

# 2016-2022年中国SUV行业 业市场分析及发展前景研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国SUV行业市场分析及发展前景研究报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/201512/11-193501.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](mailto: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

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 2015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、2012年SUV市场发展分析 8

##### 二、2013年SUV市场发展分析 10

##### 三、2014年SUV市场发展分析 14

##### 四、2015年SUV市场发展分析 19

##### 五、2015年SUV市场发展特点 20

#### 第二节 2015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、2015年SUV市场的深层战略启示 31

#### 第三节 2015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 2015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、2015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 2015年中国SUV市场热点产品发展分析--城市型SUV 68

#### 第一节 2015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 2015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 2015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、经济型SUV迎抢购潮 90
- 四、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 2015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、2015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、2015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 2015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 2015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产品寿命周期分析 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 2015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、2013年企业经营情况分析 160

#### 三、2014年企业经营情况分析 161

#### 四、2015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、2014年企业经营情况分析 165

### 三、2015年企业经营情况分析 166

### 四、2010-2015年企业财务数据分析 169

### 五、2015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、2015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、2015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 2016-2022年中国SUV市场前景及趋势预测 191

### 第一节 2016-2022年中国SUV的发展前景及趋势 191

#### 一、2015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 2016-2022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：2006-2015年我国SUV市场产销量情况 8

图表：2006-2015年SUV销量占乘用车市场份额情况 8

图表：2006-2015年我国主要SUV企业销量情况 9

图表：2006-2015年SUV主要品牌销量情况	9
图表：2015年SUV主要品牌市场份额情况	10
图表：2015年国产SUV销量及增长率表	10
图表：2014年乘用车各车型产销情况	14
图表：2014年全年SUV、MPV市场走势	15
图表：2014年SUV品牌销量排前五名	15
图表：2014年MPV品牌销量排前五名	16
图表：2014年SUV、MPV分排量销售情况	17
图表：2014年SUV、MPV分燃料销售情况	18
图表：2015年SUV销量与销售环比	19
图表：2015年SUV在国产乘用车市场的份额	20
图表：2015年SUV高端和次高端市场区域销售占比	24
图表：2015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：2015年SUV中端市场区域销售占比	27
图表：2015年SUV中端区域销售细分统计	27
图表：2015年紧凑型中端易车指数分析	28
图表：2014SUV次中端和低端市场区域销售占比	29
图表：2014SUV次中端和低端区域销售细分统计	30
图表：2015年SUV次中端和低端易车指数分析	30
图表：2015年11月中国SUV汽车市场品牌关注比例分布	35
图表：2015年11月中国SUV汽车市场品牌关注排名	35
图表：2015年11月中国SUV汽车市场厂商关注排名	36
图表：2015年11月中国SUV汽车市场车系关注排名	37
图表：2015年11月中国SUV汽车市场车型关注排名	38
图表：2015年11月中国SUV汽车市场不同排量关注比例分布	39
图表：2015年11月中国SUV汽车市场不同车体结构关注比例分布	40
图表：2015年11月中国SUV汽车市场不同变速器关注比例分布	40
图表：2015年11月中国SUV汽车市场品牌关注比例分布	42
图表：2015年11月中国SUV汽车市场品牌关注排名	43
图表：2015年11月中国SUV汽车市场厂商关注排名	44
图表：2015年11月中国SUV汽车市场车系关注排名	45



图表：2015年11月中国SUV汽车市场车型关注排名 46

图表：2015年11月中国SUV汽车市场不同排量关注比例分布 47

图表：2015年11月中国SUV汽车市场不同车体结构关注比例分布 48

图表：2015年11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：2014年度欧美系SUV与日韩系SUV销量比例图 57

图表：2015年1-11月欧美系SUV与日韩系SUV销量比例图 58

图表：2015年1-11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：长城哈佛H5智尊版 94

图表：长城哈佛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：2011～2015年SUV企业前十排名变化 112

图表：2011～2015年SUV产品前十排名年度变化 112

图表：2015年1～11月份SUV月度销量排名变化 113

图表：2011与2015年不同车系SUV市场份额变化 114

图表：2005-2015年不同排量SUV发展情况 115

图表：2011～2015年不同驱动形式SUV市场份额与销量变化 116

图表：2011～2015年不同燃料SUV市场份额变化 117

图表：2014与2015年出口SUV数据对比 118

图表：2014与2015年进口SUV数据对比 118

图表：SUV市场的区隔构成 119

图表：2015年度SUV区隔市场销量统计 119

图表：2015年度SUV区隔市场份额统计 120

图表：2015年SUV区域上牌量占比 121

图表：2015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：2015年全国国产外资中高端SUV销量排名 124

图表：2015年11月全国国产外资中高端SUV销量排名 124

图表：2015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：2014年广汽长丰汽车股份有限公司主营构成表 169

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司流动资产表 169

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司长期投资表 169

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司固定资产表 169

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司无形及其他资产表 170

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司流动负债表 170

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司长期负债表 170

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司股东权益表 171

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司主营业务收入表 171

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司主营业务利润表 171

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司营业利润表 171

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司利润总额表 171

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司净利润表 172

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司每股指标表 172

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司获利能力表 172

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司经营能力表 172

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司偿债能力表 173

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司资本结构表 173

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司发展能力表 173

图表：2011-2015年广汽长丰汽车股份有限公司现金流量分析表 173

图表：华泰圣达菲-发动机曲线图： 197

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201512/11-193501.html>