

2025-2031年中国SUV市场变革与投资策略调整报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2025-2031年中国SUV市场变革与投资策略调整报告》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.bosidata.com/report/383827RVOO.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-06-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明: 《2025-2031年中国SUV市场变革与投资策略调整报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国SUV市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

第一章SUV相关概述第一节 SUV概念和特点一、SUV简介二、SUV的特点三、SUV与吉普车的区别和联系第二节 SUV历史一、SUV的起源二、SUV的演变第三节 SUV细分一、五大细分市场二、两驱与四驱第二章2020-2024年中国SUV市场发展分析第一节 中国SUV市场总体分析一、市场驱动力分析二、行业特点分析三、市场基本格局四、市场消费群体第二节 2022年中国SUV市场发展分析一、市场销量分析二、市场份额分析三、市场结构分析四、市场特点分析第三节 2023年中国SUV市场发展分析一、市场销量分析二、市场份额分析三、市场结构分析四、市场特点分析第四节 2024年中国SUV市场发展分析一、销量及份额概况二、市场结构分析三、市场特点分析第五节 SUV市场消费需求分析一、动力和功能是消费者考虑的首要因素二、崇尚个性的SUV深得消费者青睐三、优质SUV彰显品位和身份四、SUV女性消费需求分析第六节 SUV市场的问题和策略一、SUV市场存在的问题二、SUV市场发展的瓶颈三、SUV市场面临的矛盾及对策四、自主品牌拓展市场的策略第三章2020-2024年不同系别SUV发展分析第一节 国内SUV市场各派系发展态势分析一、德系二、日系三、美系四、欧系(德国除外)五、韩系第二节 国内SUV市场美系与欧系的竞争趋势一、美系SUV曾风靡一时二、欧系SUV的竞争优势三、欧系SUV后来居上四、欧系SUV前景看好第三节 自主品牌SUV发展态势分析一、自主品牌SUV发展分析二、自主中端SUV发展分析三、自主低端SUV发展分析四、自主中高端SUV发展分析第四章2020-2024年城市型SUV发展分析第一节 城市SUV的相关概述一、城市SUV的概念二、城市SUV的兴起三、城市SUV的特点四、城市SUV的优势第二节 2020-2024年城市SUV发展分析一、消费需求催生城市SUV二、城市SUV备受年轻人青睐三、城市SUV市场持续火热四、紧凑型城市SUV逐渐兴起第三节 低端城市SUV国产车型对比一、奇瑞瑞虎适合城市日常生活驾驶二、江淮瑞鹰胜在安全性高三、猎豹飞腾不具备市场优势四、长城哈弗突出越野性能第四节 城市SUV的时尚潮流一、城市SUV演绎“中性美”二、城市SUV汉兰达独树一帜三、城市SUV逍客引领Crossover风尚四、城市SUV狮跑呈现硬汉本色第五章2020-2024年经济型SUV发展分析第一节 经济型SUV的概念和分类一、经济型SUV概念的出现二、偏重越野类经济型SUV三、都市休闲类经济型SUV四、商务多功能类经济型SUV第二节 2020-2024年经济型SUV市场态势分析一、经济型SUV对市场的影响二、经济型SUV市场发展态势三、经济型SUV市场发展动态四、经济型SUV安全性配置提升第三节 经济型SUV

发展存在的问题一、经济型SUV并不经济二、经济型SUV技术和设计不达标三、经济型SUV市场定位不明确

第六章2020-2024年中国SUV市场竞争分析

第一节 我国SUV市场竞争格局分析

一、SUV市场竞争的基本格局二、高端SUV的竞争格局分析三、次高端SUV的竞争格局分析四、中端SUV的竞争格局分析五、次中端SUV的竞争格局分析六、低端SUV的竞争格局分析

第二节 SUV市场进口、合资、自主品牌竞争分析

一、竞争日趋白热化二、市场价格战隐现三、自主品牌形势严峻四、合资品牌抢占市场

第三节 主要中小排量SUV车型竞争力浅析

一、途胜主打便宜实用二、哈弗M4表现优异三、狮跑市场销量欠佳四、吉姆尼开辟独特市场五、Jeep指南者引领市场

第七章2020-2024年SUV市场营销研究

第一节 SUV的市场定位

一、SUV多品牌市场局面形成的原因分析二、SUV市场细分变量的确定三、消费人群细分的四种类型四、SUV的消费环境五、SUV的目标消费群体

第二节 SUV的产品策略

一、SUV产品组合策略二、SUV产品生命周期分析三、导入期的SUV产品营销策略四、成长期的SUV产品营销策略

第三节 SUV的价格策略

一、影响汽车价格的主要因素二、SUV应采用竞争导向定价法三、SUV的定价策略

第四节 SUV的渠道策略

一、SUV销售网络地理分布特点及原因二、SUV渠道管理方式三、SUV渠道建设应遵循的主要原则

第五节 SUV的促销策略

一、SUV消费者媒体接触习惯研究二、SUV的广告策略三、公共关系促销的特点四、SUV公共关系促销的表现方式

第八章SUV主要企业发展分析

第一节 长城汽车股份有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

第二节 奇瑞汽车股份有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

第三节 河北中兴汽车制造有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

第四节 郑州日产汽车有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

第五节 北京现代汽车有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

第九章2025-2031年SUV的前景及趋势预测

第一节 SUV市场的前景及趋势分析

一、中国SUV市场趋势预测展望二、未来SUV市场品牌发展趋势三、未来小型SUV市场前景看好四、2025-2031年中国SUV市场预测分析

第二节 SUV的柴油化发展趋势

一、柴油SUV是未来SUV的发展方向二、柴油动力车型将成为环保的先锋力量三、柴油化SUV在中国的前景

图表目录

图表1 2020-2024年中国SUV市场分驱动方式销量情况
图表2 2020-2024年中国SUV市场两轮驱动车型的排量分布
图表3 2024年我国SUV市场销量月度走势情况
图表4 2024年SUV在狭义乘用车市场的份额变化情况
图表5 2020-2024年国产SUV细分市场份额变化情况
图表6 2024年国产SUV市场自主品牌和外资品牌份额情况
图表7 2024年我国SUV市场月度销量走势图
图表8 2024年我国SUV销量月度增速走势图
图表9 2024年我国SUV市场份额表现
图表10 2024年SUV市场外资与自主品牌份额表现
图表11 2024年我国SUV市场销量前十车型
图表12 2020-2024年SUV市场各级别份额走势图
图表13 2020-2024

年SUV各级别市场份额走势图表14 2020-2024年SUV市场各车系份额走势图表15 2020-2024年SUV各排量市场结构变化分析图表16 2024年国产外资SUV分派系市场份额变化图表17 2024年国产SUV市场分派系销量结构占比变化图表18 2024年自主SUV中分类型销量占比结构图表19 2024年自主与外资SUV在细分市场的份额变化图表20 2024年中端SUV市场销量前十车型排名图表21 2024年SUV档次区隔市场份额统计图表22 SUV市场的利益导向车型分布格局图表23 2024年高端SUV市场竞争来源结构图表24 2024年次高端SUV市场竞争来源结构图表25 2024年中端SUV市场竞争来源结构图表26 2024年次中端SUV市场竞争来源结构图表27 2024年低端SUV市场竞争来源结构图表28 年龄与购车目的之间关系图表29 性别与购车注重因素关系图表30 消费者对价格的承受能力更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/383827RVOO.html>