

2022-2028年中国越野车行业 发展趋势与投资分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国越野车行业发展趋势与投资分析报告》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.cction.com/report/202201/263522.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

越野车 ORV (Off-Road Vehicle) 是一种为越野而特别设计的汽车，主要是指可在崎岖地面使用的越野车辆。主要特点是非承载式车身，四轮驱动，较高的底盘、较好抓地性的轮胎、较高的排气管、较大的马力和粗大结实的保险杠。越野车不但可以在野外适应各种路面状况，而且给人一种粗犷豪迈的感觉，在城市里，也有很多人喜欢开越野车。越野车是军用汽车大家族中的成员，大都具有一定的越野行驶能力。也就是说，这些汽车能在质量很差的路面或者根本没有路的地区和战场上行驶，后来，为了满足作战的需要，又出现了一种越野能力更强的军用汽车，它就是通常所说的军用越野汽车。

2019年1-10月中国四轮驱动轻型越野车进口数量为266834辆，同比下降30.2%；2019年1-10月中国四轮驱动轻型越野车进口金额为14388050千美元，同比下降29.2%。

时间	四轮驱动轻型越野车进口数量(辆)	四轮驱动轻型越野车进口数量同比增长(%)	四轮驱动轻型越野车进口金额(千美元)	四轮驱动轻型越野车进口金额同比增长(%)
2019年1月	31499	-20.4	1626132	-27.0
2019年1-2月	51745	-21.4	2670653	-27.4
2019年1-3月	77273	-25.3	3881919	-31.6
2019年1-4月	102362	-28.8	5229593	-33.7
2019年1-5月	131468	-28.1	6863478	-31.4
2019年1-6月	162278	-21.4	8480086	-23.9
2019年1-7月	188256	-31.5	9944321	-32.6
2019年1-8月	217471	-31.5	11703339	-31.6
2019年1-9月	244411	-30.8	13241984	-29.9
2019年1-10月	266834	-30.2	14388050	-29.2

数据来源：中国海关，中企顾问网整理 中企顾问网发布的《2022-2028年中国越野车行业发展趋势与投资分析报告》共十三章。首先介绍了越野车行业市场发展环境、越野车整体运行态势等，接着分析了越野车行业市场运行的现状，然后介绍了越野车市场竞争格局。随后，报告对越野车做了重点企业经营状况分析，最后分析了越野车行业发展趋势与投资预测。您若想对越野车产业有个系统的了解或者想投资越野车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：第一部分 产业环境透视第一章 越野车行业相关概述第一节 越野车行业定义及分类一、行业定义二、行业主要分类三、行业特性及在国民经济中的地位第二节 越野车行业统计标准一、统计部门和统计口径二、行业主要统计方法介绍三、行业涵盖数据种类介绍第三节 中国越野车行业政策环境分析一、行业相关政策动向二、行业产品质量标准三、行业生产安全标准四、行业贸易环境分析第二章 越野车市场宏观环境分析第一节 国内宏观经济环境一、GDP历史变动轨迹二、固定资产投资历史变动轨迹三、进出口贸易历史变动轨迹四、2022-2028年我国宏观经济发展预测

第二节 中国越野车产业发展环境分析一、我国宏观经济环境分析二、中国越野车行业政策环境分析三、中国越野车产业社会环境发展分析1、人口环境分析2、教育环境分析3、文化环境分析4、生态环境分析5、消费观念分析 第二部分 行业深度分析第三章 2015-2019年全球越野车行业市场发展状况分析第一节 2015-2019年世界越野车行业发展状况一、世界越野车行业生产情况二、世界越野车消费及趋势分析三、世界越野车行业发展趋势分析第二节 美国越野车行业现状分析一、美国越野车行业生产情况二、美国越野车消费及趋势分析三、美国越野车行业发展趋势分析第三节 日本越野车行业现状分析一、日本越野车行业生产情况二、日本越野车消费及趋势分析三、日本越野车行业发展趋势分析第四节 欧洲越野车行业市场状况一、欧洲越野车行业生产情况二、欧洲越野车消费及趋势分析三、欧洲越野车行业发展趋势分析第五节 其他国家现状分析 第四章 中国越野车所属行业整体运行现状分析第一节 越野车行业产业链概况一、越野车行业上游发展现状二、越野车行业上游发展趋势三、越野车行业下游发展现状四、越野车行业下游发展趋势第二节 越野车行业市场供需情况分析一、市场供给情况分析二、行业供给趋势分析三、国内市场需求情况分析四、市场需求发展情况分析第三节 2015-2019年国内越野车行业发展现状一、越野车行业价格现状二、越野车行业产销状况分析三、越野车行业市场盈利能力分析 第五章 2015-2019年中国越野车所属行业进出口市场分析第一节 越野车进出口市场分析一、进出口产品构成特点二、2015-2019年进出口市场发展分析第二节 越野车行业进出口数据统计一、2015-2019年越野车进口量统计2015-2019年1-10月中国四轮驱动轻型越野车进口数量及增速趋势图数据来源：中国海关，中企顾问网整理2015-2019年1-10月中国四轮驱动轻型越野车进口金额及增速趋势图数据来源：中国海关，中企顾问网整理二、2015-2019年越野车出口量统计第三节 越野车进出口区域格局分析一、进口地区格局二、出口地区格局第四节 2022-2028年越野车进出口预测一、2022-2028年越野车进口预测二、2022-2028年越野车出口预测 第六章 越野车所属行业区域市场分析第一节 华东地区分析一、区域发展环境分析二、区域市场规模分析三、区域发展前景分析第二节 华南地区现状分析一、区域发展环境分析二、区域市场规模分析三、区域发展前景分析第三节 华中地区现状分析一、区域发展环境分析二、区域市场规模分析三、区域发展前景分析第四节 华北地区现状分析一、区域发展环境分析二、区域市场规模分析三、区域发展前景分析第五节 西部地区现状分析一、区域发展环境分析二、区域市场规模分析三、区域发展前景分析 第三部分 竞争格局分析第七章 中国越野车市场格局分析第一节 中国越野车行业竞争现状分析第二节 波特五力模型分析一、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、客户议价能力第三节 中国越野车行业集中度分析一、中国市场集中度分析二、中国企业集中度分析三、中国区域集中度分析第四节 越野车企业竞争策略分析一、越野车行业竞争格局的影响因素分析二、2022-2028年我国越野车市场竞争趋势三、2022-2028年越野车行业竞

