

2018-2023年中国汽车SUV行业盈利现状与行业市场需求调研报告

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《2018-2023年中国汽车SUV行业盈利现状与行业市场需求调研报告》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/295838295838.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

2017年我国乘用车销量已经达到2438万辆，行业增速持续下降，预计未来行业整体增速中枢在5%-7%左右，SUV销量增速也将放缓至20%以内。市场红利的消退将增加企业脱颖而出的难度，一汽大众、奥迪、丰田将在2018Q2-2019Q2集中投放十余款新车，也是市场红利的最后一班车。

图：SUV行业增速放缓（单位：万辆，%）

公司的弹性也在降低。由于竞争、市占率、企业产品储备的约束，汽车公司一直被“百万魔咒”困扰——当品牌销量超过100万台时增速将显著放缓。我们发现汽车公司销量从20-30万辆跃升到80-100万辆相对容易，但继续突破则需要企业超强的产品力和执行力。自主品牌中的长城、长安，合资品牌中的大众、通用、日产、现代、福特均面临这样的瓶颈。

图：一汽大众品牌年销量及增速（单位：万辆）

图：上汽大众品牌年销量及增速（单位：万辆）

图：上汽通用品牌年销量及增速（单位：万辆）

图：北京现代年销量及增速（单位：万辆）

图：东风日产年销量及增速（单位：万辆）

图：长安福特年销量及增速（单位：百万辆）

【报告目录】

第一章 SUV相关概述

1.1 SUV概念和特点

1.1.1 SUV简介

1.1.2 SUV的特点

1.1.3 SUV与吉普车的区别和联系

1.2 SUV历史

1.2.1 SUV的起源

1.2.2 SUV的演变

1.3 SUV细分

1.3.1 五大细分市场

1.3.2 两驱与四驱

第二章 2015-2017年中国SUV市场发展分析

2.1 中国SUV市场总体分析

2.1.1 市场驱动力分析

2.1.2 行业特点分析

2.1.3 市场基本格局

2.1.4 市场消费群体

2.2 中国SUV市场发展分析

2.2.1 市场销量分析

2.2.2 市场份额分析

2.2.3 市场结构分析

2.2.4 市场特点分析

2.3 中国SUV市场发展分析

2.3.1 市场销量分析

2.3.2 市场份额分析

2.3.3 市场结构分析

2.3.4 市场特点分析

2.4 2017年中国SUV市场发展分析

2.4.1 销量及份额概况

2.4.2 市场结构分析

2.4.3 市场特点分析

2.5 SUV市场消费需求分析

2.5.1 动力和功能是消费者考虑的首要因素

2.5.2 崇尚个性的SUV深得消费者青睐

2.5.3 优质SUV彰显品位和身份

2.5.4 SUV女性消费需求分析

2.6 SUV市场的问题和策略

2.6.1 SUV市场存在的问题

2.6.2 SUV市场发展的瓶颈

2.6.3 SUV市场面临的矛盾及对策

2.6.4 自主品牌拓展市场的策略

第三章 2015-2017年不同系别SUV发展分析

3.1 国内SUV市场各派系发展态势分析

3.1.1 德系

3.1.2 日系

3.1.3 美系

3.1.4 欧系（德国除外）

3.1.5 韩系

3.2 国内SUV市场美系与欧系的竞争趋势

3.2.1 美系SUV曾风靡一时

3.2.2 欧系SUV的竞争优势

3.2.3 欧系SUV后来居上

3.2.4 欧系SUV前景看好

3.3 自主品牌SUV发展态势分析

3.3.1 自主品牌SUV发展分析

3.3.2 自主中端SUV发展分析

3.3.3 自主低端SUV发展分析

3.3.4 自主中高端SUV发展分析

第四章 2015-2017年城市型SUV发展分析

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的特点

4.1.4 城市SUV的优势

4.2 2015-2017年城市SUV发展分析

4.2.1 消费需求催生城市SUV

4.2.2 城市SUV备受年轻人青睐

4.2.3 城市SUV市场持续火热

4.2.4 紧凑型城市SUV逐渐兴起

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 猎豹飞腾不具备市场优势

4.3.4 长城哈弗突出越野性能

4.4 城市SUV的时尚潮流

4.4.1 城市SUV演绎“中性美”

