

2020-2026年中国SUV行业全景调研及市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国SUV行业全景调研及市场运营趋势报告》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.cction.com/report/201909/142980.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

我国处于汽车消费普及期的中后期，汽车保有量仍有较大提升空间，三四线城市刚进入汽车消费高速增长期，SUV渗透率仍有提升空间，未来五年将维持3-5%复合增长。价格敏感的低价微车占比极低，购置税优惠退出对行业影响减弱，预计2018年乘用车销量增长3%左右。预计2018年乘用车增速在3%左右（销量单位均为万辆）

类型

2016年销量

预计2019年销量

预计2018年销量

2016YOY

2019YOY

2018YOY

MPV

249.7

210.7

190

18.5%

15.6%

-9.8%

SUV

904.7

1026.9

1130

45.4%

13.5%

10.0%

轿车

1215

1194.8

1200

3.7%

-1.7%

0.4%

微车

68.4

54.5

35

-37.8%

-20.3%

-35.8%

合计

2437.7

2486.9

2555

14.9%

2.0%

2.7% 数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国SUV行业全景调研及市场运营趋势报告》共八章。首先介绍了SUV行业市场发展环境、SUV整体运行态势等，接着分析了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

二胎政策刺激下7座SUV正处蓝海市场，预计2018年销量达167万辆，相对2016年92万辆，年均复合增速为35%2018年我国7座SUV销量有望达167万辆数据来源：公开资料整理

- 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市场现状分析及预测

3.1.1 2019年我国SUV行业总产值分析

3.1.2 2020-2026年我国SUV行业总产值预测

3.2 SUV产品产量分析及预测

3.2.1 2019年我国SUV产量分析

3.2.2 2020-2026年我国SUV产量预测

3.3 SUV市场需求分析及预测

3.3.1 2019年我国SUV市场需求分析

3.3.2 2020-2026年我国SUV市场需求预测

3.4 SUV进出口数据分析

3.4.1 我国SUV进出口数据分析

(1) 进口分析

(2) 出口分析

3.4.2 2020-2026年国内SUV产品进出口情况预测

(1) 进口预测

(2) 出口预测

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
- 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

图表目录：

图表2016-2019年年中国国产SUV市场销量与同期比较

图表 2016-2019年中国SUV市场长城品牌关注比例走势

图表 2016-2019年中国SUV品牌销量前十排名

图表 2019年SUV销量与销售环比

图表 2019与2019年SUV销售同比

图表 SUV市场构成

图表 2019年SUV档次区隔市场销量统计

图表 2019年SUV档次区隔市场份额统计

图表 2019年SUV档次区隔市场销量同比

图表 2019年车型起步价价位区间

图表 2019年三个价位区间车型的关心指数

图表 2019年三个价位区间车型的对比指数

图表 2019年三个价位区间车型的购车指数

图表 2019年三个价位区间车型的顾客保持率

图表 2016-2019年中国SUV销量趋势

图表 2016-2019年中国SUV销量排行

图表 2016-2019年中国SUV占全部车型销售份额

图表 2019年中国SUV销量环比增幅排名

图表 2019年中国SUV销量同比增幅排名

图表 2019年中国SUV销量各级别排行

图表 2019年中国SUV销量A级别排行

图表 2019年中国SUV销量AO级别排行

图表 2019年中国SUV销量B级别排行

图表 2019年中国SUV销量C/D级别排行

图表 2019年中国SUV品牌销量排行

图表 2019年中国汽车厂商SUV销量排名

图表 2019年中国SUV销量国别排行

图表 2016-2019年中国SUV经济车型销量排名

图表 2016-2019年中国SUV商务车型销量排名

图表 2016-2019年中国SUV休闲车型销量排名

图表 2016-2019年中国SUV越野类车型销量排名

图表 2016-2019年中国SUV年畅销车型销量排名

图表 2016-2019年（SUV）生产汇总

图表 2016-2019年（SUV）生产汇总

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201909/142980.html>