

2024-2029年中国SUV行业分析及投资前景预测报告

报告简介

SUV是指运动型实用汽车，不同于可在崎岖地面使用的ORV越野车(Off-Road Vehicle的缩写)；SUV全称是sport utility vehicle，或suburban utility vehicle，即城郊实用汽车，是一种拥有旅行车般的空间机能，配以货卡车的越野能力的车型。

2017年，乘用车共销售2471.83万辆，同比增长1.40%，增速比上年回落13.53个百分点。其中：基本型乘用车(轿车)销售1184.80万辆，同比下降2.48%；运动型多用途乘用车(SUV)销售1025.27万辆，同比增长13.32%；多功能乘用车(MPV)销售207.07万辆，同比下降17.05%；交叉型乘用车销售54.70万辆，同比下降19.97%。2018年，乘用车共销售2370.98万辆，同比下降4.08%。其中：基本型乘用车(轿车)销售1152.78万辆，同比下降2.70%；运动型多用途乘用车(SUV)销售999.47万辆，同比下降2.52%；多功能乘用车(MPV)销售173.46万辆，同比下降16.22%；交叉型乘用车销售45.26万辆，同比下降17.26%。2019年，乘用车产销分别完成2136万辆和2144.4万辆，产销量同比分别下降9.2%和9.6%。占汽车产销比重分别达到83%和83.2%，分别低于上年产销量比重的3.4和1.2个百分点。乘用车四类车型产销情况看：轿车产销量同比分别下降10.9%和10.7%；SUV产销量同比分别下降6%和6.3%；MPV产销量同比分别下降18.1%和20.2%；交叉型乘用车产销量同比分别下降4.3%和11.7%。2020年1-12月，乘用车产销分别完成1999.4万辆和2017.8万辆，同比分别下降6.5%和6%。分车型看，SUV产销分别完成939.8万辆和946.1万辆，同比分别增长0.1%和0.7%。2021年1月，SUV产销同比分别增长29.8%和25.2%。

长时间以来，国内SUV市场一直是合资品牌和自主品牌两分的局面，两者之间各有各的市场，自主品牌SUV生产商迅速发展的同时，竞争压力凸显。国际各大汽车制造商纷纷鏖战中国市场，新车型不断上市，汽车价格不断降低，竞争十分激烈。SUV作为都市新兴购车族偏爱的车型，已经成为近几年汽车市场增长的主力。

SUV的发展虽然经历了高低起伏的几个阶段，但作为汽车市场重要的一支力量，SUV市场竞争尚未充分，无论是从产品自身还是厂家对市场的开发，市场容量还远未达到极限，依然有很大的提升空间。

SUV行业研究报告中的SUV行业数据分析以权威的国家统计数据为基础，采用宏观和微观相结合的分析方式，利用科学的统计分析方法，在描述行业概貌的同时，对SUV行业进行细化分析，包括产品总体状况、产品生产情况、重点企业状况、主要产品总产量、进出口情况等。报告中主要运用图表及表格方式，直观地阐明了行业的经济类型构成、规模构成、经营效益比较、生产状况及对外贸易情况等，是企业了解SUV行业市场状况必不可少的助手。在形式上，报告以丰富的数据和图表为主，突出文章的可读性和可视性，避免套话和空话。报告附加了与行业相关的数据、政策法规目录、主要企业信息及行业的大事记等，为投资者和业界人士提供了一幅生动的行业全景图。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及SUV行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国SUV行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进

行了分析，重点分析了国内外SUV行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了SUV行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于SUV产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国SUV行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大具有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一章 SUV行业发展概述

第一节 SUV的概念

一、SUV的界定

二、SUV的特点

第二节 SUV行业发展成熟度

一、SUV行业发展周期分析

二、SUV行业中外市场成熟度对比

第三节 SUV行业产业链分析

一、SUV行业上游原料供应市场分析

二、SUV行业下游产品需求市场状况

第二章 2019-2023年中国SUV行业运行环境分析

第一节 2019-2023年中国宏观经济环境分析

第二节 2019-2023年中国SUV行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

1、继续实施积极的财政政策，加大结构调整力度

2、采取组合调控措施，确保物价水平稳定

二、SUV行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2019-2023年中国SUV行业发展社会环境分析

