|  |
| --- |
| [中国SUV市场调研与发展趋势预测报告（2025年）](https://www.20087.com/M_QiTa/39/SUVWeiLaiFaZhanQuShiYuCe.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国SUV市场调研与发展趋势预测报告（2025年）](https://www.20087.com/M_QiTa/39/SUVWeiLaiFaZhanQuShiYuCe.html) |
| 报告编号： | 1665039　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_QiTa/39/SUVWeiLaiFaZhanQuShiYuCe.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　SUV（运动型多用途车）凭借其宽敞的空间、强大的越野能力和时尚的外观设计，近年来在全球汽车市场中占据主导地位。目前，SUV市场正经历电气化和智能化的双重变革，各大汽车厂商纷纷推出电动SUV和智能驾驶辅助系统，以满足消费者对环保和安全的需求。  
　　未来，SUV行业将更加侧重于可持续性和智能科技。一方面，随着电池技术的进步和充电基础设施的完善，电动SUV将成为市场主流，提供更长的续航里程和更佳的驾驶体验。另一方面，自动驾驶技术的成熟将使SUV成为移动生活空间，配备先进的信息娱乐系统和远程服务功能，重塑人们的出行方式。  
　　《[中国SUV市场调研与发展趋势预测报告（2025年）](https://www.20087.com/M_QiTa/39/SUVWeiLaiFaZhanQuShiYuCe.html)》通过详实的数据分析，全面解析了SUV行业的市场规模、需求动态及价格趋势，深入探讨了SUV产业链上下游的协同关系与竞争格局变化。报告对SUV细分市场进行精准划分，结合重点企业研究，揭示了品牌影响力与市场集中度的现状，为行业参与者提供了清晰的竞争态势洞察。同时，报告结合宏观经济环境、技术发展路径及消费者需求演变，科学预测了SUV行业的未来发展方向，并针对潜在风险提出了切实可行的应对策略。报告为SUV企业与投资者提供了全面的市场分析与决策支持，助力把握行业机遇，优化战略布局，推动可持续发展。  
  
第一章 SUV相关概述  
　　1.1 SUV概念和特点  
　　　　1.1.1 SUV简介  
　　　　1.1.2 SUV的特点  
　　　　1.1.3 SUV与吉普车的区别和联系  
　　1.2 SUV历史  
　　　　1.2.1 SUV的起源  
　　　　1.2.2 SUV的演变  
　　1.3 SUV细分  
　　　　1.3.1 五大细分市场  
　　　　1.3.2 两驱与四驱  
  
第二章 2020-2025年中国SUV市场发展分析  
　　2.1 中国SUV市场总体分析  
　　　　2.1.1 市场驱动力分析  
　　　　2.1.2 行业特点分析  
　　　　2.1.3 市场基本格局  
　　　　2.1.4 市场消费群体  
　　2.2 2025年中国SUV市场发展分析  
　　　　2.2.1 市场销量分析  
　　　　2.2.2 市场份额分析  
　　　　2.2.3 市场结构分析  
　　　　2.2.4 市场特点分析  
　　2.3 2025年中国SUV市场发展分析  
　　　　2.3.1 市场销量分析  
　　　　2.3.2 市场份额分析  
　　　　2.3.3 市场结构分析  
　　　　2.3.4 市场特点分析  
　　2.4 2025年中国SUV市场发展分析  
　　　　2.4.1 销量及份额概况  
　　　　2.4.2 市场结构分析  
　　　　2.4.3 市场特点分析  
　　2.5 SUV市场消费需求分析  
　　　　2.5.1 动力和功能是消费者考虑的首要因素  
　　　　2.5.2 崇尚个性的SUV深得消费者青睐  
　　　　2.5.3 优质SUV彰显品位和身份  
　　　　2.5.4 SUV女性消费需求分析  
　　2.6 SUV市场的问题和策略  
　　　　2.6.1 SUV市场存在的问题  
　　　　2.6.2 SUV市场发展的瓶颈  
　　　　2.6.3 SUV市场面临的矛盾及对策  
　　　　2.6.4 自主品牌拓展市场的策略  
  
第三章 2020-2025年不同系别SUV发展分析  
　　3.1 国内SUV市场各派系发展态势分析  
　　　　3.1.1 德系  
　　　　3.1.2 日系  
　　　　3.1.3 美系  
　　　　3.1.4 欧系（德国除外）  
　　　　3.1.5 韩系  
　　3.2 国内SUV市场美系与欧系的竞争趋势  
　　　　3.2.1 美系SUV曾风靡一时  
　　　　3.2.2 欧系SUV的竞争优势  
　　　　3.2.3 欧系SUV后来居上  
　　　　3.2.4 欧系SUV前景看好  
　　3.3 自主品牌SUV发展态势分析  
　　　　3.3.1 自主品牌SUV发展分析  
　　　　3.3.2 自主中端SUV发展分析  
　　　　3.3.3 自主低端SUV发展分析  
　　　　3.3.4 自主中高端SUV发展分析  
  
