

2024年

中国运动型多功能用途车行业概览：电动 化智能化驱动SUV市场均价上移

2024 China Sport Utility Vehicle Industry

概览标签：SUV，新能源汽车，自主品牌

报告主要作者：黄鸿羽

2024/01

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

01

中国运动型多功能用途车的均价变动整体呈上升趋势

- 运动型多功能用途车市场的成交均价整体呈上升趋势，其中C级车型的价格变动幅度最大；2021-2023年间，20万元以下车型占比不断下降，20-30万车型成为占比转移重点。

02

中国运动型多功能用途车的车型格局不断发生新的变动

- 从细分类型来看，新能源（主要是电动和插混）类型正在不断挤占汽油车原本的市场份额，在2023年1-11月的结构占比之和达到31.8%；而作为主流档位模式的自动挡产品渗透率持续增长，已达到89.2%的占比，且由于能够更好地匹配电动化和智能化产品，未来渗透率有望继续提高

03

中国运动型多功能用途车市场将在未来六年内实现持续增长

- 预计在2023-2028年间，运动型多功能用途车行业的规模将保持9.7%的速度实现持续增长，到2028年该行业市场规模将达到39,190.2亿元，达到接近四万亿的庞大规模。

运动型多功能用途车竞争格局情况如何？

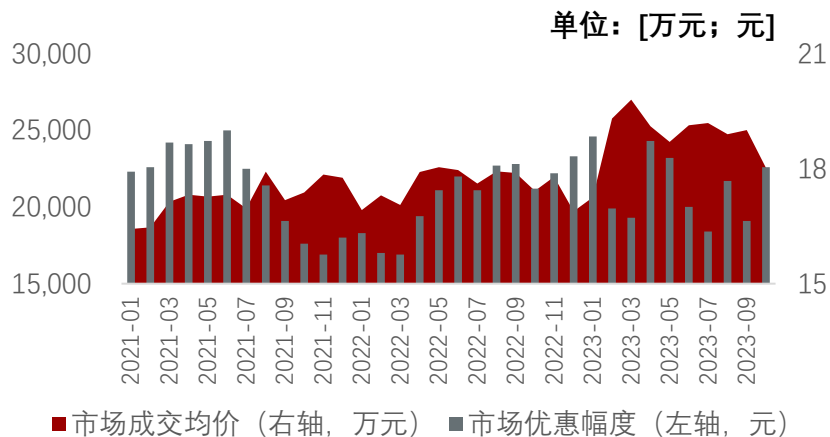
从2018年及2022年的市场格局可以看出，运动型多功能用途车市场的整体价格区间有所上移，且随着汽车能源结构变革趋势，新能源车型逐渐占据了同价位传统能源车型的市场份额。而车型结构不断朝着中大型化发展，品牌国别仍以自主品牌为主，但随着消费需求升级，部分德系豪华品牌SUV的销量排名有明显提升。

运动型多功能用途车行业——发展趋势：中国市场均价持续升高

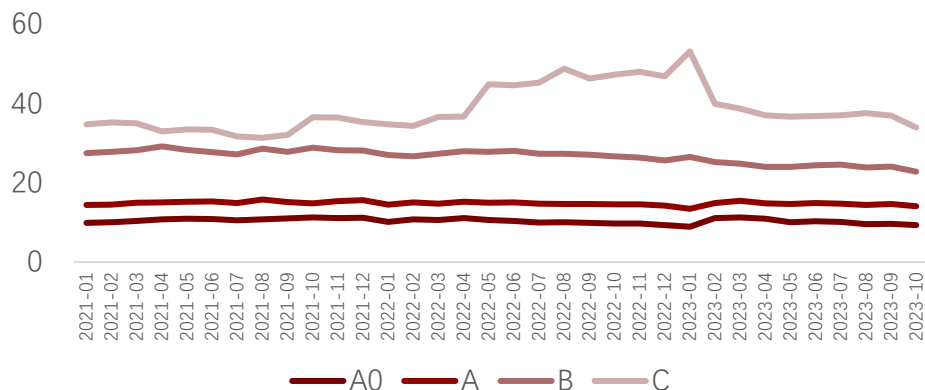
运动型多功能用途车市场的成交均价整体呈上升趋势，其中C级车型的价格变动幅度最大；2021-2023年间，20万元以下车型占比不断下降，20-30万车型成为占比转移重点

