



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国SUV市场发展市场 分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008年中国SUV市场发展市场分析及发展趋势研究报告》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/38032.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

第一章 2007年SUV行业经济环境分析及预测	1
第一节 世界经济发展趋势及影响预测	1
第二节 国内经济发展趋势及影响预测	9
第三节 问题的关键及政策趋势	15
第二章 SUV行业政策环境变化及影响分析	17
第一节 能源政策变化及对SUV影响分析	17
第二节 汽车产业环保政策变化及对SUV影响分析	20
第三节 税收政策变化及对SUV影响分析	21
第三章 2007年SUV关联产业变化及影响分析	24
第一节 原材料供需及价格走势对SUV影响分析	24
一、钢铁产品走势及对SUV影响	24
二、橡胶产品走势及对SUV影响	26
第二节 石油价格变化趋势及对SUV影响分析	28
第四章 2008年SUV市场发展趋势分析及预测	31
第一节 2007年SUV市场需求分析及发展预测	31
一、SUV市场需求影响因素分析及预测	31
二、2008年国内SUV市场需求规模分析及预测	36
三、2008年国内SUV市场需求结构分析及预测	41
第二节 2008年SUV市场供需形势发展预测	50
一、市场发展趋势	50
二、2007年SUV市场供给规模分析及预测	52
第三节 2007年我国SUV供需平衡与价格分析及预测	53
一、2007年SUV市场供需矛盾分析及预测	53
二、2007年SUV市场价格变化分析及预测	53
第四节 2007年我国SUV进出口市场分析及预测	56
一、SUV进口市场分析及预测	56

## 二、SUV出口市场分析 & 预测 61

## 第五章 2007年我国SUV产业市场竞争分析及预测 63

### 第一节 2007年我国SUV市场竞争格局分析及预测 63

#### 一、SUV市场集中度分析及预测 63

#### 二、SUV市场规模竞争分析及预测 65

#### 三、SUV市场结构竞争分析及预测 66

#### 四、SUV市场区域竞争分析及预测 67

#### 五、SUV企业重要指标排名及分析 67

#### 六、SUV企业兼并重组和合资合作分析及预测 68

### 第二节 2007年我国SUV市场品牌竞争分析及预测 70

### 第三节 2007年我国SUV市场竞争态势分析及预测 78

#### 一、经营策略竞争分析及预测 78

#### 二、技术竞争分析及预测 80

#### 三、进入退出壁垒分析及预测 81

## 第六章 2007年SUV市场机会风险分析及经营策略建议 85

### 第一节 2007年SUV市场风险分析及预测 85

#### 一、宏观经济风险分析及预测 85

#### 二、环保节能政策风险分析及预测 86

#### 三、技术风险分析及预测 86

#### 四、贸易风险分析及预测 87

#### 五、油价上涨的风险分析及预测 88

### 第二节 2007年SUV市场机会分析及预测 89

#### 一、环保节能产品机会分析及预测 89

#### 二、柴油产品机会分析及预测 89

#### 三、服务市场机会分析及预测 90

#### 四、高档SUV市场机会分析及预测 90

### 第三节 2007年SUV市场经营策略建议 92

#### 一、产品组合策略建议 92

#### 二、产品营销策略建议 93

#### 三、渠道建设策略建议 94

#### 四、广告促销策略建议 96

##### 附表

- 图表1 乘用车燃料消耗量限值(1) 18
- 图表2 乘用车燃料消耗量限值(2) 18
- 图表3 中国SUV机动车税收体系 21
- 图表4 汽车消费税变化 22
- 图表5 2005-2007年国内钢材综合价格指数走势 24
- 图表6 2005-2007年国内钢材市场主要品种钢材价格指数走势图 25
- 图表7 2005年1月-2007年12月我国主要合成橡胶产品价格走势 26
- 图表8 2006年-2007年国际主要原油现货价格月度走势 28
- 图表9 2006年1月-2007年12月我国原油基准价格走势 28
- 图表10 2007年排名前10位国家GDP和人均GDP 31
- 图表11 我国汽车消费区域划分 32
- 图表12 2001-2007年国产SUV市场销售情况 36
- 图表13 2007年1-12月份国产SUV市场份额 37
- 图表17 2007年12月不同排量SUV销量情况 43
- 图表18 当前国内主要SUV生产企业企业产能分布 52
- 图表25 2007年和2006年市场集中度比较 63
- 图表27 2007年国内SUV生产企业产量排名 68
- 图表28 当前国产SUV合资情况 69
- 图表29 2007年国产SUV品牌车型产量情况 72
- 图表30 2007年国产SUV品牌车型销量情况 74

##### 附图

- 图表14 2007年不同区域国产SUV需求情况 40
- 图表15 2007年按发动机燃料分国产SUV需求分布 41
- 图表16 2007年两轮和四轮驱动国产SUV需求分布 42
- 图表19 2007年1-12月国产SUV各月产销平衡变化 53
- 图表20 SUV2007价格变化趋势 55
- 图表21 2007年进口越野车数量与去年同期对比 57
- 图表22 2007年越野车分排量进口情况 57

图表23 2007年国家（地区）进口越野车数量与2006年对比 57

图表24 2007年和2006年越野车平均进口单价对比（单位：万美元） 58

图表26 2001-2007年SUV、MPV和轿车市场竞争状况 65

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/38032.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](http://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。