野性能。由于带有MPV式的座椅多组合功能，使车辆既可载人又可载货，适用范围广。

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。

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。

SUV的发展虽然经历了高低起伏的几个阶段，但作为汽车市场重要的一支力量，SUV市场竞争尚未充分，无论是从产品自身还是厂家对市场的开发，市场容量还远未到达极限，依然有很大的提升空间。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国SUV行业前景研究与战略咨询报告》。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：

第一章 SUV 相关概述

第一节 SUV概念和特点

- 一、SUV简释
- 二、SUV的特点
- 三、SUV的分类

第二节 SUV历史

- 一、SUV的起源
- 二、SUV的演变

第二章 中国SUV市场发展状况分析

第一节 中国SUV市场发展简要回顾

- 一、2013年SUV市场发展分析
- 二、2014年SUV市场发展分析
- 三、2015年SUV市场发展分析

第二节 中国SUV细分市场分析

- 一、SUV高端和次高端市场形势分析
- 二、SUV中端市场形势分析
- 三、SUV次中端和低端市场形势分析
- 四、2015年SUV市场的深层战略启示

第三节 中国SUV汽车市场分析

- 一、市场概述
- 二、品牌关注度分析
- 三、厂商关注度分析
- 四、车系关注度分析
- 五、车型关注度分析
- 六、不同配置关注度分析

第四节 SUV市场消费群体分析

- 一、SUV成女性消费者新宠
- 二、“80后”人群渐成购车新势力
- 三、新富阶层带来汽车市场新变化

第三章 中国不同系别SUV发展状况分析

第一节 国外三大派系SUV介绍

- 一、日系SUV市场品牌分析
- 二、欧美系SUV市场分析
- 三、韩系SUV多方面保持特色

第二节 中国自主品牌SUV发展概况

- 一、2015年自主品牌SUV新品分析
- 二、自主品牌SUV市场分析
- 三、自主品牌SUV迅速发展原因分析
- 四、自主品牌SUV比肩日韩系

第四章 中国SUV市场热点产品发展分析--城市型SUV

第一节 中国城市SUV市场发展分析

- 一、城市SUV占SUV市场份额分析
- 二、城市SUV市场呈“群雄争霸”之势
- 三、经济型城市SUV有望成市场主力

第二节 中国城市SUV发展动态分析

- 一、城市SUV同质化严重
- 二、城市SUV持续热销的动因
- 三、城市SUV呈持续火热态势

第三节 中国低端城市SUV国产车型对比

- 一、现代 ix35
- 二、东风日产 奇骏
- 三、本田 CR-V
- 四、斯巴鲁 森林人
- 五、雷诺 科雷傲
- 六、雪佛兰 科帕奇

第五章 中国SUV市场热点产品发展分析--经济型SUV

第一节 经济型SUV市场发展分析

- 一、经济型SUV受青睐
- 二、经济型SUV提前进入普及时代

三、2015年经济型SUV市场分析

四、2015年经济型SUV成车市新热点

第二节 自主品牌经济型SUV对比导购

一、长城哈弗H5 至尊版

二、奇瑞瑞虎

三、陆风X8

四、海马骑士

第三节 中国经济型SUV的问题及建议分析

一、经济型SUV市场定位不明确

二、经济型SUV市场发展策略

第六章 中国SUV市场的竞争格局分析

第一节 中国SUV市场的竞争状况

一、2015年SUV市场竞争格局分析

二、SUV市场区隔竞争形势分析

三、SUV市场区域竞争形势分析

四、自主SUV和合资SUV的市场竞争

五、2015年国产外资中高端SUV销量排名

第二节 中国主要中小排量SUV车型竞争力浅析

一、途胜销量稳中有升

二、哈弗在自主品牌市场表现优异

三、狮跑市场销量欠佳

四、吉姆尼以另类开辟独特市场

五、Jeep指南者成为时尚人群关注车型

第三节 中国SUV市场进口、合资、自主品牌竞争生存法则

一、优质+低价+亲民

二、品牌+综合实力+营销

三、品牌+品质+技术

第七章 中国SUV市场营销研究

第一节 SUV的市场定位

一、SUV市场细分变量的确定

二、消费人群细分的四种类型

三、SUV的目标消费群体

第二节 SUV的产品策略

一、SUV产品组合策略

二、SUV产品生命周期分析

三、导入期的SUV产品营销策略

四、成长期的SUV产品营销策略

第三节 SUV的价格策略

一、影响汽车价格的主要因素

二、SUV应采用竞争导向定价法

三、SUV的定价策略

第四节 SUV的渠道策略

一、SUV销售网络地理分布特点及原因

二、SUV渠道管理方式

三、SUV渠道建设应遵循的主要原则

第五节 SUV的促销策略

一、SUV消费者媒体接触习惯研究

二、SUV的广告策略

三、SUV公共关系促销的表现方式

第八章 中国SUV主要企业经营动态分析

第一节 长城汽车股份有限公司

一、公司简介

二、2014年企业经营情况分析

三、2015年企业经营情况分析

四、2016年公司发展展望及策略

五、长城SUV的发展情况

第二节 广汽长丰汽车股份有限公司

一、公司简介

二、2014年企业经营情况分析

三、2015年企业经营情况分析

四、2012-2015年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

六、广汽长丰SUV的发展情况

第三节 河北中兴汽车制造有限公司

一、公司简介

二、2015年中兴汽车发展分析

三、中兴汽车将生产首款小型SUV

四、中兴汽车SUV登陆美国市场概况

第四节 郑州日产汽车有限公司

一、公司简介

二、2015年郑州日产发展分析

三、郑州日产自主品牌进军中端SUV市场

四、郑州日产以体育营销塑造SUV品牌

第九章 2016-2022年中国SUV市场前景及趋势预测

第一节 2016-2022年中国SUV的发展前景及趋势

一、2015年我国SUV市场发展展望

二、我国SUV市场将强劲增长

三、未来SUV市场发展三大趋势

