

2017-2022年中国SUV汽车 市场现状分析与投资前景调研报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2017-2022年中国SUV汽车市场现状分析与投资前景调研报告》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.bosidata.com/report/R91894BAIW.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2016-12-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国SUV汽车市场现状分析与投资前景调研报告》介绍了SUV汽车行业相关概述、中国SUV汽车产业运行环境、分析了中国SUV汽车行业的现状、中国SUV汽车行业竞争格局、对中国SUV汽车行业做了重点企业经营状况分析及中国SUV汽车产业发展前景与投资预测。您若想对SUV汽车产业有个系统的了解或者想投资SUV汽车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

据博思数据发布的《2017-2022年中国SUV汽车市场现状分析与投资前景调研报告》表明：

2016年上半年我国SUV市场产量达383.8万辆，累计增长39.7%。

					指标	
2016年6月	2016年5月	2016年4月	2016年3月	2016年2月	2016年1月	
运动型多用途乘用车（SUV）产量_当期值(万辆)					61.7	60.4
72	***	***				64.4
					运动型多用途乘用车（SUV）产量_累计值(万辆)	
383.8	321.1	260.7	195.9	123.2	***	运动型多用途乘用车（SUV）产量_同比增长(%)
			23.4	26.1	33.9	49.1
***	运动型多用途乘用车（SUV）产量_累计增长(%)				39.7	42.7
47.3	56.5	60.4	***			

第一部分 产业环境透视 1

第一章 中国SUV汽车行业发展综述 1

第一节 SUV汽车行业定义及分类 1

一、行业概念及定义 1

SUV汽车全称是SportUtility Vehicle，中文意思是运动型多用途汽车。现在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。

SUV的特点是强动力、越野性、宽敞舒适及良好的载物和载客功能，也有人说，SUV是豪华轿车的舒适精细加上越野车的本性。SUV是轿车与越野车的混血后裔，与其祖先相比，SUV如虎添翼。

二、行业主要产品大类 1

三、SUV主要品牌分类 2

四、SUV汽车特性分析 3

第二节 SUV汽车发展历史分析 5

一、SUV汽车的起源	5
二、SUV汽车的演变	5
三、SUV与吉普车区别	5
第三节 汽车行业产销市场调研	6
一、汽车总市场发展状况分析	6
二、乘用车市场发展状况分析	9
三、商用车市场发展状况分析	9
第四节 SUV汽车行业产业链分析	11
一、SUV汽车行业产业链简介	11
二、SUV汽车行业上游产业链分析	12
1、钢材市场运营及价格状况分析	12
2、轮胎市场运营及价格状况分析	17
第二章 SUV汽车行业市场环境分析	21
第一节 SUV汽车行业政策环境分析	21
一、汽车产业相关政策动向	21
二、汽车产业发展规划解读	30
第二节 SUV汽车行业经济环境分析	31
一、国际宏观经济环境分析	31
二、国内宏观经济环境分析	49
三、行业宏观经济环境分析	54
第三节 SUV汽车行业需求环境分析	58
一、SUV汽车行业需求特征	58
二、SUV汽车行业需求趋势	65
第四节 SUV汽车行业贸易环境分析	66
一、行业贸易环境发展现状	66
二、行业贸易环境发展趋势	68
第五节 SUV汽车行业社会环境分析	70
一、行业发展与社会经济的协调	70
二、SUV销售与城市化协调分析	72
三、行业发展的地区不平衡问题	73
第六节 SUV汽车技术发展分析	73
一、SUV汽车主要技术分析	73

二、SUV汽车技术趋势分析 75

第二部分 行业深度分析 76

第三章 我国SUV汽车行业运行现状分析 76

第一节 我国SUV汽车行业发展状况分析 76

一、我国SUV汽车行业发展阶段 76

从2007-2015年的9年间，SUV细分市场增速达到41%，2016年1-5月份累计同比增加38.8%，依然领跑汽车行业。近年来，中国汽车市场整体增长趋于理性，SUV市场逐渐成为带动整体增长的核心驱动力。尤其是在今年，SUV市场占比已经超过轿车市场。各个车企相继投放全新SUV车型，并从各个细分领域，覆盖了包括小型到中大型的产品区间。此外，一些具有SUV元素的跨界车型也陆续登场，市场界限逐渐被打破，呈现出新的消费特点。2006-2015年中国SUV销量情况