运动型多功能用途车中国市场成交价格情况

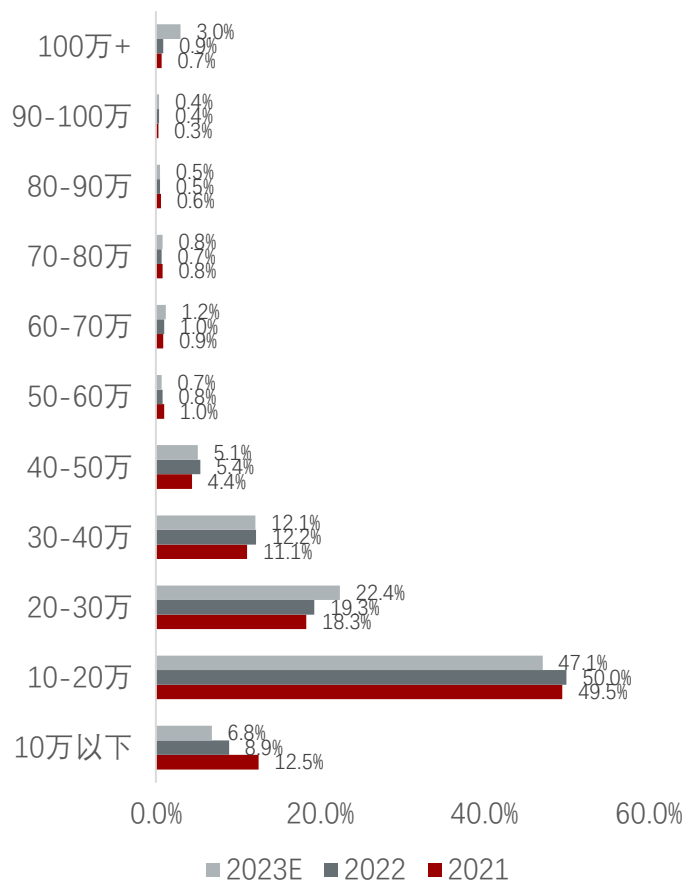
中国运动型多功能用途车市场成交情况，2021年1月-2023年10月



中国运动型多功能用途车市场成交均价情况 (分车型)，2021年-2023年1-10月



中国运动型多功能用途车各价格带销量及市场份额，2021-2023年



□ 中国运动型多功能用途车的均价变动整体呈上升趋势

从中国SUV市场月成交价格情况来看，2021-2023年9月，SUV成交价最低为2021年1月的16.43万元，而最高点为2023年3月的19.8万元，整体价格水平呈上升趋势。中国SUV市场保持消费升级步伐实现整体均价上涨，虽然消费主力仍为10-20万元车型，但其占比不断向20-30万元车型以及更高价位车型转移。从各价格带销量情况来看，2021-2023年，20万元以下车型占比持续呈下降趋势，而20-30万车型作为增长主力，占比从18.3%增长至22.4%。

□ 分车型的成交均价变动情况来看，C级SUV的均价变动幅度最大

随着消费者对汽车品质和舒适度的要求提高，C级SUV的市场需求逐渐增加。由于其相对较大的尺寸和豪华的配置，C级SUV能够更好地满足消费者对于高品质出行的需求，价格也高于其他更小尺寸的车型。而更高的附加值也为C级SUV提供了更大的价格变动空间，在2021-2023年10月的成交均价情况中，C级SUV的成交均价极差超过10万元，明显高于其他车型。

运动型多功能用途车行业——驱动因素

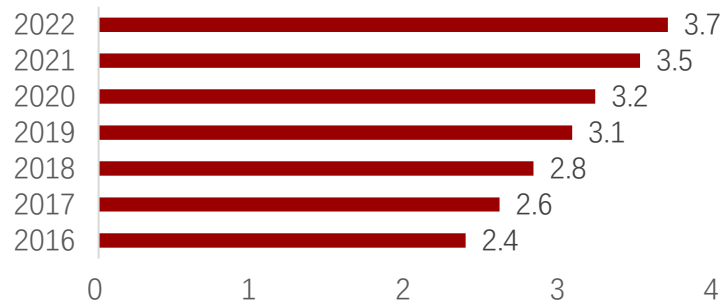
运动型多功能用途车行业均价持续增长的主要动力来源于消费升级所带来的中高端产品占比增长以及新能源及自动驾驶渗透所带来的产品附加值增加

运动型多功能用途车中国市场均价上升的驱动因素

消费升级

中国居民人均可支配收入，2016年-2022年

单位：[万元/人]