第二节 2016-2022年中国SUV的柴油化发展趋势

一、柴油SUV是未来SUV的发展方向

二、柴油动力车型将成为环保的先锋力量

三、大动力、低能耗SUV成发展趋势

图表目录

图表：2011-2015年我国SUV市场产销量情况

图表：2011-2015年SUV销量占乘用车市场份额情况

图表：2011-2015年我国主要SUV企业销量情况

图表：2011-2015年SUV主要品牌销量情况

图表：2015年SUV主要品牌市场份额情况

图表：2015年国产SUV销量及增长率表

图表：2015年乘用车各车型产销情况

图表：2015年全年SUV、MPV市场走势

图表：2015年SUV品牌销量排前五名

图表：2015年MPV品牌销量排前五名

图表：2015年SUV、MPV分排量销售情况

图表：2015年SUV、MPV分燃料销售情况

图表：2015年SUV销量与销售环比

图表：2015年SUV在国产乘用车市场的份额

图表：2015年SUV高端和次高端市场区域销售占比

图表：2015年SUV高端和次高端区域销售细分统计

图表：2015SUV高端和次高端易车指数分析

图表：2015年SUV中端市场区域销售占比

图表：2015年SUV中端区域销售细分统计

图表：2015年紧凑型中端易车指数分析

图表：2015年SUV次中端和低端市场区域销售占比

图表：2015年SUV次中端和低端区域销售细分统计

图表：2015年SUV次中端和低端易车指数分析

图表：2015年中国SUV汽车市场品牌关注比例分布

图表：2015年中国SUV汽车市场品牌关注排名

图表：2015年中国SUV汽车市场厂商关注排名

图表：2015年中国SUV汽车市场车系关注排名

图表：2015年中国SUV汽车市场车型关注排名

图表：2015年中国SUV汽车市场不同排量关注比例分布

图表：2015年中国SUV汽车市场不同车体结构关注比例分布

图表：2015年中国SUV汽车市场不同变速器关注比例分布

图表：2015年欧美系SUV与日韩系SUV销量比例图

图表：2015年各品牌SUV销量比例图

图表：2013-2015年SUV企业前十排名变化

图表：2013-2015年SUV产品前十排名年度变化

图表：2015年SUV月度销量排名变化

图表：2013-2015年不同车系SUV市场份额变化

图表：2013-2015年不同排量SUV发展情况

图表：2013-2015年不同驱动形式SUV市场份额与销量变化

图表：2013-2015年不同燃料SUV市场份额变化

图表：2013-2015年出口SUV数据对比

图表：2013-2015年进口SUV数据对比

图表：SUV市场的区隔构成

图表：2015年度SUV区隔市场销量统计

图表：2015年度SUV区隔市场份额统计

图表：2015年SUV区域上牌量占比

图表：2015年SUV区隔市场点区域销量指数分析

图表：2015SUV区隔市场的级别城市上牌量占比

图表：2015年全国国产外资中高端SUV销量排名

图表：2015年全国国产外资中高端SUV销量排名

图表：2015年国产RAV4、途观、ix35销量对比

图表：年龄与购车目的之间关系

图表：性别与购车注重因素关系

图表：消费者对价格的承受能力

图表：细分市场结构构成比较

图表：主要品牌分大区营销网点分布

图表：SUV主要用户媒体接触习惯研究

图表：各主要品牌广告语摘要

图表：2015年广汽长丰汽车股份有限公司主营构成表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司流动资产表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司长期投资表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司固定资产表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司无形及其他资产表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司流动负债表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司长期负债表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司股东权益表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司主营业务收入表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司主营业务利润表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司营业利润表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司利润总额表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司净利润表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司每股指标表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司获利能力表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司经营能力表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司偿债能力表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司资本结构表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司发展能力表

图表：2012-2015年广汽长丰汽车股份有限公司现金流量分析表

图表：华泰圣达菲-发动机曲线图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/N038271AE4.html>