



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国SUV行业分析与趋势预测 报告

一、调研说明

《中国SUV行业分析与趋势预测报告》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/37323.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

本报告依据国家统计局、中国海关总署、中国汽车工业协会、国家信息中心、国务院发展研究中心、国民经济景气监测中心等机构的权威资料，对我国SUV行业的发展环境、行业、市场、企业、产品及品牌、等方面进行了深入的分析，并提出相应的实操性结论和业务指导。是企业及相关投资机构全面把握行业发展趋势、准确了解市场运行状况，正确制定企业竞争战略和投资策略的重要参考资料。

2001年我国正式加入WTO以后，进口关税的下降、居民收入增长、消费政策调整等因素使得我国SUV市场增长迅猛。2007年，虽然油价呈疯涨之势，但是油耗最大的SUV却成为销量增幅最大的车型，销量超过35万辆，同比增长57.8%。随奥运经济的强大刺激，以及人们生活水平和消费习惯的进一步改变，未来几年将是SUV在中国的黄金发展时期。

SUV超乎寻常的发展，市场不断细分，使得我国SUV在市场格局、消费结构等各方面已经发生了显著变化，显现出了新的发展特征：从体现企业的市场集中度的CR_n指数来看，行业强者愈强的趋势愈加明显，随着竞争的加剧，预计市场集中度还将进一步提升，行业资源将更多的被行业的龙头企业所占有；在产品方面四轮驱动SUV市场份额超过两轮驱动SUV，油价的上涨使得消费者需求有向小排量转化的迹象，而2.0L成为明显的分界点；城市SUV(即跨界车)的增长更为明显，而传统越野开始转向二三级市场。

随着油价的上涨，SUV品牌面临的压力正日益增大。预计未来的SUV市场会呈现以下几种发展趋势：一、整体呈高速平稳发展态势。SUV市场经过几年的震荡，增强了自身的应变能力，行业增长将逐渐趋于缓和，并保持高速平稳的增长态势。出现“井喷”的可能性不大。二、市场分化趋势将更加明显。从企业篇中的市场集中度分析来看，SUV行业“强者恒强，弱者恒弱”趋势明显。销量少、在产品技术上没有优势的自主品牌SUV企业，今年势必日子更加难过，国内SUV市场的贫富阵营差距将会深化。三、经济型车仍有一定市场，但高油价推动市场向中高端迈进。由于中国经济发展的梯度特征，经济型车仍有一定市场，但SUV价值的回归将迫使这类企业向中高档领域发展。四、产品趋向节能环保，柴油车将上行。油价上扬，让节能型SUV崭露头角，柴油动力、混合动力、燃料电池、氢动力技术纷纷出场，节能SUV将大行其道。在用油成本大幅上升，而新能源车型尚未产业化的大背景下，柴油动力将成为SUV市场主流。

【 目录 】

环境篇

第一章 宏观经济环境分析

第一节 近几年宏观经济发展现状

- 一、宏观经济整体概况
- 二、2007-2008年年宏观经济状况分析
 1. 国民经济运行态势周期性回落
 2. 运行过热状况有所缓解
 3. 固定资产稳健增长
 4. CPI对汽车影响短期内难以显现
 5. 进出口贸易

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 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
 1. 2008财政政策微量偏紧
- 三、货币政策
 1. 货币政策从紧汽车业何去何从
 2. 人民币升值促进产业升级自主汽车工业受阻
- 四、金融政策
 1. 新汽车金融政策使汽车金融行业提高规范性
 2. 银行信贷政策对汽车业影响更为直接

