

# 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](http://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&hellip;&hellip;

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