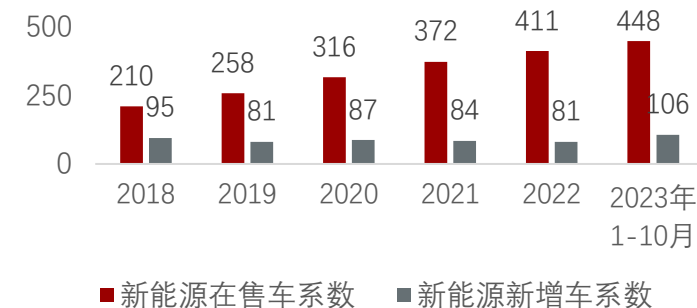
在经济扩张、城乡收入差距缩小以及收入来源多样化的趋势下，从2016年到2022年，中国的人均国民可支配收入呈现持续性显著增长，从2016年的2.4万元增长至3.7万元，整体来看，中国的经济环境充满活力，城乡收入增长差异显著。

一项针对2005至2017年中国市场数据的研究显示，居民可支配收入每增加1%，新车销量就会增加约2.5%。同时，历史数据变动趋势也表明了中国汽车保有量增速与城镇人均可支配收入增速相关。随着人均可支配收入的增加，消费者购买力的提升，消费者对于高端品牌的认知度、汽车质量和性能的要求都有所提升，对中高端汽车需求实现增长，而中高端产品的占比增长可以拉动运动型多功能用途车市场整体均价的提升。

新能源渗透

中国新能源在售及新增车系数量，2018年-2023年1-10月

单位：[个]

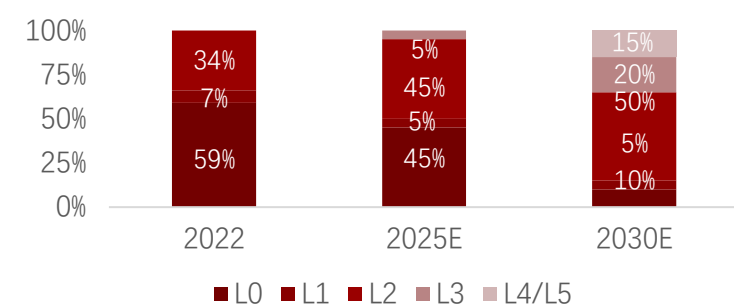


从汽车销量的结构占比情况来看，新能源汽车的占比已经从2020年的4.8%增长到2023年的34%；而从市面上的新能源车系数量情况来看，其数据也以每年超80个的超高速度实现扩张。这一增长是由政策激励和消费者需求增长共同推动的：中国持续为电动汽车购买者提供补贴和税收优惠，使低排放汽车更具成本竞争力。此外，政府要求制造商每年生产一定比例的电动汽车的双积分政策，以及对充电基础设施、停车和车牌优惠和供应链激励措施的投资，进一步刺激了电动汽车的渗透率提升。而同时，新能源汽车的均价也普遍高于燃油汽车，根据2023年1-7月的数据，燃油SUV产品的市场均价为21.01万元，而新能源SUV的市场均价达到23.02万元，而均价更高的新能源产品的渗透率提高，也能够有效推动运动型多功能用途车市场整体均价的提升。

自动驾驶附加

中国不同自动驾驶等级乘用车渗透率，2022-2030年

单位：[百分比]



自2020年以来，中国在自动驾驶领域取得了重大进展。自动驾驶出租车在北京和上海等地的试运营赢得了消费者的强烈热情。同时，随着自动驾驶技术不断成熟和性能提升，越来越多的汽车产品开始实现自动驾驶系统的搭载：从自动驾驶渗透率情况预测来看，2022年中国L2级自动驾驶功能渗透率超过30%，预计到2025年达到45%，到2025年后L3车辆将开始实现规模化量产。同时，2022年中国前装标配搭载L2车型的交付均价达到25.15万元。一方面，是由于自动驾驶技术的研发及应用需要大量的资金投入，这部分成本可能会转嫁到车辆售价上，导致汽车均价提升。同时，由于自动驾驶技术的搭载需要相应的硬件和软件支持，如雷达、摄像头、传感器、计算单元等。这些硬件和软件的成本相对较高，搭载自动驾驶技术的汽车生产成本也会相应增加，从而导致汽车均价的提升。

