



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国SUV产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国SUV产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/285433.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

SUV 渗透率难言见顶。近年来轿车增速明显放缓，2015 年首次出现负增长，SUV对轿车的结构替代仍在深化。需求方面，SUV 内部空间大、多用途，更符合换车需求的选择。供给方面，各大整车厂近年来纷纷加紧 SUV 产品布局，推出了多种优秀 SUV 产品，也促进了需求。

2013 年以来，SUV 销量年同比增速均保持在 30%以上。2016 年 SUV 销量达到 893.5 万辆，同比增长 44%，而轿车销量 1213.8 万辆，同比增长 4%。SUV 市场份额由 2012 年的 12.9% 提升至 2016 年的 37%。 SUV 历年销量及增速（单位：万辆，%） SUV 月销量同比增速（单位：%） SUV 狭义乘用车销量占比（单位：%）

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 定义及分类 1

1.1 SUV 概念和特点 1

1.1.1 SUV 定义 1

1.1.2 SUV 特点 2

第二章 SUV 市场现状 4

2.1 SUV 市场总体现状 4

2.1.1 中国 SUV 汽车市场规模 4

2.1.2 中国 SUV 汽车市场地位 4

2.1.3 中国 SUV 行业发展周期 4

2.1.4 中国 SUV 市场 4

2.2 2014-2016 年 SUV 市场发展状况 5

2.2.1 2014-2016 年中国 SUV 市场现状 5

2.2.2 2014-2016 年 SUV 市场基本形势分析 7

2.2.3 2014-2016年SUV市场结构形势分析	8
2.2.4 2016上半年市场竞争形势分析	10
2.3 2014-2016年中国SUV销量情况	15
2.4 2016上半年中国SUV市场销量分析	18
2.5 2014-2016年中国SUV生产情况	29
2.6 2014-2016年中国SUV贸易情况	43
2.6.1 2014-2016年中国SUV进口情况	45
2.6.2 2014-2016年中国SUV出口情况	49
2.7 2014-2016年世界SUV贸易情况	53
2.7.1 2014-2016年世界SUV进口情况	53
2.7.2 2014-2016年世界SUV出口情况	54
2.8 SUV市场的发展前景和问题	55
2.8.1 SUV未来市场发展趋势	55
2.8.2 SUV未来市场面临的问题	56

第三章 不同系别SUV发展状况60

3.1 三大派系SUV的特点	60
3.1.1 日系SUV引领市场潮流	60
3.1.2 欧美系SUV坚持追求品质	61
3.1.3 韩系SUV多方面保持特色	63
3.2 自主品牌SUV发展概况	63
3.2.1 自主品牌SUV正在快速成长	63
3.2.2 自主品牌柴油SUV热销	64
3.2.3 2014-2016年中国自主品牌SUV发展分析	66

过去两年，自主SUV是汽车市场增长主力军，主要原因有：

- 1) 消费升级，三四线城市、农村等汽车首次消费需求的爆发；
- 2) 部分微客、轿车用户置换升级；
- 3) 自主SUV推出大量极其性价比的产品，满足了国人对于经济型SUV的需求；

4) 自主SUV主打价档区间几乎没有合资品牌SUV的竞争车型；尤兵是近几年韩系车在华的逐渐衰落。 2007-2016年自主SUV年销量增速（单位：万辆） 2008-2016年自主SUV市占率逐年提升

