

2015-2020年中国SUV行业 市场分析与未来发展前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2015-2020年中国SUV行业市场分析与未来发展前景预测报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/201411/04-169158.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

SUV行业研究报告主要分析了SUV行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析（市场规模、市场结构、市场特点等）、生产分析（生产总量、供需平衡等）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争组群、竞争因素等）、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、SUV行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨，分析内容客观、公正、系统，真实准确地反映了我国SUV行业的市场发展现状和未来发展趋势。

在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国SUV行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。

报告目录：

第一章 SUV 相关概述 1

第一节 SUV概念和特点 1

一、SUV简释 1

二、SUV的特点 1

三、SUV的分类 3

第二节 SUV历史 3

一、SUV的起源 3

二、SUV的演变 4

第二章 2013年中国SUV市场发展状况分析 8

第一节 中国SUV市场发展简要回顾 8

一、2010年SUV市场发展分析 8

二、2011年SUV市场发展分析 10

三、2012年SUV市场发展分析 14

四、2013年SUV市场发展分析 19

五、2013年SUV市场发展特点 20

第二节 2013年中国SUV细分市场分析 24

一、SUV高端和次高端市场形势分析 24

二、SUV中端市场形势分析 27

三、SUV次中端和低端市场形势分析 29

四、2013年SUV市场的深层战略启示 31

第三节 2013年中国SUV汽车市场分析 34

一、市场概述 34

二、品牌关注度分析 34

三、厂商关注度分析 36

四、车系关注度分析 37

五、车型关注度分析 38

六、不同配置关注度分析 39

第四节 SUV市场消费群体分析 49

一、SUV成女性消费者新宠 49

二、“80后”人群渐成购车新势力 50

三、新富阶层带来汽车市场新变化 50

第三章 2013年中国不同系别SUV发展状况分析 52

第一节 国外三大派系SUV介绍 52

一、日系SUV市场品牌分析 52

二、欧美系SUV市场分析 57

三、韩系SUV多方面保持特色 60

第二节 中国自主品牌SUV发展概况 61

一、2013年自主品牌SUV新品分析 61

二、自主品牌SUV市场分析 65

三、自主品牌SUV迅速发展原因分析 66

四、自主品牌SUV比肩日韩系 67

第四章 2013年中国SUV市场热点产品发展分析--城市型SUV 68

第一节 2013年中国城市SUV市场发展分析 68

一、城市SUV占SUV市场份额分析 68

二、城市SUV市场呈“群雄争霸”之势 69

三、经济型城市SUV有望成市场主力 71

第二节 2013年中国城市SUV发展动态分析 72

一、城市SUV同质化严重 72

二、城市SUV持续热销的动因 74

三、城市SUV呈持续火热态势 75

第三节 中国低端城市SUV国产车型对比 77

一、现代 ix35 77

二、东风日产 奇骏 79

三、本田 CR-V 80

四、斯巴鲁 森林人 82

五、雷诺 科雷傲 83

六、雪佛兰 科帕奇 84

第五章 2013年中国SUV市场热点产品发展分析--经济型SUV 87

第一节 经济型SUV市场发展分析 87

一、经济型SUV受青睐 87

二、经济型SUV提前进入普及时代 88

三、2013年经济型SUV迎抢购潮 90

四、2013年经济型SUV成车市新热点 90

第二节 自主品牌经济型SUV对比导购 92

一、长城哈弗H5 至尊版 93

二、奇瑞瑞虎 96

三、陆风X8 101

四、海马骑士 105

第三节 中国经济型SUV的问题及建议分析 109

一、经济型SUV市场定位不明确 109

二、经济型SUV市场发展策略 110

第六章 2013年中国SUV市场的竞争格局分析 112

第一节 中国SUV市场的竞争状况 112

一、2013年SUV市场竞争格局分析 112

- 二、SUV市场区隔竞争形势分析 119
- 三、SUV市场区域竞争形势分析 121
- 四、自主SUV和合资SUV的市场竞争 123
- 五、2013年国产外资中高端SUV销量排名 124
- 第二节 中国主要中小排量SUV车型竞争力浅析 127
 - 一、途胜销量稳中有升 127
 - 二、哈弗在自主品牌市场表现优异 128
 - 三、狮跑市场销量欠佳 129
 - 四、吉姆尼以另类开辟独特市场 129
 - 五、Jeep指南者成为时尚人群关注车型 130
- 第三节 2013年中国SUV市场进口、合资、自主品牌竞争生存法则 131
 - 一、优质+低价+亲民 131
 - 二、品牌+综合实力+营销 132
 - 三、品牌+品质+技术 132

