

2022-2028年中国SUV汽车 行业前景展望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

《2022-2028年中国SUV汽车行业前景展望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/202203/279699.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

SUV是指运动型实用汽车，不同于可在崎岖地面使用的ORV越野车（Off-Road Vehicle的缩写）；SUV全称是sport utility vehicle，或suburban utility vehicle，即城郊实用汽车，是一种拥有旅行车般的空间机能，配以货卡车的越野能力的车型。2019年开年以来，汽车行业销量仍然未见明显起色。据乘联会数据显示，2019年2月中国乘用车产量为110.2万辆，环比下滑44%，同比下滑21.8%。其中，2019年2月轿车产量为53.9万辆，环比下滑43.1%，同比下滑16.8%；MPV2月产量为8.1万辆，环比下滑43.2%，同比下滑31.7%；SUV2月产量为48.2万辆，环比下滑45.1%，同比下滑24.9%。2019.2中国轿车、SUV、mpv产销量及增速

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国SUV汽车行业前景展望与市场供需预测报告》共二十章。首先介绍了SUV汽车行业市场发展环境、SUV汽车整体运行态势等，接着分析了SUV汽车行业市场运行的现状，然后介绍了SUV汽车市场竞争格局。随后，报告对SUV汽车做了重点企业经营状况分析，最后分析了SUV汽车行业发展趋势与投资预测。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。

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 中国宏观经济环境分析

第一节 中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第二节 宏观经济发展对汽车工业的影响研究

一、指标相关性分析

二、宏观经济对汽车工业的脉冲相应模型

第三节 宏观经济环境预测及其对汽车行业影响分析

一、长期趋势

二、短期趋势

第二章 2019年中国政策环境分析

第一节 宏观调控政策

一、宏观调控使汽车行业短期压力增加

二、财政政策

三、货币政策

四、金融政策

第二节 汽车产业政策变化及影响

一、近年来中国汽车产业政策要点回顾

二、《汽车产业发展政策》整体导向

三、影响SUV行业发展导向的政策分析

第三章 2019年中国SUV上游行业发展变化及影响

第一节 钢铁行业发展变化及影响

一、2019年下半年钢材市场发展预测

二、汽车用钢需求增长强劲

第二节 橡胶行业发展变化及影响

一、橡胶行业发展变化展望

二、车用橡胶制品发展趋势

第三节 石油行业发展变化及影响

一、油价走势

二、影响分析

第三章 我国SUV行业发展历程

第一节 SUV定义及简介

第二节SUV发展历程

一、需求心理上的三个阶段

二、我国SUV发展一波三折

第三节SUV对乘用车行业发展的贡献度

第四章 SUV行业发展特点

第一节 SUV行业竞争特点

一、新产品更新换代频繁

二、价格战起伏不断

第二节 自主品牌中高档市场竞争力薄弱

第五章 SUV行业发展瓶颈

第一节 能源问题制约SUV的长期发展

第二节 政策限制考验

第三节 SUV自身难以突破的瓶颈

第六章 2015-2019年中国SUV发展现状及特点透析

第一节 现阶段我国SUV市场发展现状

一、市场规模扩张迅速

二、市场步入黄金发展时期

三、2015-2019年上半年SUV市场分析

第二节 现阶段我国SUV市场发展特点

一、SUV市场凸显“马太效应”

二、细分加剧 市场呈现多元化

三、小排量SUV渐成新宠

四、自主品牌面临考验

第三节2015-2019年中国SUV市场运行动态分析

一、中高级SUV市场进口车型增长分析

二、高级SUV市场的畅销榜

三、SUV呈高端消费趋势

第七章2015-2019年中国SUV市场格局分析

第一节 两极分化加剧市场趋向高端

一、高端SUV高烧不退

二、中低档SUV陷入销售瓶颈

三、中国SUV市场短期内向高档靠拢

第二节 城市SUV走俏 传统越野转战二三级市场

一、城市、越野发展轨迹清晰

二、近三年城市SUV市场份额不断增加

三、SUV由越野向城市化转变

第三节 四驱比重提升 1.6-2.0L贡献大

第四节 小排量车增长迅速 2.0L成分界点

第八章2015-2019年中国SUV市场竞争态势剖析

第一节2015-2019年中国SUV市场竞争状况

一、市场竞争尚未充分 战事将继续升温

二、城市SUV竞争激烈

第二节2015-2019年中国SUV市场竞争压力加大

一、SUV市场今年维持“井喷”

二、国产SUV竞争压力加大

三、进口SUV高端市场争夺激烈

第三节 汽车消费结构升级 豪华SUV市场硝烟弥漫

一、市场争奇斗艳

二、战场硝烟弥漫

第九章2015-2019年中国SUV市场消费者调研与营销策略分析

第一节2015-2019年中国SUV市场消费者研究——消费群体

一、SUV成女性消费者新宠 同比销售增长趋势分析

二、两亿“80后”人群渐成购车新势力

三、新富阶层崛起，带来汽车市场新变化

第二节2015-2019年中国SUV市场消费者研究——消费取向

一、SUV攻占消费心理的几大优势

二、个性消费诉求凸显 后选车关注点分析

三、首次购车者更看重油价

第三节2015-2019年中国SUV市场消费者研究——消费动机

一、家庭换车SUV成首选

二、奥运掀运动风潮 SUV脱颖而出

第四节 营销策略观察

一、国内SUV营销策略面临变局

二、中国SUV的营销策略性思考

三、华泰掀起中国SUV文化营销浪潮

第十章2015-2019年中国SUV市场进出口贸易分析

第一节2015-2019年中国SUV 市场进口分析

一、进口SUV逐年增加

二、高端进口SUV价格走势

三、进口现代SUV销量破十万

第二节2015-2019年中国SUV出口分析

一、SUV出口产品结构分析

二、SUV出口市场分析

第十一章 2015-2019年中国SUV合资品牌产品自身竞争力分析

第一节 东风本田CR-V

第二节 北京现代途胜

第三节 东风悦达·起亚狮跑

第四节 一汽丰越兰德酷路泽

第五节 四川一汽丰田普拉多

第六节 长丰三菱帕杰罗

第十二章中国SUV纯自主品牌产品自身竞争力分析

第一节 长城哈弗

第二节 奇瑞瑞虎

第三节 长丰猎豹

第四节 中兴驰野

第五节 中兴无限

第六节 中兴旗舰

第七节 丹东黄海翱龙

第八节 丹东黄海挑战者

第九节 北汽福田传奇

第十节 众泰2008

第十三章中国SUV衍生自主品牌产品自身竞争力分析

第一节 华泰圣达菲

第二节 华泰特拉卡

第三节 郑州日产奥丁

第四节 郑州日产帕拉丁

第五节 北汽制造骑士

第六节 江淮瑞鹰

第七节 江铃陆风

第八节 东南富利卡

第九节 庆铃竞技者

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/279699.html>