资料来源：资料整理

2015年我国乘用车销量1970万辆，同比增长9.9%，SUV同比增长36.44%至407万辆，占乘用车比重的20.7%。SUV车型“一枝独秀”炙手可热，其热度也延伸到了2015年。

二、我国SUV汽车行业发展总体概况 78

三、我国SUV汽车行业发展特点分析 79

四、我国SUV汽车行业商业模式分析 80

第二节 2014-2016年SUV汽车行业发展现状 82

一、2014-2016年我国SUV汽车行业市场规模 82

二、2014-2016年我国SUV汽车行业发展分析 83

三、2014-2016年中国SUV汽车企业发展分析 84

第三节 2014-2016年SUV汽车市场情况分析 86

一、2014-2016年中国SUV汽车市场总体概况 86

二、2014-2016年中国SUV汽车产品市场发展分析 87

第四节 我国SUV汽车市场价格走势分析 87

一、SUV汽车市场定价机制组成 87

二、SUV汽车市场价格影响因素 88

三、2014-2016年SUV汽车产品价格走势分析 89

四、2016-2020年SUV汽车产品价格走势预测 89

第四章 我国SUV汽车行业整体运行指标分析 93

第一节 2014-2016年中国SUV汽车行业总体规模分析 93

一、企业数量结构分析 93

二、人员规模状况分析	93
三、行业资产规模分析	94
四、行业市场规模分析	94
第二节 2014-2016年中国SUV汽车行业产销情况分析	95
一、我国SUV汽车行业工业总产值	95
二、我国SUV汽车行业工业销售产值	95
三、我国SUV汽车行业产销率	95
第三节 2014-2016年中国SUV汽车行业财务指标总体分析	96
一、行业盈利能力分析	96
1、我国SUV汽车行业销售利润率	96
2、我国SUV汽车行业成本费用利润率	96
3、我国SUV汽车行业亏损面	97
二、行业偿债能力分析	97
1、我国SUV汽车行业资产负债率	97
2、我国SUV汽车行业利息保障倍数	98
三、行业营运能力分析	98
1、我国SUV汽车行业应收帐款周转率	98
2、我国SUV汽车行业总资产周转率	99
3、我国SUV汽车行业流动资产周转率	99
四、行业发展能力分析	100
1、我国SUV汽车行业总资产增长率	100
2、我国SUV汽车行业利润总额增长率	100
3、我国SUV汽车行业主营业务收入增长率	100
4、我国SUV汽车行业产值利税率	101
第三部分 市场供需分析调研	102
第五章 SUV汽车行业产业结构分析	102
第一节 SUV汽车产业结构分析	102
一、市场细分充分程度分析	102
二、各细分市场领先企业排名	104
三、各细分市场占总市场的结构比例	106
四、领先企业的结构分析（所有制结构）	106
第二节 产业价值链条的结构及整体竞争优势分析	107

一、产业价值链的构成	107
二、产业链条的竞争优势与劣势分析	107
第三节 产业结构发展预测	109
一、产业结构调整指导政策分析	109
二、产业结构调整中消费者需求的引导因素	109
三、中国SUV汽车行业参与国际竞争的战略市场定位	109
四、产业结构调整方向分析	110
第六章 SUV汽车行业产品市场调研	111
第一节 SUV汽车市场发展状况分析	111
一、SUV汽车总体市场调研	111
1、国产SUV市场调研	111
2、进口SUV市场调研	131
二、SUV车型结构特征分析	132
三、SUV市场发展特点分析	142
四、SUV细分市场走势分析	145
五、SUV主要车系走势分析	146
六、SUV厂家品牌销量走势	151
七、新能源SUV汽车市场调研	170
第二节 SUV汽车细分车型市场调研	171
一、大型SUV品牌市场调研	171
二、中大型SUV品牌市场调研	172
三、紧凑型SUV品牌市场调研	173
四、AO级SUV品牌市场调研	174
五、微型SUV品牌市场调研	174
第三节 SUV汽车分品牌市场调研	175
一、自主品牌SUV市场调研	175
二、合资品牌SUV市场调研	176
三、城市型SUV市场调研	176
四、经济型SUV市场调研	177
五、跨界型SUV市场调研	177
第四节 SUV汽车市场关注度分析	178
一、国产SUV关注度排行分析	178

