

2021-2027年中国SUV行业 发展态势与市场供需预测报告

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

《2021-2027年中国SUV行业发展态势与市场供需预测报告》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/202012/197234.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

2019年的汽车总体销量并没有出现断崖式下滑，预计全年同比下滑在3-5%之间，这是自1990年以来的首次负增长。对于全球最大的汽车产销国来说，这个数据看似无奇，其背后却暗指了国内汽车产业的未来走向。回顾今年1-11月份的销量数据，全国乘用车狭义销量为2015.2万辆，同比下跌4.0%。同时，产量也在放缓，这主要受到库存压力、宏观经济、消费者行为等因素的影响。 乘联会厂家12月周度零售数量及同比增速走势

2010年SUV增速反超轿车，其后直到2019年累计增速一直高于轿车增速。2015年增速开始放缓，2019年增速更是跌破2位数，同比增速低至3%。今年6-9月出现同比四连跌，乘用车市场7-9月同比三连跌，标志着国内汽车市场进入调整期。

2017年MPV同比由正转负，且跌幅高达19%，一是由于自主品牌MPV的大幅下滑导致，部分销量较好车型生命周期老化，五菱宏光、欧诺占整体市场份额的40%，其中五菱宏光占整体市场份额的26%，但自2010年上市以来没换代升级，欧诺自2012年以来同样没进行产品换代更新，竞争力下降；二是自主SUV加快产品的投放抢占了MPV的市场份额，2017年全新自主SUV产品的投放多达40余款，而自主MPV仅投放十余款。2019年随着MPV产品结构的老化，市场SUV新品上市的节奏加快，购置税完全退坡等因素的影响，MPV同比还将呈现较大幅度的下滑。2009-2018年中国汽车细分市场销量对比（单位：万辆） 中企顾问网发布的

《2021-2027年中国SUV行业发展态势与市场供需预测报告》共十四章。首先介绍了中国SUV行业市场发展环境、SUV整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国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：

第一章 SUV行业相关概述

1.1 SUV行业定义及特点

1.1.1 SUV行业的定义

1.1.2 SUV行业产品/服务特点

1.2 SUV行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

第二章 城市型SUV

2.1 城市SUV的相关概述

2.1.1 城市SUV的概念

2.1.2 城市SUV的兴起

2.1.3 城市SUV的优势

2.2 城市SUV发展概况

2.2.1 消费需求催生城市SUV

2.2.2 城市SUV是市场最大赢家

2.2.3 城市SUV成为玩家新宠

2.2.4 城市SUV占尽市场先机

2.2.5 城市SUV市场表现瞩目

2.3 低端城市SUV国产车型对比

2.3.1 奇瑞瑞虎适合城市日常生活驾驶

2.3.2 江淮瑞鹰胜在安全性高

2.3.3 猎豹飞腾突出节能优势

2.3.4 长城哈弗突出越野性能

第三章 2019年中国SUV行业发展环境分析

3.1 SUV行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

3.1.6 政策环境对行业的影响

3.2 SUV行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 SUV行业社会环境分析（S）

3.3.1 SUV产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 SUV行业技术环境分析（T）

3.4.1 SUV技术分析

3.4.2 SUV技术发展水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球SUV所属行业发展概述

4.1 2019年全球SUV行业发展情况概述

4.1.1 全球SUV行业发展现状

4.1.2 全球SUV行业发展特征

4.2 2019年全球主要地区SUV行业发展状况

4.2.1 欧洲

4.2.2 美国

4.2.3 日韩

4.3 2021-2027年全球SUV行业发展前景预测

4.3.1 全球SUV行业发展前景分析

4.3.2 全球SUV行业发展趋势分析

4.4 全球SUV行业重点企业发展动态分析

第五章 中国SUV行业发展概述

5.1 中国SUV行业发展状况分析

5.1.1 中国SUV行业发展阶段

5.1.2 中国SUV行业发展总体概况

5.1.3 中国SUV行业发展特点分析

5.2 2014-2019年SUV行业发展现状

5.2.1 2014-2019年中国SUV行业市场规模

5.2.2 2014-2019年中国SUV行业发展分析2009-2018年中国汽车细分市场销量增速对比（单位：%）

5.2.3 2014-2019年中国SUV企业发展分析

5.3 2021-2027年中国SUV行业面临的困境及对策

5.3.1 中国SUV行业面临的困境及对策

1、中国SUV行业面临困境

2、中国SUV行业对策探讨

5.3.2 中国SUV企业发展困境及策略分析

1、中国SUV企业面临的困境

2、中国SUV企业的对策探讨

5.3.3 国内SUV企业的出路分析

第六章 中国SUV所属行业市场运行分析

6.1 2014-2019年中国SUV行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2014-2019年中国SUV行业产销情况分析

6.2.1 中国SUV行业工业总产值

6.2.2 中国SUV行业工业销售产值

6.2.3 中国SUV行业产销率

6.3 2014-2019年中国SUV行业市场供需分析

6.3.1 中国SUV行业供给分析

6.3.2 中国SUV行业需求分析

6.3.3 中国SUV行业供需平衡

6.4 2014-2019年中国SUV行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 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 消费人群细分的四种类型
- 7.1.3 SUV的消费环境
- 7.1.4 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渠道建设应遵循的主要原则