自主品牌经过事十年积淀，迎来了高端化突破成熟时机，多家自主品牌销量井喷，打造

的车型成为市场爆款，并且寻求向上高端化突破，2017年推出多款15万以上价档区间车型，有望成为新的市场爆点。自主品牌乘用车市场份额提高

第四章 城市型SUV70

4.1 城市SUV的相关概述70

4.1.1 城市SUV的概念70

4.1.2 城市SUV的兴起70

4.1.3 城市SUV的优势71

4.2 2014-2016年城市SUV发展概况71

4.2.1 2014-2016年消费需求催生城市SUV71

4.2.2 2014-2016年城市SUV是市场最大赢家71

4.2.3 2014-2016年城市SUV成为玩家新宠72

4.2.4 2014-2016年城市SUV占尽市场先机72

4.2.5 2014-2016年城市SUV市场表现瞩目73

4.3 低端城市SUV国产车型对比73

4.3.1 奇瑞瑞虎适合城市日常生活驾驶73

4.3.2 江淮瑞鹰胜在安全性高75

4.3.3 猎豹飞腾突出节能优势76

4.3.4 长城哈弗突出越野性能77

第五章 经济型SUV79

5.1 经济型SUV的概念和分类79

5.1.1 经济型SUV概念的出现79

5.1.2 偏重越野类经济型SUV79

5.1.3 都市休闲类经济型SUV79

5.1.4 商务多功能类经济型SUV79

5.2 经济型SUV市场的走势概况79

5.2.1 经济型SUV引爆市场80

5.2.2 经济型SUV对市场的影响80

5.2.3 经济型SUV市场格局将改写81

5.3 经济型SUV用户特征以及消费趋势分析82

第六章 SUV市场的竞争分析86

6.1 2014-2016年SUV市场的竞争状况86

6.1.1 2014-2016年SUV市场竞争更趋白热化86

6.1.2 2014-2016年主要SUV厂商竞争88

6.1.3 2014-2016年豪华SUV的派系之争89

6.2 SUV市场进口、合资、自主品牌竞争分析90

6.2.1 SUV市场"三足鼎立"的竞争格局90

6.2.2 自主和外资品牌消费者认可度基本持平91

6.2.3 进口高端SUV的竞争优势92

6.2.4 高档SUV消费者更愿意选择合资品牌93

6.3 主要中小排量SUV车型竞争力浅析94

6.3.1 途胜销量稳中有升94

6.3.2 哈弗在自主品牌市场表现优异95

6.3.3 狮跑市场销量欠佳97

6.3.4 吉姆尼以另类开辟独特市场98

第七章SUV市场营销研究99

7.1 SUV的市场定位99

7.1.1 SUV多品牌市场局面形成的原因分析99

7.1.2 消费人群细分的四种类型99

7.1.3 SUV的消费环境100

7.1.4 SUV的目标消费群体100

7.2 SUV的产品策略101

7.2.1 SUV产品组合策略101

7.2.2 SUV产品生命周期分析102

7.2.3 导入期的SUV产品营销策略103

7.2.4 成长期的SUV产品营销策略104

7.3 SUV的价格策略105

7.3.1 影响汽车价格的主要因素105

7.3.2 SUV应采用竞争导向定价法107

7.3.3 SUV的定价策略107

7.4 SUV的渠道策略111

7.4.1 SUV销售网络地理分布特点及原因111

7.4.2 SUV渠道管理方式112

7.4.3 SUV渠道建设应遵循的主要原则113

7.5 SUV的促销策略115

7.5.1 SUV消费者媒体接触习惯研究115

7.5.2 SUV的广告策略115

7.5.3 公共关系促销的特点117

7.5.4 SUV公共关系促销的表现方式118

第八章 中国SUV市场消费群体120

第九章 SUV优势企业122

9.1 长城汽车股份有限公司122

9.1.1 公司简介122

9.1.2 长城SUV经营状况122

9.1.3 长城SUV的发展计划126

9.2 湖南长丰汽车制造股份有限公司126

9.2.1 公司简介126

9.2.2 经营状况126

9.3 河北中兴汽车制造有限公司130

9.3.1 公司简介130

9.3.2 战略规划132

9.4 郑州日产汽车有限公司133

9.4.1 公司简介133

9.4.2 发展规划134

第十章 中国SUV市场前景及趋势预测136

10.1 SUV的分析与趋势136

10.1.1 SUV市场前景预测136

10.1.2 SUV发展趋势预测136

10.1.3 SUV市场竞争趋势136

10.1.4 SUV车型发展趋势137

10.2 SUV的柴油化发展趋势138

10.2.1 柴油SUV发展方向138

10.2.2 柴油动力车发展趋势140

第十一章 SUV市场投资机会及建议142

11.1.1 SUV市场投资机会142

11.1.2 SUV市场投资环境142

11.1.3 SUV市场投资趋向142

11.1.4 SUV产品投资趋势143

11.1.5 SUV行业投资建议143 (AK LT)

部分图表目录：

图表2014-2016年上半年中国国产SUV市场销量与同期比较5

图表 2014-2016年1-5月中国SUV市场长城品牌关注比例走势5

图表 2014-2016年1-7月中国SUV品牌销量前十排名6

图表 2016上半年SUV销量与销售环比7

图表 2012与2011上半年SUV销售同比7

图表 SUV市场构成8

图表 2016上半年SUV档次区隔市场销量统计8

图表 2016上半年SUV档次区隔市场份额统计8

图表 2016上半年SUV档次区隔市场销量同比10

图表 2016上半年车型起步价价位区间11

图表 2016上半年三个价位区间车型的关心指数12

图表 2016上半年三个价位区间车型的对比指数12

图表 2016上半年三个价位区间车型的购车指数12

图表 2016上半年三个价位区间车型的顾客保持率13

图表 2014-2016年中国SUV销量趋势15

图表 2014-2016年中国SUV销量排行16

图表 2014-2016年中国SUV占全部车型销售份额17

图表 2016上半年中国SUV销量环比增幅排名18

图表 2016上半年中国SUV销量同比增幅排名18

图表 2016上半年中国SUV销量各级别排行19

图表 2016上半年中国SUV销量A级别排行20
图表 2016上半年中国SUV销量AO级别排行20
图表 2016上半年中国SUV销量B级别排行21
图表 2016上半年中国SUV销量C/D级别排行21
图表 2016上半年中国SUV品牌销量排行22
图表 2016上半年中国汽车厂商SUV销量排名22
图表 2016上半年中国SUV销量国别排行23
图表 2014-2016年中国SUV10月销量车型排名23
图表 2014-2016年中国SUV9月销量车型排名24
图表 2014-2016年中国SUV7月销量车型排名25
图表 2014-2016年中国SUV7月销量车型排名26
图表 2014-2016年中国SUV上半年销量车型排名27
图表 2014-2016年1月（SUV）生产汇总29
图表 2014-2016年2月（SUV）生产汇总30
更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285433.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。