第七章 2013年中国SUV市场营销研究 134

- 第一节 SUV的市场定位 134
 - 一、SUV市场细分变量的确定 134
 - 二、消费人群细分的四种类型 136
 - 三、SUV的目标消费群体 137
- 第二节 SUV的产品策略 138
 - 一、SUV产品组合策略 138
 - 二、SUV产品生命周期分析 139
 - 三、导入期的SUV产品营销策略 139
 - 四、成长期的SUV产品营销策略 140
- 第三节 SUV的价格策略 141
 - 一、影响汽车价格的主要因素 141
 - 二、SUV应采用竞争导向定价法 143
 - 三、SUV的定价策略 144
- 第四节 SUV的渠道策略 147
 - 一、SUV销售网络地理分布特点及原因 147
 - 二、SUV渠道管理方式 149

三、SUV渠道建设应遵循的主要原则 149

第五节 SUV的促销策略 151

一、SUV消费者媒体接触习惯研究 151

二、SUV的广告策略 154

三、SUV公共关系促销的表现方式 155

第八章 2013年中国SUV主要企业经营动态分析 157

第一节 长城汽车股份有限公司 157

一、公司简介 157

二、2011年企业经营情况分析 160

三、2012年企业经营情况分析 161

四、2013年公司发展展望及策略 161

五、长城SUV的发展情况 164

第二节 广汽长丰汽车股份有限公司 165

一、公司简介 165

二、2011年企业经营情况分析 165

三、2012年企业经营情况分析 166

四、2010-2013年企业财务数据分析 169

五、2013年公司发展展望及策略 174

六、广汽长丰SUV的发展情况 174

第三节 河北中兴汽车制造有限公司 176

一、公司简介 176

二、2012年中兴汽车发展分析 177

三、中兴汽车将生产首款小型SUV 179

四、中兴汽车SUV登陆美国市场概况 179

第四节 郑州日产汽车有限公司 180

一、公司简介 180

二、2012年郑州日产发展分析 182

三、郑州日产自主品牌进军中端SUV市场 184

四、郑州日产以体育营销塑造SUV品牌 187

第九章 2015-2020年中国SUV市场前景及趋势预测 191

第一节 2015-2020年中国SUV的发展前景及趋势 191

一、2013年我国SUV市场发展展望 191

二、我国SUV市场将强劲增长 192

三、未来SUV市场发展三大趋势 195

第二节 2015-2020年中国SUV的柴油化发展趋势 196

一、柴油SUV是未来SUV的发展方向 196

二、柴油动力车型将成为环保的先锋力量 197

三、大动力、低能耗SUV成发展趋势 198

图表目录

图表：2006-2012年我国SUV市场产销量情况 8

图表：2006-2012年SUV销量占乘用车市场份额情况 8

图表：2006-2012年我国主要SUV企业销量情况 9

图表：2006-2012年SUV主要品牌销量情况 9

图表：2012年SUV主要品牌市场份额情况 10

图表：2012年国产SUV销量及增长率表 10

图表：2011年乘用车各车型产销情况 14

图表：2011年全年SUV、MPV市场走势 15

图表：2011年SUV品牌销量排前五名 15

图表：2011年MPV品牌销量排前五名 16

图表：2011年SUV、MPV分排量销售情况 17

图表：2011年SUV、MPV分燃料销售情况 18

图表：2013年SUV销量与销售环比 19

图表：2013年SUV在国产乘用车市场的份额 20

图表：2013年SUV高端和次高端市场区域销售占比 24

图表：2013年SUV高端和次高端区域销售细分统计 25

图表：2012SUV高端和次高端易车指数分析 26

图表：2013年SUV中端市场区域销售占比 27

图表：2013年SUV中端区域销售细分统计 27

图表：2013年紧凑型中端易车指数分析 28

图表：2012SUV次中端和低端市场区域销售占比 29

图表：2012SUV次中端和低端区域销售细分统计 30

图表：2013年SUV次中端和低端易车指数分析 30

图表：2013年9月中国SUV汽车市场品牌关注比例分布 35

图表：2013年9月中国SUV汽车市场品牌关注排名 35