二、进口SUV关注度排行分析	179
三、SUV汽车品牌关注度分析	180
四、SUV汽车厂商关注度分析	180
五、SUV汽车车型关注度分析	181
六、SUV不同配置关注度分析	182
第七章 SUV汽车市场营销策略分析	183
第一节 乘用车市场营销策略分析	183
一、国内汽车营销特点分析	183
二、乘用车市场营销模式分析	184
1、电子商务网络直销模式	184
2、4S店特许经营模式	184
3、普通经销商模式	184
4、汽车超市经营模式	185
5、独立经销商模式	185
三、乘用车市场营销模式改进空间	185
四、乘用车市场营销模式发展对策	186
第二节 SUV汽车行业营销策略分析	187
一、SUV汽车营销手段分析	187
二、SUV经销商营销思路分析	188
1、华泰现代新营销思路分析	188
2、陆风汽车“体验”营销模式	189
第三节 SUV汽车消费市场发展分析	190
一、SUV汽车消费市场调研	190
二、SUV市场消费观念分析	190
三、SUV车型消费价格分析	191
四、城市SUV消费群体分析	192
五、SUV女性消费群体分析	192
第四节 潜在汽车消费者媒体接触分析	193
一、潜在消费者主要媒体接触分析	193
二、潜在消费者获取汽车信息渠道	195
三、消费者网络订购汽车方式态度	197
第五节 中国汽车经销商广告投放分析	198

一、汽车经销商网络广告投放情况	198
二、重点广告主广告投放策略对比	199
三、汽车经销商网络广告投放趋势	200
第六节 SUV车型投诉统计状况分析	201
一、SUV汽车车型投诉统计状况分析	201
二、SUV行业车型投诉现状统计分析	206
1、SUV汽车车型投诉总体概况	206
2、SUV车价属性与投诉属性分析	207
3、SUV车型投诉品牌与地区分析	209
4、SUV车型投诉要点与方向分析	210
5、SUV车型投诉问题与处理效率	211
6、SUV车型投诉处理情况分析	214
第四部分 竞争格局分析	216
第八章 SUV汽车产业集群发展及区域市场调研	216
第一节 中国SUV汽车产业集群发展特色分析	216
一、长江三角洲SUV汽车产业发展特色分析	216
二、珠江三角洲SUV汽车产业发展特色分析	217
三、环渤海地区SUV汽车产业发展特色分析	218
四、闽南地区SUV汽车产业发展特色分析	219
第二节 SUV汽车重点区域市场评估	219
一、行业总体区域结构特征及变化	219
1、区域结构总体特征	219
2、行业区域集中度分析	223
3、行业区域分布特点分析	224
4、行业规模指标区域分布分析	225
5、行业效益指标区域分布分析	226
6、行业企业数的区域分布分析	227
二、SUV汽车重点区域市场调研	228
1、江苏	228
2、浙江	229
3、上海	234
4、福建	237