第四章 2020-2025年城市型SUV发展分析  
　　4.1 城市SUV的相关概述  
　　　　4.1.1 城市SUV的概念  
　　　　4.1.2 城市SUV的兴起  
　　　　4.1.3 城市SUV的特点  
　　　　4.1.4 城市SUV的优势  
　　4.2 2020-2025年城市SUV发展分析  
　　　　4.2.1 消费需求催生城市SUV  
　　　　4.2.2 城市SUV备受年轻人青睐  
　　　　4.2.3 城市SUV市场持续火热  
　　　　4.2.4 紧凑型城市SUV逐渐兴起  
　　4.3 低端城市SUV国产车型对比  
　　　　4.3.1 奇瑞瑞虎适合城市日常生活驾驶  
　　　　4.3.2 江淮瑞鹰胜在安全性高  
　　　　4.3.3 猎豹飞腾不具备市场优势  
　　　　4.3.4 长城哈弗突出越野性能  
　　4.4 城市SUV的时尚潮流  
　　　　4.4.1 城市SUV演绎“中性美”  
　　　　4.4.2 城市SUV汉兰达独树一帜  
　　　　4.4.3 城市SUV逍客引领CROssover风尚  
　　　　4.4.4 城市SUV狮跑呈现硬汉本色  
  
第五章 2020-2025年经济型SUV发展分析  
　　5.1 经济型SUV的概念和分类  
　　　　5.1.1 经济型SUV概念的出现  
　　　　5.1.2 偏重越野类经济型SUV  
　　　　5.1.3 都市休闲类经济型SUV  
　　　　5.1.4 商务多功能类经济型SUV  
　　5.2 2020-2025年经济型SUV市场态势分析  
　　　　5.2.1 经济型SUV对市场的影响  
　　　　5.2.2 经济型SUV市场发展态势  
　　　　5.2.3 经济型SUV市场发展动态  
　　　　5.2.4 经济型SUV安全性配置提升  
　　5.3 经济型SUV发展存在的问题  
　　　　5.3.1 经济型SUV并不经济  
　　　　5.3.2 经济型SUV技术和设计不达标  
　　　　5.3.3 经济型SUV市场定位不明确  
  
第六章 2020-2025年中国SUV市场竞争分析  
　　6.1 我国SUV市场竞争格局分析  
　　　　6.1.1 SUV市场竞争的基本格局  
　　　　6.1.2 高端SUV的竞争格局分析  
　　　　6.1.3 次高端SUV的竞争格局分析  
　　　　6.1.4 中端SUV的竞争格局分析  
　　　　6.1.5 次中端SUV的竞争格局分析  
　　　　6.1.6 低端SUV的竞争格局分析  
　　6.2 SUV市场进口、合资、自主品牌竞争分析  
　　　　6.2.1 竞争日趋白热化  
　　　　6.2.2 市场价格战隐现  
　　　　6.2.3 自主品牌形势严峻  
　　　　6.2.4 合资品牌抢占市场  
　　6.3 主要中小排量SUV车型竞争力浅析  
　　　　6.3.1 途胜主打便宜实用  
　　　　6.3.2 哈弗M4表现优异  
　　　　6.3.3 狮跑市场销量欠佳  
　　　　6.3.4 吉姆尼开辟独特市场  
　　　　6.3.5 Jeep指南者引领市场  
  
第七章 2020-2025年SUV市场营销研究  
　　7.1 SUV的市场定位  
　　　　7.1.1 SUV多品牌市场局面形成的原因分析  
　　　　7.1.2 SUV市场细分变量的确定  
　　　　7.1.3 消费人群细分的四种类型  
　　　　7.1.4 SUV的消费环境  
　　　　7.1.5 SUV的目标消费群体  
　　7.2 SUV的产品策略  
　　　　7.2.1 SUV产品组合策略  
　　　　7.2.2 SUV产品寿命周期分析  
　　　　7.2.3 导入期的SUV产品营销策略  
　　　　7.2.4 成长期的SUV产品营销策略  
　　7.3 SUV的价格策略  
　　　　7.3.1 影响汽车价格的主要因素  
　　　　7.3.2 SUV应采用竞争导向定价法  
　　　　7.3.3 SUV的定价策略  
　　7.4 SUV的渠道策略  
　　　　7.4.1 SUV销售网络地理分布特点及原因  
　　　　7.4.2 SUV渠道管理方式  
　　　　7.4.3 SUV渠道建设应遵循的主要原则  
　　7.5 SUV的促销策略  
　　　　7.5.1 SUV消费者媒体接触习惯研究  
　　　　7.5.2 SUV的广告策略  
　　　　7.5.3 公共关系促销的特点  
　　　　7.5.4 SUV公共关系促销的表现方式  
  