图表：2013年9月中国SUV汽车市场厂商关注排名 36

图表：2013年9月中国SUV汽车市场车系关注排名 37

图表：2013年9月中国SUV汽车市场车型关注排名 38

图表：2013年9月中国SUV汽车市场不同排量关注比例分布 39

图表：2013年9月中国SUV汽车市场不同车体结构关注比例分布 40

图表：2013年9月中国SUV汽车市场不同变速器关注比例分布 40

图表：2013年10月中国SUV汽车市场品牌关注比例分布 42

图表：2013年10月中国SUV汽车市场品牌关注排名 43

图表：2013年10月中国SUV汽车市场厂商关注排名 44

图表：2013年10月中国SUV汽车市场车系关注排名 45

图表：2013年10月中国SUV汽车市场车型关注排名 46

图表：2013年10月中国SUV汽车市场不同排量关注比例分布 47

图表：2013年10月中国SUV汽车市场不同车体结构关注比例分布 48

图表：2013年10月中国SUV汽车市场不同变速器关注比例分布 48

图表：雷克萨斯之RX350：优雅绅士 53

图表：英菲尼迪之FX35：狂野绅士 54

图表：讴歌之MDX：暴走绅士 55

图表：2011年度欧美系SUV与日韩系SUV销量比例图 57

图表：2012年1-12月欧美系SUV与日韩系SUV销量比例图 58

图表：2012年1-12月份各品牌SUV销量比例图 59

图表：现代 ix35 77

图表：东风日产 79

图表：本田 CR-V 80

图表：斯巴鲁 森林人 82

图表：雷诺 科雷傲 83

图表：雪佛兰 科帕奇 85

图表：长城哈弗H5 至尊版 93

图表：长城哈弗H5智尊版 94

图表：长城哈弗H5智尊版 95

图表：长城哈佛H5智尊版 95

图表：奇瑞瑞虎 96

图表：瑞虎3 97

图表：瑞虎3 98

图表：瑞虎3 99

图表：陆风X8 101

图表：陆风X8 102

图表：陆风X8 103

图表：陆风X8 104

图表：陆风X8 104

图表：海马骑士 105

图表：海马骑士 107

图表：海马骑士 107

图表：海马骑士 108

图表：海马骑士 109

图表：2011～2013年SUV企业前十排名变化 112

图表：2011～2013年SUV产品前十排名年度变化 112

图表：2012年1～12月份SUV月度销量排名变化 113

图表：2011与2012年不同车系SUV市场份额变化 114

图表：2005-2012年不同排量SUV发展情况 115

图表：2011～2012年不同驱动形式SUV市场份额与销量变化 116

图表：2011～2012年不同燃料SUV市场份额变化 117

图表：2011与2012年出口SUV数据对比 118

图表：2011与2012年进口SUV数据对比 118

图表：SUV市场的区隔构成 119

图表：2013年度SUV区隔市场销量统计 119

图表：2013年度SUV区隔市场份额统计 120

图表：2013年SUV区域上牌量占比 121

图表：2013年SUV区隔市场点区域销量指数分析 121

图表：2012SUV区隔市场的级别城市上牌量占比 122

图表：2013年全国国产外资中高端SUV销量排名 124

图表：2013年9月全国国产外资中高端SUV销量排名 124

图表：2013年国产RAV4、途观、ix35销量对比 126

图表：途胜 127

图表：哈弗CUV（汽油版） 128

图表：年龄与购车目的之间关系 134

图表：性别与购车注重因素关系 135

图表：消费者对价格的承受能力 136

图表：细分市场结构构成比较 137

图表：主要品牌分大区营销网点分布 147

图表：SUV主要用户媒体接触习惯研究 151

图表：各主要品牌广告语摘要 152

图表：2011年广汽长丰汽车股份有限公司主营构成表 169

图表：2011-2012年广汽长丰汽车股份有限公司流动资产表 169

图表：2011-2012年广汽长丰汽车股份有限公司长期投资表 169

图表：2011-2012年广汽长丰汽车股份有限公司固定资产表

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201411/04-169158.html>