

SUVs - 中国 - 2018年2月

报告价格: £2954.90 | \$3990.00 | €3325.44

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“近期内，SUV的市场成功将持续下去。受到换购车主消费升级趋势的影响，中大型/全尺寸SUV增势迅猛。但是，轿跑车风格的跨界紧凑型汽车也值得关注，因为受到90后消费群的青睐，尤其是英敏特城市精英人群。品牌如果在汽车内部空间设计（包括座椅布局和功能等）上匠心独运，或可赢得消费者的芳心。”
— 过人，研究副总监

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- SUV市场未来将如何发展？
- 谁是SUV的忠诚粉丝群？
- SUV的营销良机

本篇报告是英敏特首次对SUV细分的细致探讨。这一时机的选择恰到好处，因为在过去几年内SUV市场的销售额取得了突飞猛进的增长。本报告分析了SUV市场热度背后的原因，预测了带动市场未来增长的细分，同时指出了汽车品牌营销的突破点。消费者调查章节具体分析了SUV的购买动机和阻碍、购买的车型和价格、以及对购买汽车的态度。

购买
这篇报告地址：
store.mintel.com电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533巴西
0800 095 9094美洲
+1 (312) 943 5250中国
+86 (21) 6032 7300亚洲
+61 (0) 2 8284 8100邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

SUVs - 中国 - 2018年2月

报告价格: £2954.90 | \$3990.00 | €3325.44

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需了解的

报告定义

数据1: 不同家庭月收入群体的定义（按城市线级区分），2017年12月

不包括

综述

市场

数据2: 中国SUV市场销售量预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

公司与品牌

数据3: 前十大品牌的SUV销售情况（按销售量区分），2015-2017年

数据4: 前十大畅销SUV车型（按销售量区分），2015-2017年

消费者

近半数购车者考虑购买SUV

数据5: 拥有及准备购买的车型，2017年12月

数据6: 计划购买车型（按年龄和汽车拥有情况区分），2017年12月

空间决定成败

数据7: SUV购买动机（按家庭月收入区分），2017年12月

数据8: SUV购买阻碍，2017年12月

购车预算分散

数据9: SUV购买价格（按汽车拥有情况区分），2017年12月

对德国汽车有特殊感情

数据10: SUV购买者最爱的品牌和车型，2017年12月

购车者都希望看到根据自身需求显示的广告

数据11: 对汽车的态度，2017年12月

我们的观点

议题与洞察

SUV市场未来将如何发展？

现状

启示

谁是SUV的忠诚粉丝群？

现状

启示

SUV的营销良机

现状

启示

数据12: Redspace（“红·梦想空间”）的不同的座椅布局

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

SUVs - 中国 - 2018年2月

报告价格: £2954.90 | \$3990.00 | €3325.44

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

市场——您所需要了解的

偏向大型SUV

受到较低线城市购车者的驱动

市场规模与预测

4年内年销量翻倍

数据13: 中国SUV市场销售量预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

偏向大型SUV

数据14: SUV的销售量份额（按细分区分），中国，2015-2017年

市场因素

消费升级趋势

较低线城市购车者的需求

数据15: 中国流动人口，2011-2016年

新能源和自动驾驶趋势

重点企业——您所需要了解的

依赖单一车型不是可持续的竞争策略

从内到外都要体现设计心思

市场份额

市场竞争激烈

数据16: 前十大品牌的SUV销售情况（按销售量区分），2015-2017年

畅销SUV车型

数据17: 前十大畅销SUV车型（按销售量区分），2015-2017年

竞争策略

打造高端子品牌

数据18: 吉利推出的Lynk & Co（左）和长城推出的WEY（右）

从内到外都要体现设计心思

数据19: 宝马X2概念车（左）和雷克萨斯LF-1 Limitless（右）

数据20: 宝马i8无后视镜概念车（左）和拜腾的概念车型（右）

数据21: 本田Urban EV（左）和奥迪e-tron Sportback（右）

谁在创新？

跨界SUV

数据22: 奔驰GLA、马自达CX-4和吉利帝豪GS

营销新方向：突出车内环境

数据23: WEY车内设计

数据24: 蔚来ES8的“皇后副驾驶座”

数据25: 宝马远景的不同模式

消费者——您所需要了解的

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

SUVs - 中国 - 2018年2月

报告价格: £2954.90 | \$3990.00 | €3325.44

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

中大型/全尺寸SUV的市场需求增长

空间决定成败

购车预算价格区间分散

计划购买车型

SUV取代紧凑型/中型轿车

数据26: 拥有及准备购买的车型，2017年12月

SUV车主的忠诚度高

数据27: 计划购买车型（按年龄和汽车拥有情况区分），2017年12月

数据28: 考虑购买SUV的换车者和其他换车者（参照标准）之间的差距，2017年12月

全尺寸车和微型车的市场机遇

数据29: 拥有车型（按家庭结构区分），2017年12月

SUV的主要竞争车型

数据30: SUV购车者考虑购买的其他车型，2017年12月

SUV购买动机

空间 and 安全性

数据31: SUV的购买动机（整体以及按年代区分），2017年12月

低收入家庭最看重空间

数据32: SUV购买动机（按家庭月收入区分），2017年12月

对驾驶性能有不同要求

数据33: SUV购买动机（按首次购车者和换车者区分），2017年12月

喜好品牌与车型

中国SUV购车者对畅销车型的排名

数据34: SUV购买者最爱的品牌和车型，2017年12月

品牌和车型偏好因地域而异

数据35: SUV购买者最爱的品牌（按地域区分），2017年12月

数据36: SUV购买者的前三大最喜欢的车型（按地域区分），2017年12月

品牌和车型偏好的代际差距

数据37: SUV购买者的前三大最喜欢的车型（按年代区分），2017年12月

SUV购买价格

15-20万价位区间最受关注

数据38: 购车预算（按车型区分），2017年12月

换车者更关注价格区间

数据39: SUV购买价格（按汽车拥有情况区分），2017年12月

80后和90后的购车预算相当

SUV购买阻碍

体积大带来的问题

数据40: SUV购买阻碍，2017年12月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

SUVs - 中国 - 2018年2月

报告价格: £2954.90 | \$3990.00 | €3325.44

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

用更好的驾驶体验吸引年轻购车者

数据41: SUV购买阻碍（按年代区分），2017年12月

SUV非购买者的前几大选择

数据42: SUV非购买者的前几大选择（按购买阻碍区分），2017年12月

对汽车的态度

对四轮驱动的需求因年龄和性别而异

数据43: 对汽车的态度，2017年12月

对适时和全时四轮驱动没有明显偏好

数据44: 对四轮驱动的态度（按汽车拥有情况区分），2017年12月

MPV是潜在威胁

数据45: 对MPV的态度（按性别和年龄区分），2017年12月

少谈品牌格调，多提具体信息

数据46: 对汽车广告的态度（按有意愿购买SUV的消费者和非购买者区分），2017年12月

积极宣传会有成效

认识英敏特城市精英人群

紧凑型SUV对其更有吸引力

数据47: 英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群（参照群体）在购买不同车型方面的差距，2017年12月

最看重安全性

看重25-30万元价位的汽车

数据48: SUV购买价格（按消费者分类区分），2017年12月

外观设计是英敏特城市精英人群不买SUV的第三大阻碍

英敏特城市精英人群倾向于驾驶硬派SUV

附录——市场规模与预测

数据49: SUV总销量，2012-2022年

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com