

2019年中国SUV汽车市场分析报告- 市场深度调研与前景评估预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国SUV汽车市场分析报告-市场深度调研与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/391098391098.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

SUV与自主品牌，2017年开始国内SUV市场告别了之前的高速增长，进入了正常较快增长区间，2017/2018前两月增速分别为14.87%/11.65%。结构上，2017年SUV销量占比已超4成，离轿车比重越来越近，继续替代空间可能已不大。我们认为，在增速进入中低速增长区间的情况下，预计SUV市场的发展更多的表现为结构升级，中大型SUV（即B/C级）比重未来有望实现较为明显的提升，这也符合消费升级的趋势，近五年的数据也印证了这点：2013年B+C级SUV比重为14.68%，而2017年达22.35%，有了较为明显的提升。因此，注重技术研发，积极升级产品的车企未来将是SUV市场，甚至整个汽车市场的领先者，比如吉利、长城、广汽乘用车、上汽乘用车等。

图表：中大型SUV销量增速走高

图表来源：公开资料整理

图表：中大型SUV销量占比在提升，但仍较低

图表来源：公开资料整理

从新车计划来看，今年主流自主品牌的新车型比较多，尤其是长城WEY品牌与吉利的领克品牌，在主力A级SUV市场增长明显放缓的情况下，加快了旗下产品线升级的步伐，主要目的是突破现有主力产品价格体系（目前主要为15万元以下），寻找新的增长点以打破增长瓶颈。

图表：主流自主品牌2018年新车型计划

图表来源：公开资料整理

从销量上看，今年前两月以紧凑型与中型SUV为主的吉利汽车、广汽乘用车及上汽乘用车销量仍快速增长，而且今年销量目标均较高，预计在产品升级换代的推动下大概率能够实现。对于长城汽车来说，目前传统哈弗SUV，尤其是H6仍是销量主力，但由于A级SUV市场竞争越发激烈，H6产销增长遭遇瓶颈，但自去年发布WEY品牌以来，依靠VV7/VV5两款定于15-20万元价格区间的升级产品全年实现8.64万辆的销量，比重超过8%，在产品结构改善上作出了重要突破。随着自主研发的7DCT与1.3T/1.5T/2.0T的新动力总成日趋成熟，未来更多车型汽车行业季度投资策略报告将会配套，从而进一步提升产品的性能，性价比优势更加明显，因此，WEY品牌车型的销量值得期待，我们预计今年在25-30万辆之间，销量结构继续提升；同时新动力总成的配套上量可以产生产业链协同效应降低制造成本，从而与产品结构提升一起改善公司的整体盈利能力。我们认为，在积极努力布局的情况下，长城的明天不应“一票否决”，仍值得期待。总体来看，根据新车型规划，今年吉利的看点主要在领克品牌车型的强力推出；广汽乘用车的看点主要在GS3/GS4/GS7/GS8以及新车型对销量的贡献；上汽乘用车的看点主要是荣威RX系列车型以及名爵车型对销量的贡献。综上分析，从消费升级的角度看，我们认为，吉利、广汽乘用车、上汽乘用车、长城是国内自主品牌突破增长瓶颈的业界“标杆”，他们的销量值得持续跟踪与期待。

图表：强势自主品牌今年目标依然较高

图表来源：公开资料整理

图表：吉利、上汽乘用车、宝骏品牌今年前两月仍快速增长

图表来源：公开资料整理

图表：强势自主品牌旗下主要中高端车型月销量情况

图表来源：公开资料整理（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国SUV汽车市场分析报告-市场深度调研与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国SUV汽车行业发展概述

第一节 SUV汽车行业发展情况概述

一、SUV汽车行业相关定义

二、SUV汽车行业基本情况介绍

三、SUV汽车行业发展特点分析

第二节 中国SUV汽车行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、SUV汽车行业产业链条分析

三、中国SUV汽车行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国SUV汽车行业生命周期分析

一、SUV汽车行业生命周期理论概述

二、SUV汽车行业所属的生命周期分析

第四节 SUV汽车行业经济指标分析

一、SUV汽车行业的赢利性分析

二、SUV汽车行业的经济周期分析

三、SUV汽车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国SUV汽车行业进入壁垒分析

一、SUV汽车行业资金壁垒分析

二、SUV汽车行业技术壁垒分析

三、SUV汽车行业人才壁垒分析

四、SUV汽车行业品牌壁垒分析

五、SUV汽车行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球SUV汽车行业市场发展现状分析

第一节 全球SUV汽车行业发展历程回顾

第二节 全球SUV汽车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲SUV汽车行业地区市场分析

一、亚洲SUV汽车行业市场现状分析

二、亚洲SUV汽车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲SUV汽车行业市场前景分析

第四节 北美SUV汽车行业地区市场分析

一、北美SUV汽车行业市场现状分析

二、北美SUV汽车行业市场规模与市场需求分析

三、北美SUV汽车行业市场前景分析

第五节 欧盟SUV汽车行业地区市场分析

一、欧盟SUV汽车行业市场现状分析

二、欧盟SUV汽车行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟SUV汽车行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界SUV汽车行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球SUV汽车行业市场规模预测