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

1. 国家对汽车行业的调控政策

2. 环保节能政策

3. 税收政策

第三章 相关产业分析

第一节 2007-2008年上游行业发展变化及影响

一、钢铁行业发展变化及影响

1. 2008年下半年钢材市场发展预测

2. 汽车用钢需求增长强劲

二、橡胶行业发展变化及影响

1. 2008年橡胶行业发展变化展望

2. 车用橡胶制品发展趋势

三、石油行业发展变化及影响

1. 油价走势

2. 影响分析

行业篇

第一章 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

第二章 SUV对乘用车行业发展的贡献度

第三章 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

第四章 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

市场篇

第一章 发展现状及特点

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、2008年上半年SUV市场分析

1. 细分市场呈现新特征

2. 自主品牌产品占半数以上市场份额

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

第二章 市场格局

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

第三章 市场竞争

第一节 竞争状况

一、市场竞争尚未充分 战事将继续升温

第二节 竞争特点

一、竞争压力加大--国内SUV市场热度不减

1. SUV市场今年维持“井喷”

2. 国产SUV竞争压力加大

3. 进口SUV高端市场争夺激烈

二、汽车消费结构升级 豪华SUV市场硝烟弥漫

1. 市场争奇斗艳

2. 战场硝烟弥漫

第四章 市场营销

第一节 消费者研究

一、消费群体

1. [性别]SUV成女性消费者新宠同比销售增长39.03%

2. [年龄]两亿“80后”人群渐成购车新势力

3. [阶层]新富阶层崛起，带来汽车市场新变化

二、消费取向

1. SUV攻占消费心理的几大优势

2. 个性消费诉求凸显 80后选车关注点分析

3. 首次购车者更看重油价

三、消费动机

1. 家庭换车SUV成首选

2. 奥运掀运动风潮 SUV脱颖而出

第二节 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

第五章 进出口

第一节 SUV进口

- 一、进口SUV逐年增加
- 二、大排量化趋势不可阻挡
- 三、进口SUV价格走势

第二节 SUV出口

- 一、SUV出口产品结构分析
- 二、SUV出口市场分析

产品篇

第一章 产品发展简史

第二章 产品自身竞争力分析

第一节 产品质量评价

一、合资品牌产品

1. 东风本田CR-V
2. 北京现代途胜
3. 东风悦达#8226;起亚狮跑
4. 一汽丰越兰德酷路泽
5. 四川一汽丰田普拉多
6. 长丰三菱帕杰罗

二、纯自主品牌产品

1. 长城哈弗
2. 奇瑞瑞虎
3. 长丰猎豹
4. 中兴驰野
5. 中兴无限
6. 中兴旗舰
7. 丹东黄海翱龙
8. 丹东黄海挑战者
9. 北汽福田传奇
10. 众泰2008
11. 吉奥GS50

三、衍生自主品牌产品

1. 华泰圣达菲
2. 华泰特拉卡
3. 郑州日产奥丁
4. 郑州日产帕拉丁
5. 北汽制造骑士
6. 江淮瑞鹰
7. 江铃陆风
8. 东南富利卡
9. 庆铃竞技者

第二节 产品质量排名

品牌篇

第一章 品牌市场占有率

第一节 近三年主要SUV品牌的销量情况

第二节 2007年品牌销量排名

第二章 品牌竞争力分析

第一节 产品品牌评价

一、合资品牌产品

1. 东风本田CR-V
2. 北京现代途胜
3. 东风悦达•起亚狮跑
4. 一汽丰越兰德酷路泽
5. 四川一汽丰田普拉多
6. 长丰三菱帕杰罗

二、纯自主品牌产品

1. 长城哈弗
2. 奇瑞瑞虎
3. 长丰猎豹
4. 中兴驰野
5. 中兴无限

6. 中兴旗舰
7. 丹东黄海翱龙
8. 丹东黄海挑战者
9. 北汽福田传奇
10. 众泰2008
11. 吉奥GS50

三、衍生自主品牌产品

1. 华泰圣达菲
2. 华泰特拉卡
3. 郑州日产奥丁
4. 郑州日产帕拉丁
5. 北汽制造骑士
6. 江淮瑞鹰
7. 江铃陆风
8. 东南富利卡
9. 庆铃竞技者

第二节 SUV品牌竞争力排名

- 一、第一集团实力型
- 二、第二集团亚实力型合资品牌
- 三、第二集团亚实力型自主品牌
- 四、第三集团潜力型

企业篇

第一章 企业市场占有率

第一节 近三年主要SUV企业的销量情况

- 一、2005-2007年各主要企业SUV增长状况
- 二、2005-2007年各主要企业SUV所占业务比重

第二节 2007年企业销量排名

第二章 2007年企业的市场集中度

第三章 重点企业的SUV策略

第一节 长城

- 一、长城汽车发展现状以及企业基本情况
- 二、国内市场表现
- 三、创新研发现状和方向
- 四、近期发展规划和成效
- 五、发展历程重大事件
- 六、长城汽车三款SUV的市场定位及推广方向

