

# 2016-2020年中国SUV市 场形势分析及投资前景研究研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2016-2020年中国SUV市场形势分析及投资前景研究研究报告》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.bosidata.com/report/I09165QOAN.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2016-06-30

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

## 说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2020年中国SUV市场形势分析及投资前景研究研究报告》介绍了SUV行业相关概述、中国SUV产业运行环境、分析了中国SUV行业的现状、中国SUV行业竞争格局、对中国SUV行业做了重点企业经营状况分析及中国SUV产业发展前景与投资预测。您若想对SUV产业有个系统的了解或者想投资SUV行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

|             |         |                       |                     |       |                  |             |                       |
|-------------|---------|-----------------------|---------------------|-------|------------------|-------------|-----------------------|
| 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     | 2014-2016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   | 2014年中国SUV市场发展分析 |             |                       |
|             |         | 2.2.1                 |                     |       |                  | 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                   | 2015年中国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         | 2016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         | 2014-2016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         | 2014-2016             |
| 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                   | 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2013-2015年SUV主要企业发展分析 | 8.1 长城汽车股份有限公司           |                            |
| 8.1.1 公司简介                | 8.1.2 长城汽车市场表现           |                            |

|                              |                        |                            |                     |
|------------------------------|------------------------|----------------------------|---------------------|
| 8.1.3                        | 2013-2016年长城SUV市场销量    | 8.1.4                      | 2014-2016年长城SUV销售状况 |
| 8.1.5                        | 长城汽车核心竞争力分析            | 8.1.6                      | 长城汽车创新研发状况          |
| 8.1.7                        | 长城汽车未来展望               | 8.2                        | 奇瑞汽车股份有限公司          |
| 8.2.1                        | 公司简介                   | 8.2.2                      | 奇瑞新车产品品质稳步提升        |
| 8.2.3                        | 奇瑞SUV第一轮战略转型布局完成       | 8.2.4                      | 自主城市SUV奇瑞瑞虎发展介绍     |
| 8.2.5                        | 奇瑞未来战略目标分析             | 8.3                        | 河北中兴汽车制造有限公司        |
| 8.3.1                        | 公司简介                   | 8.3.2                      | 中兴汽车瞄准城市SUV市场       |
| 8.3.3                        | 中兴汽车开启皮卡SUV化新时代        | 8.3.4                      | 中兴汽车推出首款都市多功能SUV    |
| 8.3.5                        | 中兴汽车发展的战略布局            | 8.4                        | 郑州日产汽车有限公司          |
| 8.4.1                        | 公司简介                   | 8.4.2                      | 郑州日产强势回归SUV市场       |
| 8.4.3                        | 郑州日产海外市场发展分析           | 8.4.4                      | 郑州日产品牌战略分析          |
| 8.5                          | 北京现代汽车有限公司             | 8.5.1                      | 公司简介                |
| 8.5.2                        | 北京现代发展取得的成就            | 8.5.3                      | 2016年北京现代销量分析       |
| 8.5.4                        | 北京现代推小型SUV             | 第九章                        | 对SUV的前景及趋势预测        |
| 9.1                          | 对SUV市场的前景及趋势分析         | 9.1.1                      | 中国SUV市场趋势预测展望       |
| 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                        | 对2016-2020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                    | 2011-2015年中国SUV市场分驱动方式销量情况 | 图表2                 |
| 2011-2015年中国SUV市场两轮驱动车型的排量分布 | 图表3                    | 2015年我国SUV市场销量月度走势情况       | 图表4                 |
| 2015年SUV在狭义乘用车市场的份额变化情况      | 图表5                    | 2011-2015年国产SUV细分市场份额变化情况  | 图表6                 |
| 2015年国产SUV市场自主品牌和外资品牌份额情况    | 图表7                    | 2016年我国SUV市场月度销量走势         | 图表8                 |
| 2016年我国SUV销量月度增速走势           | 图表9                    | 2016年我国SUV市场份额表现           | 图表10                |
| 2016年SUV市场外资与自主品牌份额表现        | 图表11                   | 2015年我国SUV市场销量前十车型         | 图表12                |
| 2001-2015年SUV市场各级别份额走势       | 图表13                   | 2014-2015年SUV各级别市场份额走势     | 图表14                |
| 2014-2015年SUV市场各车系份额走势       | 图表15                   | 2009-2015年SUV各排量市场结构变化分析   | 图表16                |
| 2016年国产外资SUV分派系市场份额变化        | 图表17                   | 2016年国产SUV市场分派系销量结构占比变化    | 图表18                |
| 2016年自主SUV中分类型销量占比结构         | 图表19                   | 2016年自主与外资SUV在细分市场的份额变化    | 图表20                |
| 2016年中端SUV市场销量前十车型排名         | 图表21                   | 2016年SUV档次区隔市场份额统计         | 图表22                |
| SUV市场的利益导向车型分布格局             | 图表23                   | 2016年高端SUV市场竞争来源结构         | 图表24                |
| 2016年次高端SUV市场竞争来源结构          | 图表25                   | 2016年中端SUV市场竞争来源结构         | 图表26                |
| 2016年次中端SUV市场竞争来源结构          | 图表27                   | 2016年低端SUV市场竞争来源结构         | 图表28                |
| 年龄与购车目的之间关系                  | 图表29                   | 性别与购车注重因素关系                | 图表30                |
| 消费者对价格的承受能力                  | 图表31                   | 细分市场结构构成比较                 | 图表32                |
| SUV主要用户媒体接触习惯研究              | 图表33                   |                            |                     |

2016年长城汽车SUV产销状况图表34 2016年主要汽车品牌新车质量评分情况图表35  
对2016-2020年中国SUV市场销量预测略.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/I09165QOAN.html>