第三章 2019-2023年中国SUV行业市场发展分析

第一节 SUV行业市场发展现状

- 一、市场发展概况
- 二、发展热点回顾
- 三、市场存在问题及策略分析

第二节 SUV行业技术发展

- 一、技术特征现状分析
- 二、新技术研发及应用动态
- 三、技术发展趋势

第三节 中国SUV行业消费市场分析

- 一、消费特征分析
- 二、消费需求趋势
- 三、品牌市场消费结构

第四节 SUV行业产销数据统计分析

- 一、整体市场规模
- 二、区域市场数据统计情况

第五节 2024-2029年SUV行业市场发展趋势

第四章 中国SUV行业供给情况分析 & 趋势

第一节 2019-2023年中国SUV行业市场供给分析

- 一、SUV整体供给情况分析
- 二、SUV重点区域供给分析

第二节 SUV行业供给关系因素分析

- 一、需求变化因素
- 二、厂商产能因素
- 三、原料供给状况

四、技术水平提高

五、政策变动因素

第三节 2024-2029年中国SUV行业市场供给趋势

一、SUV整体供给情况趋势分析

二、SUV重点区域供给趋势分析

三、影响未来SUV供给的因素分析

第五章 SUV行业产品价格分析

第一节 中国SUV行业产品历年价格回顾

第二节 中国SUV行业产品当前市场价格

一、产品当前价格分析

二、产品未来价格预测

第三节 中国SUV行业产品价格影响因素分析

一、全球经济形式及影响

二、人民币汇率变化影响

三、其它

第六章 SUV主要上下游产品分析

第一节 SUV上下游分析

一、与行业上下游之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 SUV行业产业链分析

一、行业上游影响及风险分析

二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第七章 2019-2023年中国SUV行业渠道分析及策略

第一节 SUV行业渠道分析

- 一、渠道形式及对比
- 二、各类渠道对SUV行业的影响
- 三、主要SUV企业渠道策略研究
- 四、各区域主要代理商情况

第二节 SUV行业用户分析

- 一、用户认知程度分析
- 二、用户需求特点分析
- 三、用户购买途径分析

第三节 SUV行业营销策略分析

- 一、中国SUV营销概况
- 二、SUV营销策略探讨
- 三、SUV营销发展趋势

第八章 2019-2023年中国SUV行业主要指标监测分析

第一节 2019-2023年中国SUV产业工业总产值分析

- 一、2019-2023年中国SUV产业工业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2019-2023年中国SUV产业主营业务收入分析

- 一、2019-2023年中国SUV产业主营业务收入分析
- 二、不同规模企业主营业务收入分析
- 三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节 2019-2023年中国SUV产业产品成本费用分析

一、2019-2023年中国SUV产业销售成本分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2019-2023年中国SUV产业利润总额分析

一、2019-2023年中国SUV产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节 2019-2023年中国SUV产业资产负债分析

一、2019-2023年中国SUV产业资产负债分析

二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析

第六节 2019-2023年中国SUV行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第九章 中国SUV行业区域市场分析

第一节 华北地区SUV行业分析

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况分析

四、2024-2029年行业发展前景预测

五、2024-2029年行业投资风险预测

第二节 东北地区SUV行业分析

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况分析

四、2024-2029年行业发展前景预测

五、2024-2029年行业投资风险预测

第三节 华东地区SUV行业分析

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况分析

四、2024-2029年行业发展前景预测

五、2024-2029年行业投资风险预测

第四节 华南地区SUV行业分析

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况分析

四、2024-2029年行业发展前景预测

五、2024-2029年行业投资风险预测

第五节 华中地区SUV行业分析

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况分析

四、2024-2029年行业发展前景预测

五、2024-2029年行业投资风险预测

第六节 西南地区SUV行业分析

- 一、2019-2023年行业发展现状分析
- 二、2019-2023年市场规模情况分析
- 三、2024-2029年市场需求情况分析
- 四、2024-2029年行业发展前景预测
- 五、2024-2029年行业投资风险预测

第七节 西北地区SUV行业分析

- 一、2019-2023年行业发展现状分析
- 二、2019-2023年市场规模情况分析
- 三、2024-2029年市场需求情况分析
- 四、2024-2029年行业发展前景预测
- 五、2024-2029年行业投资风险预测