第八章 2020-2025年SUV主要企业发展分析  
　　8.1 长城汽车股份有限公司  
　　　　8.1.1 公司简介  
　　　　8.1.2 长城汽车市场表现  
　　　　8.1.3 2025年长城SUV市场销量全国居首  
　　　　8.1.4 2020-2025年长城SUV销售状况  
　　　　8.1.5 长城汽车核心竞争力分析  
　　　　8.1.6 长城汽车创新研发状况  
　　　　8.1.7 长城汽车未来展望  
　　8.2 奇瑞汽车股份有限公司  
　　　　8.2.1 公司简介  
　　　　8.2.2 奇瑞新车产品品质稳步提升  
　　　　8.2.3 奇瑞SUV第一轮战略转型布局完成  
　　　　8.2.4 自主城市SUV奇瑞瑞虎发展介绍  
　　8.3 河北中兴汽车制造有限公司  
　　　　8.3.1 公司简介  
　　　　8.3.2 中兴汽车瞄准城市SUV市场  
　　　　8.3.3 中兴汽车开启皮卡SUV化新时代  
　　　　8.3.4 中兴汽车推出首款都市多功能SUV  
　　　　8.3.5 中兴汽车发展的战略布局  
　　8.4 郑州日产汽车有限公司  
　　　　8.4.1 公司简介  
　　　　8.4.2 郑州日产强势回归SUV市场  
　　　　8.4.3 郑州日产海外市场发展分析  
　　　　8.4.4 郑州日产品牌战略分析  
　　8.5 北京现代汽车有限公司  
　　　　8.5.1 公司简介  
　　　　8.5.2 北京现代发展取得的成就  
　　　　8.5.3 2025年北京现代销量分析  
　　　　8.5.4 北京现代推小型SUV  
  
第九章 [^中^智^林^]SUV的前景及趋势预测  
　　9.1 SUV市场的前景及趋势分析  
　　　　9.1.1 中国SUV市场发展前景展望  
　　　　9.1.2 未来SUV市场品牌发展趋势  
　　　　9.1.3 未来小型SUV市场前景看好  
　　　　9.1.4 2025-2031年中国SUV市场预测分析  
　　9.2 SUV的柴油化发展趋势  
　　　　9.2.1 柴油SUV是未来SUV的发展方向  
　　　　9.2.2 柴油动力车型将成为环保的先锋力量  
　　　　9.2.3 柴油化SUV在中国的前景  
  
图表目录  
　　图表 1 2020-2025年中国SUV市场分驱动方式销量情况  
　　图表 2 2020-2025年中国SUV市场两轮驱动车型的排量分布  
　　图表 3 2025年我国SUV市场销量月度走势情况  
　　图表 4 2025年SUV在狭义乘用车市场的份额变化情况  
　　图表 5 2020-2025年国产SUV细分市场份额变化情况  
　　图表 6 2025年国产SUV市场自主品牌和外资品牌份额情况  
　　图表 7 2025年我国SUV市场月度销量走势  
　　图表 8 2025年我国SUV销量月度增速走势  
　　图表 9 2025年我国SUV市场份额表现  
　　图表 10 2025年SUV市场外资与自主品牌份额表现  
　　图表 11 2025年我国SUV市场销量前十车型  
　　图表 12 2020-2025年SUV市场各级别份额走势  
　　图表 13 2020-2025年SUV各级别市场份额走势  
　　图表 14 2020-2025年SUV市场各车系份额走势  
　　图表 15 2020-2025年SUV各排量市场结构变化分析  
　　图表 16 2025年国产外资SUV分派系市场份额变化  
　　图表 17 2025年国产SUV市场分派系销量结构占比变化  
　　图表 18 2025年自主SUV中分类型销量占比结构  
　　图表 19 2025年自主与外资SUV在细分市场的份额变化  
　　图表 20 2025年中端SUV市场销量前十车型排名  
　　图表 21 2025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 2025年高端SUV市场竞争来源结构  
　　图表 24 2025年次高端SUV市场竞争来源结构  
　　图表 25 2025年中端SUV市场竞争来源结构  
　　图表 26 2025年次中端SUV市场竞争来源结构  
　　图表 27 2025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  
　　图表 31 细分市场结构构成比较  
　　图表 32 SUV主要用户媒体接触习惯研究  
　　图表 33 2025年长城汽车SUV产销状况  
　　图表 34 2025年主要汽车品牌新车质量评分情况  
　　图表 35 2025-2031年中国SUV市场销量预测  
略……

了解《[中国SUV市场调研与发展趋势预测报告（2025年）](https://www.20087.com/M_QiTa/39/SUVWeiLaiFaZhanQuShiYuCe.html)》，报告编号：1665039，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/M_QiTa/39/SUVWeiLaiFaZhanQuShiYuCe.html>

热点：SUV款式的车、SUV车型大全2023新款价格、最有性价比的SUV车排名榜、SUV车型、SUV20-30万推荐、SUV销量排行榜、十大公认最高颜值SUV、SUV胎压多少合适

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！