5、广东 240

第九章 SUV汽车行业市场竞争状况分析 247

第一节 行业总体市场竞争状况分析 247

第二节 行业国际市场竞争状况分析 247

一、国际SUV市场发展状况分析 247

二、国际SUV市场竞争状况分析 247

三、全球主要SUV企业发展分析 248

1、克莱斯勒汽车公司 248

2、萨博汽车公司 248

3、路虎汽车公司 248

四、国际SUV市场发展趋势分析 250

五、世界主要车企未来总产能规划 250

第三节 行业国内市场竞争状况分析 251

一、国内SUV行业的竞争格局 251

二、国内SUV各品牌市场竞争 252

1、SUV合资品牌市场竞争 252

2、SUV自主品牌市场竞争 252

三、国内SUV分车型市场竞争 253

四、SUV行业市场发展支撑因素 253

五、SUV市场发展的隐忧分析 254

六、汽车消费税对SUV市场影响 257

七、车企未来SUV产品规划分析 258

第四节 SUV汽车行业兼并与重组分析 258

一、SUV行业兼并与重组概况 258

二、外资SUV企业兼并与重组 259

三、内资SUV企业兼并与重组 259

四、SUV行业兼并与重组动向 260

第十章 2014-2016年SUV汽车行业领先企业经营形势分析 262

第一节 深圳市中汽南方投资集团有限公司 262

一、企业发展简况分析 262

二、企业经营情况分析 263

三、企业产品结构分析 263

四、企业销售渠道与网络	263
五、企业经营优劣势分析	263
六、企业最新发展动向分析	264
第二节 北京祥龙博瑞汽车服务（集团）有限公司	264
一、企业发展简况分析	264
二、企业经营情况分析	264
三、企业产品结构分析	265
四、企业销售渠道与网络	265
五、企业经营优劣势分析	265
六、企业最新发展动向分析	266
第三节 广汽丰田汽车有限公司	266
一、企业发展简况分析	266
二、企业经营情况分析	266
三、企业产品结构分析	267
四、企业销售渠道与网络	268
五、企业经营优劣势分析	269
六、企业最新发展动向分析	270
第四节 上海永达（集团）股份有限公司	270
一、企业发展简况分析	270
二、企业经营情况分析	271
三、企业产品结构分析	271
四、企业销售渠道与网络	271
五、企业经营优劣势分析	271
六、企业最新发展动向分析	271
第五节 广汇汽车服务股份公司	272
一、企业发展简况分析	272
二、企业经营情况分析	273
三、企业产品结构分析	274
四、企业销售渠道与网络	275
五、企业经营优劣势分析	275
六、企业最新发展动向分析	276
第六节 中升集团控股有限公司	277

一、企业发展简况分析	277
二、企业经营情况分析	278
三、企业产品结构分析	281
四、企业销售渠道与网络	281
五、企业经营优劣势分析	282
六、企业最新发展动向分析	283
第七节 荣成华泰汽车有限公司	283
一、企业发展简况分析	283
二、企业经营情况分析	283
三、企业产品结构分析	284
四、企业销售渠道与网络	285
五、企业经营优劣势分析	285
六、企业最新发展动向分析	285
第八节 郑州日产汽车有限公司	286
一、企业发展简况分析	286
二、企业经营情况分析	287
三、企业产品结构分析	288
四、企业销售渠道与网络	288
五、企业经营优劣势分析	288
六、企业最新发展动向分析	289
第九节 河北中兴汽车制造有限公司	290
一、企业发展简况分析	290
二、企业经营情况分析	290
三、企业产品结构分析	291
四、企业销售渠道与网络	292
五、企业经营优劣势分析	292
六、企业最新发展动向分析	293
第十节 北京现代汽车有限公司	294
一、企业发展简况分析	294
二、企业经营情况分析	294
三、企业产品结构分析	295
四、企业销售渠道与网络	296

五、企业经营优劣势分析	296
六、企业最新发展动向分析	297
第五部分 趋势预测展望	298
第十一章 SUV汽车行业投资分析与趋势分析	298
第一节 SUV汽车行业投资特性分析	298
一、SUV汽车行业进入壁垒分析	298
二、SUV汽车行业盈利模式分析	299
三、SUV汽车行业盈利因素分析	299
第二节 中国SUV汽车投资前景及建议	300
一、SUV汽车行业投资前景分析	300
1、行业政策风险分析	300
2、行业经济风险分析	300
3、行业经营风险分析	300
4、行业供求风险分析	301
5、行业原材料风险分析	302
二、SUV汽车行业投资建议	302
第三节 中国SUV市场发展趋势及预测	304
一、中国SUV市场发展趋势分析	304
二、中国SUV市场趋势预测分析	305
第十二章 2016-2022年SUV汽车行业投资机会与风险防范	307
第一节 SUV汽车行业投融资情况	307
一、行业资金渠道分析	307
二、固定资产投资分析	307
三、兼并重组情况分析	308
四、SUV汽车行业投资现状分析	310
1、SUV汽车产业投资经历的阶段	310
2、2014-2016年SUV汽车行业投资状况回顾	311
3、2014-2016年中国SUV汽车行业风险投资状况	313
4、2016-2022我国SUV汽车行业的投资态势	314
第二节 2016-2022年SUV汽车行业投资机会	315
一、产业链投资机会	315
二、细分市场投资机会	315