第十章 公司对SUV行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

- 一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 2019-2023年SUV行业竞争格局分析

一、2019-2023年国内外SUV竞争分析

二、2019-2023年我国SUV市场竞争分析

三、2024-2029年国内主要SUV企业动向

第十一章 SUV企业竞争策略分析

第一节 SUV市场竞争策略分析

一、SUV市场增长潜力分析

二、SUV主要潜力品种分析

三、现有SUV产品竞争策略分析

四、潜力SUV品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 SUV企业竞争策略分析

第三节 SUV行业产品定位及市场推广策略分析

一、SUV行业产品市场定位

二、SUV行业广告推广策略

三、SUV行业产品促销策略

四、SUV行业招商加盟策略

五、SUV行业网络推广策略

第十二章 SUV企业竞争分析

第一节 保时捷(中国)汽车销售有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第二节 宝马(中国)汽车贸易有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第三节 中国第一汽车集团有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第四节 戴姆勒股份公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节 上汽通用汽车有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第六节 捷豹路虎(中国)投资有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第七节 丰田汽车(中国)投资有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第八节 沃尔沃汽车销售(上海)有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第九节 大众汽车(中国)投资有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第十节 日产(中国)投资有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十三章 SUV行业投资战略研究

第一节 SUV行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国SUV品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、SUV实施品牌战略的意义

三、SUV企业品牌的现状分析

四、我国SUV企业的品牌战略

五、SUV品牌战略管理的策略

第三节 SUV行业投资战略研究

图表目录

图表：SUV行业生命周期图

图表：SUV产品国内、国际市场成熟度对比

图表：SUV产品行业主要竞争因素分析

图表：2019-2023年SUV产品消费量变化图

图表：2019-2023年SUV企业品牌集中度分析

图表：2019-2023年SUV产品产能分析

- 图表：2019-2023年中国SUV产业工业总产值分析
- 图表：2019-2023年SUV不同规模企业工业总产值分析
- 图表：2019-2023年SUV不同所有制企业工业总产值比较
- 图表：2019-2023年中国SUV产业主营业务收入分析
- 图表：2019-2023年SUV不同规模企业主营业务收入分析
- 图表：2019-2023年SUV不同所有制企业主营业务收入比较
- 图表：2019-2023年中国SUV产业销售成本分析
- 图表：2019-2023年SUV不同规模企业销售成本比较分析
- 图表：2019-2023年SUV不同所有制企业销售成本比较分析
- 图表：2019-2023年中国SUV产业利润总额分析
- 图表：2019-2023年SUV不同规模企业利润总额比较分析
- 图表：2019-2023年SUV不同所有制企业利润总额比较分析
- 图表：2019-2023年中国SUV产业资产负债分析
- 图表：2019-2023年SUV不同规模企业资产比较分析
- 图表：2019-2023年SUV不同规模企业负债比较分析
- 图表：2019-2023年SUV不同所有制企业资产比较分析
- 图表：2019-2023年SUV不同所有制企业负债比较分析
- 图表：2019-2023年我国SUV行业销售利润率
- 图表：2019-2023年我国SUV行业偿债能力情况
- 图表：2019-2023年我国SUV行业营运能力情况
- 图表：2019-2023年我国SUV行业资产增长率
- 图表：2019-2023年我国SUV行业利润增长率
- 图表：SUV行业“波特五力”分析
- 图表：生命周期各发展阶段的影响

- 图表：2024-2029年SUV产品消费预测
- 图表：2024-2029年SUV市场规模预测
- 图表：2024-2029年SUV行业总产值预测
- 图表：2024-2029年SUV行业销售收入预测
- 图表：2024-2029年SUV行业总资产预测
- 图表：2024-2029年中国SUV供给量预测
- 图表：2024-2029年中国SUV产量预测
- 图表：2024-2029年中国SUV需求量预测
- 图表：2024-2029年中国SUV供需平衡预测
- 图表：SUV行业新进入者应注意的障碍分析
- 图表：2024-2029年影响SUV行业运行的有利因素
- 图表：2024-2029年影响SUV行业运行的稳定因素
- 图表：2024-2029年影响SUV行业运行的不利因素
- 图表：2024-2029年我国SUV行业发展面临的挑战
- 图表：2024-2029年我国SUV行业发展面临机遇
- 图表：2024-2029年SUV行业经营风险及控制策略
- 图表：2024-2029年SUV行业同业竞争风险及控制策略

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/qiche/suv.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)