第二节 东风本田

- 一、东风本田用绿色价值观发展主力车型
- 二、定位准、性价比高让CR-V畅销

第三节 奇瑞

- 一、奇瑞的SUV规划
- 二、奇瑞公司发展历程及大事记

预测篇

第一章 趋势预测

第一节 行业趋势

- 一、SUV将保持高速平稳发展态势
- 二、竞争格局生变 市场向中高档迈进
- 三、城乡需求差异显著 柴油SUV有望攻占二线城市

第二节 产品趋势

- 一、SUV趋向节能环保
- 二、跨界车型成SUV重点发展方向之一
- 三、车型趋于轿车化

第二章 需求预测

第一节 市场空间

第二节 销量预测

- 一、中长期预测
- 二、短期预测

表格目录

表格1 1998-2007年宏观经济主要指标统计表

表格2 脉冲相应图

表格3 2007年货币政策调整情况

表格4 2005-2007年SUV产销量统计表

表格5 2005年不同排量SUV产销量统计表

表格6 2006年不同排量SUV产销量统计表

表格7 2007年不同排量SUV产销量统计表

表格8 SUV进口国别结构和单价变化特征

表格9 SUV出口国别结构和单价变化特征

表格10 SUV产品竞争力评价表

表格11 CR-V竞争力评价表

表格12 途胜竞争力评价表

表格13 狮跑竞争力评价表

表格14 兰德酷路泽竞争力评价表

表格15 普拉多竞争力评价表

表格16 帕杰罗竞争力评价表

表格17 哈弗竞争力评价表

表格18 瑞虎竞争力评价表

表格19 猎豹竞争力评价表

表格20 中兴驰野竞争力评价表

表格21 中兴无限竞争力评价表

表格22 中兴旗舰竞争力评价表

表格23 丹东黄海翱龙竞争力评价表

表格24 丹东黄海挑战者竞争力评价表

表格25 福田传奇竞争力评价表

表格26 众泰2008竞争力评价表

表格27 吉奥GS50竞争力评价表

表格28 圣达菲竞争力评价表

表格29 特拉卡竞争力评价表

表格30 奥丁竞争力评价表

表格31 帕拉丁竞争力评价表

表格32 骑士竞争力评价表

表格33 瑞鹰竞争力评价表
表格34 陆风竞争力评价表
表格35 富利卡竞争力评价表
表格36 竞技者竞争力评价表
表格37 2007年SUV产品质量竞争力排名表
表格 38 2007年品牌销量排名前10位
表格39 SUV品牌竞争力评价表
表格40 CR-V竞争力评价表
表格41 途胜竞争力评价表
表格42 狮跑竞争力评价表
表格43 兰德酷路泽竞争力评价表
表格44 普拉多竞争力评价表
表格45 帕杰罗竞争力评价表
表格46 哈弗竞争力评价表
表格47 瑞虎竞争力评价表
表格48 猎豹竞争力评价表
表格49 中兴驰野竞争力评价表
表格50 中兴无限竞争力评价表
表格51 中兴旗舰竞争力评价表
表格52 丹东黄海翱龙竞争力评价表
表格53 丹东黄海挑战者竞争力评价表
表格54 福田传奇竞争力评价表
表格55 众泰2008竞争力评价表
表格56 吉奥GS50竞争力评价表
表格57 圣达菲竞争力评价表
表格58 特拉卡竞争力评价表
表格59 奥丁竞争力评价表
表格60 帕拉丁竞争力评价表
表格61 骑士竞争力评价表
表格62 瑞鹰竞争力评价表
表格63 陆风竞争力评价表
表格64 富利卡竞争力评价表

表格65 竞技者竞争力评价表

表格66 2007年SUV产品综合竞争力排名表

表格 67 2007年企业销量排名前10位

表格 68 2008-2010年销量预测值

表格 69 2008年下半年各月销量预测值

图表目录

图表 1 2003-2006年中国GDP增长形势

图表 2 2003-2006年中国城镇居民人均可支配收入

图表 3 2003-2006年中国城镇居民人均消费支出

图表 4 2003-2006年中国城镇百户家庭汽车数量

图表 5 2003-2006年中国农民人均纯收入

图表 6 2003-2006年中国农民人均消费支出

图表 7 2005-2007年SUV对乘用车行业发展的贡献度

图表 8 2002-2007年SUV产销量走势图

图表 9 2005-2007年SUV产销量分析图

图表 10 2005-2007年不同用途SUV占比对比图

图表 11 2005-2007年不同驱动SUV占比对比图

图表 12 2005-2007年不同排量SUV销量变化趋势图

图表 13 2002-2005年SUV进口走势图

图表 14 03年一季度至08年一季度进口SUV各排量季度走势对比图

图表 15 03年一季度至08年一季度进口SUV海关报价季度走势对比图

图表 16 03年一季度至08年一季度出口SUV各排量季度走势对比图

图表 17 2005-2007年各主要SUV品牌增长状况

图表18 2007年CR-V月度销量图

图表19 2007年哈弗月度销量图

图表20 2007年途胜、狮跑月度销量图

图表21 2007年兰德酷路泽、普拉多月度销量图

图表22 2007年瑞虎、猎豹月度销量图

图表23 2007年圣达菲、瑞鹰、陆风、奥丁月度销量图

图表 24 2005-2007年各主要企业SUV销量走势图

图表 25 2005-2007年各主要企业SUV所占业务比重

图表 26 2007年企业的市场集中度

图表 27 奇瑞SUV参评规划示意图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37323.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。