三、重点区域投资机会	315
四、SUV汽车行业投资机遇	316
第三节 2016-2022年SUV汽车行业投资前景及防范	317
一、政策风险及防范	317
二、技术风险及防范	317
三、供求风险及防范	318
四、宏观经济波动风险及防范	318
五、关联产业风险及防范	318
六、产品结构风险及防范	319
七、其他风险及防范	319
第四节 中国SUV汽车行业投资建议	320
一、SUV汽车行业未来发展方向	320
二、SUV汽车行业主要投资建议	320
三、中国SUV汽车企业融资分析	321
1、中国SUV汽车企业IPO融资分析	321
2、中国SUV汽车企业再融资分析	322
第六部分 投资前景研究	323
第十三章 2016-2020年SUV汽车行业面临的困境及对策	323
第一节 2016年SUV汽车行业面临的困境	323
第二节 SUV汽车企业面临的困境及对策	324
一、重点SUV汽车企业面临的困境及对策	324
1、重点SUV汽车企业面临的困境	324
2、重点SUV汽车企业对策探讨	324
二、中小SUV汽车企业发展困境及策略分析	325
1、中小SUV汽车企业面临的困境	325
2、中小SUV汽车企业对策探讨	325
三、国内SUV汽车企业的出路分析	325
第三节 中国SUV汽车行业存在的问题及对策	326
一、中国SUV汽车行业存在的问题	326
二、SUV汽车行业发展的建议对策	327
1、把握国家投资的契机	327
2、竞争性战略联盟的实施	328

3、企业自身应对策略	329
三、市场的重点客户战略实施	330
1、实施重点客户战略的必要性	330
2、合理确立重点客户	330
3、重点客户战略管理	331
4、重点客户管理功能	333
第四节 中国SUV汽车市场发展面临的挑战与对策	334
第十四章 SUV汽车行业投资前景研究	337
第一节 SUV汽车行业投资前景研究	337
一、战略综合规划	337
二、技术开发战略	337
三、业务组合战略	339
四、区域战略规划	339
五、产业战略规划	340
六、营销品牌战略	340
七、竞争战略规划	341
第二节 对我国SUV汽车品牌的战略思考	342
一、SUV汽车品牌的重要性	342
二、SUV汽车实施品牌战略的意义	343
三、SUV汽车企业品牌的现状分析	344
四、我国SUV汽车企业的品牌战略	345
五、SUV汽车品牌战略管理的策略	346
第三节 SUV汽车经营策略分析	347
一、SUV汽车市场细分策略	347
二、SUV汽车市场创新策略	348
三、品牌定位与品类规划	349
四、SUV汽车新产品差异化战略	352
第四节 SUV汽车行业投资规划建议研究	352
一、2016年SUV汽车行业投资规划建议	352
二、2016-2020年SUV汽车行业投资规划建议	353
三、2016-2020年细分行业投资规划建议	353
第十五章 研究结论及投资建议	355

第一节 SUV汽车行业研究结论及建议	355
第二节 SUV汽车子行业研究结论及建议	355
第三节 SUV汽车行业投资建议	356
一、行业投资策略建议	356
二、行业投资方向建议	357
三、行业投资方式建议	358

图表目录

图表：SUV汽车行业生命周期
图表：SUV汽车行业产业链结构
图表：2014-2016年全球SUV汽车行业市场规模
图表：2014-2016年中国SUV汽车行业市场规模
图表：2014-2016年SUV汽车行业重要数据指标比较
图表：2014-2016年中国SUV汽车市场占全球份额比较
图表：2014-2016年SUV汽车行业工业总产值
图表：2014-2016年SUV汽车行业销售收入
图表：2014-2016年SUV汽车行业利润总额
图表：2014-2016年SUV汽车行业资产总计
图表：2014-2016年SUV汽车行业负债总计
图表：2014-2016年SUV汽车行业竞争力分析
图表：2014-2016年SUV汽车市场价格走势
图表：2014-2016年SUV汽车行业主营业务收入
图表：2014-2016年SUV汽车行业主营业务成本
图表：2014-2016年SUV汽车行业销售费用分析
图表：2014-2016年SUV汽车行业管理费用分析
图表：2014-2016年SUV汽车行业财务费用分析
图表：2014-2016年SUV汽车行业销售毛利率分析
图表：2014-2016年SUV汽车行业销售利润率分析
图表：2014-2016年SUV汽车行业成本费用利润率分析
图表：2014-2016年SUV汽车行业总资产利润率分析
图表：2014-2016年SUV汽车行业产能分析
图表：2014-2016年SUV汽车行业产量分析

图表：2014-2016年SUV汽车行业需求分析

图表：2014-2016年SUV汽车行业进口数据

图表：2014-2016年SUV汽车行业出口数据

图表：2014-2016年SUV汽车行业集中度

略……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/R91894BAIW.html>