第八章 SUV市场的竞争分析

- 8.1 SUV市场的竞争状况
 - 8.1.1 SUV市场竞争更趋白热化
 - 8.1.2 主要SUV厂商竞争
 - 8.1.3 豪华SUV的派系之争
- 8.2 SUV市场进口、合资、自主品牌竞争分析
 - 8.2.1 SUV市场“三足鼎立”的竞争格局
 - 8.2.2 自主和外资品牌消费者认可度基本持平
 - 8.2.3 进口高端SUV的竞争优势
 - 8.2.4 高档SUV消费者更愿意选择合资品牌
- 8.3 主要中小排量SUV车型竞争力浅析
 - 8.3.1 途胜销量稳中有升
 - 8.3.2 哈弗在自主品牌市场表现优异
 - 8.3.3 狮跑市场销量欠佳
 - 8.3.4 吉姆尼以另类开辟独特市场

第九章 中国SUV行业市场竞争格局分析

9.1 中国SUV行业竞争格局分析

9.1.1 SUV行业区域分布格局

9.1.2 SUV行业企业规模格局

9.1.3 SUV行业企业性质格局

9.2 中国SUV行业竞争五力分析

9.2.1 上游议价能力

9.2.2 下游议价能力

9.2.3 新进入者威胁

9.2.4 替代产品威胁

9.2.5 现有企业竞争

9.3 中国SUV行业竞争SWOT分析

9.4 中国SUV行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

9.5 中国SUV行业竞争策略建议

第十章 中国SUV行业领先企业竞争力分析

10.1 一汽轿车股份有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.2 广州汽车集团股份有限公司竞争力分析

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.3 重庆长安汽车股份有限公司竞争力分析

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.4 长城汽车股份有限公司竞争力分析

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.5 上汽通用五菱汽车股份有限公司竞争力分析

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.6 捷豹路虎(中国)投资有限公司竞争力分析

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.7 华晨BMW汽车有限公司竞争力分析

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.8 丰田汽车(中国)投资有限公司竞争力分析

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.9 大众汽车(中国)投资有限公司竞争力分析

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.10 比亚迪股份有限公司竞争力分析

- 10.10.1 企业发展基本情况
- 10.10.2 企业主要产品分析
- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析

第十一章 2021-2027年中国SUV行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2021-2027年中国SUV市场发展前景
 - 11.1.1 2021-2027年SUV市场发展潜力
 - 11.1.2 2021-2027年SUV市场发展前景展望
 - 11.1.3 2021-2027年SUV细分行业发展前景分析
- 11.2 2021-2027年中国SUV市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2021-2027年SUV行业发展趋势
 - 11.2.2 2021-2027年SUV市场规模预测
 - 11.2.3 2021-2027年SUV行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2021-2027年中国SUV行业供需预测
 - 11.3.1 2021-2027年中国SUV行业供给预测
 - 11.3.2 2021-2027年中国SUV行业需求预测
 - 11.3.3 2021-2027年中国SUV供需平衡预测

第十二章 2021-2027年中国SUV行业投资前景

- 12.1 SUV行业投资现状分析
 - 12.1.1 SUV行业投资规模分析
 - 12.1.2 SUV行业投资资金来源构成
 - 12.1.3 SUV行业投资项目建设分析
 - 12.1.4 SUV行业投资资金用途分析
 - 12.1.5 SUV行业投资主体构成分析
- 12.2 SUV行业投资特性分析
 - 12.2.1 SUV行业进入壁垒分析
 - 12.2.2 SUV行业盈利模式分析
 - 12.2.3 SUV行业盈利因素分析
- 12.3 SUV行业投资机会分析

- 12.3.1 产业链投资机会
- 12.3.2 细分市场投资机会
- 12.3.3 重点区域投资机会
- 12.3.4 产业发展的空白点分析
- 12.4 SUV行业投资风险分析
 - 12.4.1 SUV行业政策风险
 - 12.4.2 宏观经济风险
 - 12.4.3 市场竞争风险
 - 12.4.4 关联产业风险
 - 12.4.5 产品结构风险
 - 12.4.6 技术研发风险
 - 12.4.7 其他投资风险
- 12.5 SUV行业投资潜力与建议
 - 12.5.1 SUV行业投资潜力分析
 - 12.5.2 SUV行业最新投资动态
 - 12.5.3 SUV行业投资机会与建议

第十三章 2021-2027年中国SUV企业投资战略与客户策略分析()

- 13.1 SUV企业发展战略规划背景意义
 - 13.1.1 企业转型升级的需要
 - 13.1.2 企业做大做强的需要
 - 13.1.3 企业可持续发展需要
- 13.2 SUV企业战略规划制定依据
 - 13.2.1 国家政策支持
 - 13.2.2 行业发展规律
 - 13.2.3 企业资源与能力
 - 13.2.4 可预期的战略定位
- 13.3 SUV企业战略规划策略分析
 - 13.3.1 战略综合规划
 - 13.3.2 技术开发战略
 - 13.3.3 区域战略规划
 - 13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 中企顾问网建议()

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：SUV行业特点

图表：SUV行业生命周期

图表：SUV行业产业链分析

图表：2014-2019年SUV行业市场规模分析

图表：2021-2027年SUV行业市场规模预测

图表：中国SUV行业盈利能力分析

图表：中国SUV行业运营能力分析

图表：中国SUV行业偿债能力分析

图表：中国SUV行业发展能力分析

图表：中国SUV行业经营效益分析

图表：2014-2019年SUV重要数据指标比较

图表：2014-2019年中国SUV行业销售情况分析

图表：2014-2019年中国SUV行业利润情况分析

图表：2014-2019年中国SUV行业资产情况分析

图表：2014-2019年中国SUV竞争力分析

图表：2021-2027年中国SUV产能预测

图表：2021-2027年中国SUV消费量预测

图表：2021-2027年中国SUV市场价格走势预测

图表：2021-2027年中国SUV发展趋势预测

图表：区域发展战略规划

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/197234.html>