争策略分析四、2022-2028年越野车企业竞争策略分析 第八章 中国越野车行业重点企业竞争
力分析第一节 广州汽车集团股份有限公司一、企业发展概述二、企业经营状况三、企业竞争
优势四、企业发展战略第二节 捷豹路虎(中国)投资有限公司一、企业发展概述二、企业经营
状况三、企业竞争优势四、企业发展战略第三节 保时捷(中国)汽车销售有限公司一、企业发
展概述二、企业经营状况三、企业竞争优势四、企业发展战略第四节 梅赛德斯-奔驰(中国)汽
车销售有限公司一、企业发展概述二、企业经营状况三、企业竞争优势四、企业发展战略第
五节 丰田汽车(中国)投资有限公司一、企业发展概述二、企业经营状况三、企业竞争优势四
、企业发展战略第六节 宝马(中国)汽车贸易有限公司一、企业发展概述二、企业经营状况三
、企业竞争优势四、企业发展战略第七节 大众汽车(中国)投资有限公司一、企业发展概述二
、企业经营状况三、企业竞争优势四、企业发展战略第八节 中国第一汽车集团公司一、企业
发展概述二、企业经营状况三、企业竞争优势四、企业发展战略第九节 上汽通用汽车有限公
司一、企业发展概述二、企业经营状况三、企业竞争优势四、企业发展战略 第四部分 行业发
展前景分析第九章 未来越野车行业发展预测分析第一节 2022-2028年中国越野车行业供需预
测一、中国越野车供给预测二、中国越野车产量预测三、中国越野车需求预测四、中国越野
车供需平衡预测第二节 2022-2028年越野车行业发展前景一、行业市场消费取向分析二、行业
未来发展方向分析三、行业发展趋势分析 第十章 中国越野车市场消费者偏好调查第一节 越
野车市场产品的品牌市场调查一、消费者对市场品牌认知度宏观调查二、消费者对市场产品
的品牌偏好调查三、消费者对市场品牌的首要认知渠道四、消费者经常购买的品牌调查五、
越野车市场品牌忠诚度调查六、越野车市场品牌市场占有率调查七、消费者的消费理念调研
第二节 不同客户购买相关的态度及影响分析一、价格敏感程度二、品牌的影响三、购买方便
的影响四、广告的影响程度五、包装的影响程度 第五部分 投资战略分析第十一章 2022-2028
年中国越野车行业投资风险分析第一节 2022-2028年越野车市场投资风险展望一、宏观调控风
险二、市场竞争风险三、供需波动风险四、技术风险五、经营管理风险六、其他风险第二节
2022-2028年越野车市场投资机会一、产品投资机会二、出口投资机会三、企业多元化投资机
会 第十二章 2022-2028年中国越野车行业发展策略及投资建议第一节 2022-2028年中国越野
车行业市场的重点客户战略实施一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、对
重点客户的营销策略四、强化重点客户的管理五、实施重点客户战略要重点解决的问题第二
节 越野车行业投资风险分析一、市场风险二、成本风险三、贸易风险第三节 越野车行业投资
建议一、把握国家投资的契机二、竞争性战略联盟的实施 第十三章 越野车行业发展建议分析
()第一节 越野车行业研究结论及建议第二节 越野车细分行业研究结论及建议第三节 越野
车行业竞争策略总结及建议 图表目录：图表：越野车产业链分析图表：全球越野车市场规模
图表：全球越野车生命周期图表：2019年我国越野车行业主要经济指标图表：2015-2019年中

国越野车行业需求总量图表：2015-2019年中国越野车行业需求总量预测图表：2015-2019年中国越野车行业需求集中度图表：2015-2019年中国越野车行业需求增长速度图表：2015-2019年中国越野车行业市场饱和度图表：2015-2019年中国越野车行业供给总量图表：2015-2019年中国越野车行业供给增长速度图表：2015-2019年中国越野车行业供给量预测图表：2015-2019年中国越野车行业供给集中度图表：2015-2019年中国越野车行业销售量图表：2019年越野车销售收入图表：2019年越野车销售收入增长趋势图图表：2019年越野车不同规模企业销售额图表：2019年越野车不同所有制企业销售额图表：2019年越野车利润总额图表：2019年越野车利润总额增长趋势图图表：2019年越野车不同规模企业利润总额图表：2019年越野车不同所有制企业利润总额图表：2015-2019年越野车资产总额图表：2015-2019年越野车总资产增长趋势图图表：2022-2028年中国越野车发展能力分析图表：2022-2028年中国越野车竞争力分析图表：2022-2028年越野车行业发展规模分析更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/263522.html>