第三章 中国SUV汽车产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品SUV汽车总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国SUV汽车行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国SUV汽车产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国SUV汽车行业运行情况

第一节 中国SUV汽车行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国SUV汽车行业市场规模分析

第三节 中国SUV汽车行业供应情况分析

第四节 中国SUV汽车行业需求情况分析

第五节 中国SUV汽车行业供需平衡分析

第六节 中国SUV汽车行业发展趋势分析

第五章 中国SUV汽车所属行业运行数据监测

第一节 中国SUV汽车所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国SUV汽车所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国SUV汽车所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国SUV汽车市场格局分析

第一节 中国SUV汽车行业竞争现状分析

一、中国SUV汽车行业竞争情况分析

二、中国SUV汽车行业主要品牌分析

第二节 中国SUV汽车行业集中度分析

一、中国SUV汽车行业市场集中度分析

二、中国SUV汽车行业企业集中度分析

第三节 中国SUV汽车行业存在的问题

第四节 中国SUV汽车行业解决问题的策略分析

第五节 中国SUV汽车行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国SUV汽车行业需求特点与动态分析

第一节 中国SUV汽车行业消费市场动态情况

第二节 中国SUV汽车行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 SUV汽车行业成本分析

第四节 SUV汽车行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国SUV汽车行业价格现状分析

第六节 中国SUV汽车行业平均价格走势预测

一、中国SUV汽车行业价格影响因素

二、中国SUV汽车行业平均价格走势预测

三、中国SUV汽车行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国SUV汽车行业区域市场现状分析

第一节 中国SUV汽车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地SUV汽车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区SUV汽车市场规模分析

四、华东地区SUV汽车市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区SUV汽车市场规模分析

四、华中地区SUV汽车市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区SUV汽车市场规模分析

第九章 2016-2018年中国SUV汽车行业竞争情况

第一节 中国SUV汽车行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国SUV汽车行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国SUV汽车行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 SUV汽车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国SUV汽车行业发展前景分析与预测

第一节 中国SUV汽车行业未来发展前景分析

一、SUV汽车行业国内投资环境分析

二、中国SUV汽车行业市场机会分析

三、中国SUV汽车行业投资增速预测

第二节 中国SUV汽车行业未来发展趋势预测

第三节 中国SUV汽车行业市场发展预测

一、中国SUV汽车行业市场规模预测

二、中国SUV汽车行业市场规模增速预测

三、中国SUV汽车行业产值规模预测

四、中国SUV汽车行业产值增速预测

五、中国SUV汽车行业供需情况预测

第四节 中国SUV汽车行业盈利走势预测

一、中国SUV汽车行业毛利润同比增速预测

二、中国SUV汽车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国SUV汽车行业投资风险与营销分析

第一节 SUV汽车行业投资风险分析

一、SUV汽车行业政策风险分析

二、SUV汽车行业技术风险分析

三、SUV汽车行业竞争风险

四、SUV汽车行业其他风险分析

第二节 SUV汽车行业企业经营发展分析及建议

一、SUV汽车行业经营模式

二、SUV汽车行业销售模式

三、SUV汽车行业创新方向

第三节 SUV汽车行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国SUV汽车行业发展策略及投资建议

第一节 中国SUV汽车行业品牌战略分析

一、SUV汽车企业品牌的重要性

二、SUV汽车企业实施品牌战略的意义

三、SUV汽车企业品牌的现状分析

四、SUV汽车企业的品牌战略

五、SUV汽车品牌战略管理的策略

第二节 中国SUV汽车行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国SUV汽车行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国SUV汽车行业发展策略及投资建议

第一节 中国SUV汽车行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国SUV汽车行业定价策略分析

第三节 中国SUV汽车行业营销渠道策略

一、SUV汽车行业渠道选择策略

二、SUV汽车行业营销策略

第四节 中国SUV汽车行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国SUV汽车行业重点投资区域分析

二、中国SUV汽车行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/391098391098.html>