4.4.2 城市SUV汉兰达独树一帜

4.4.3 城市SUV逍客引领Crossover风尚

4.4.4 城市SUV狮跑呈现硬汉本色

第五章 2015-2017年经济型SUV发展分析

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 2015-2017年经济型SUV市场态势分析

5.2.1 经济型SUV对市场的影响

5.2.2 经济型SUV市场发展态势

5.2.3 经济型SUV市场发展动态

5.2.4 经济型SUV安全性配置提升

5.3 经济型SUV发展存在的问题

5.3.1 经济型SUV并不经济

5.3.2 经济型SUV技术和设计不达标

5.3.3 经济型SUV市场定位不明确

第六章 2015-2017年中国SUV市场竞争分析

6.1 我国SUV市场竞争格局分析

6.1.1 SUV市场竞争的基本格局

6.1.2 高端SUV的竞争格局分析

6.1.3 次高端SUV的竞争格局分析

6.1.4 中端SUV的竞争格局分析

6.1.5 次中端SUV的竞争格局分析

6.1.6 低端SUV的竞争格局分析

6.2 SUV市场进口、合资、自主品牌竞争分析

6.2.1 竞争日趋白热化

6.2.2 市场价格战隐现

6.2.3 自主品牌形势严峻

6.2.4 合资品牌抢占市场

6.3 主要中小排量SUV车型竞争力浅析

6.3.1 途胜主打便宜实用

6.3.2 哈弗M4表现优异

6.3.3 狮跑市场销量欠佳

6.3.4 吉姆尼开辟独特市场

6.3.5 Jeep指南者引领市场

第七章 2015-2017年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 SUV市场细分变量的确定

7.1.3 消费人群细分的四种类型

7.1.4 SUV的消费环境

7.1.5 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SUV主要企业发展分析

8.1 长城汽车股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

8.2 奇瑞汽车股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

8.3 河北中兴汽车制造有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第九章 SUV的前景及趋势预测

9.1 SUV市场的前景及趋势分析

9.1.1 中国SUV市场发展前景展望

9.1.2 未来SUV市场品牌发展趋势

9.1.3 未来小型SUV市场前景看好

9.1.4 2017-2022年中国SUV市场预测分析

9.2 SUV的柴油化发展趋势

9.2.1 柴油SUV是未来SUV的发展方向

9.2.2 柴油动力车型将成为环保的先锋力量

9.2.3 柴油化SUV在中国的前景

图表目录：

图表1 2015-2017年中国SUV市场分驱动方式销量情况

图表2 2015-2017年中国SUV市场两轮驱动车型的排量分布

图表3 2017年我国SUV市场销量月度走势情况

图表4 2017年SUV在狭义乘用车市场的份额变化情况

图表5 2015-2017年国产SUV细分市场份额变化情况

图表6 2017年国产SUV市场自主品牌和外资品牌份额情况

图表7 2017年我国SUV市场月度销量走势

图表8 2017年我国SUV销量月度增速走势

图表9 2017年我国SUV市场份额表现

图表10 2017年SUV市场外资与自主品牌份额表现

图表11 2017年我国SUV市场销量前十车型

图表12 2001-2017年SUV市场各级别份额走势

图表13 2015-2017年SUV各级别市场份额走势

图表14 2015-2017年SUV市场各车系份额走势

图表15 SUV各排量市场结构变化分析

图表16 2017年国产外资SUV分派系市场份额变化

图表17 2017年国产SUV市场分派系销量结构占比变化

图表18 2017年自主SUV中分类型销量占比结构

图表19 2017年自主与外资SUV在细分市场的份额变化

图表20 2017年中端SUV市场销量前十车型排名

更多图表详见正文（GY GSL）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/295838295838.html>