来源：中国汽车工业协会，头豹研究院



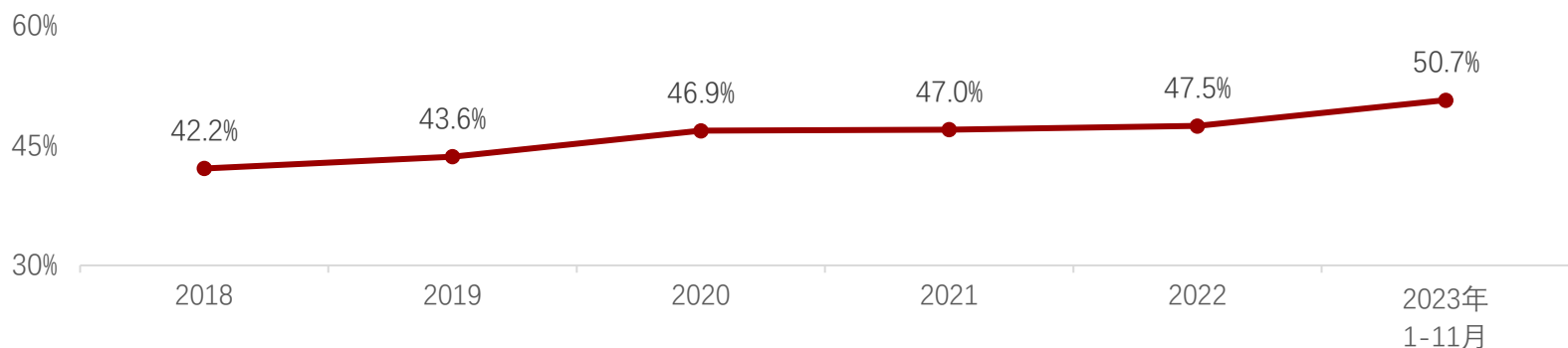
运动型多功能用途车行业——产业链中游：中国市场产销情况

从车型独立产销情况来看，2018-2020年，中国运动型多功能用途车产销量呈持续下降趋势，在2021年后受汽车市场回暖影响有所回升，但从市场份额情况来看，该车型近五年占乘用车比例持续上升

运动型多功能用途车中国市场产销情况

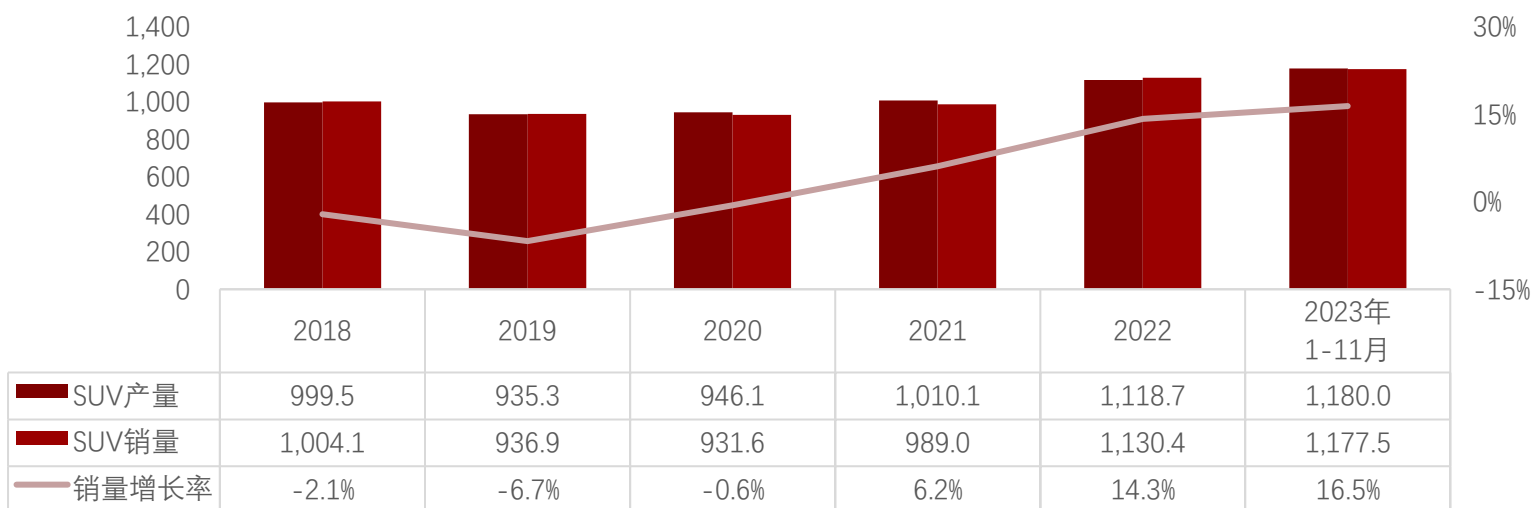
中国运动型多功能用途车销量占乘用车总销量占比情况，2018年-2023年1-11月

单位：[百分比]



中国运动型多功能用途车产销量情况，2018年-2023年1-11月

单位：[万辆]



运动型多功能用途车销量占乘用车总量比例不断上升

2018年，SUV车型占乘用车销量总量的占比为42.2%，而在接下来的五年内，其占比持续稳步提升，2020年1-7月，中国轿车累计销售444.48万辆，而SUV累计销售444.88万辆，SUV凭借400辆的优势反超了轿车。而这也是中国汽车销售历史格局上，SUV销量的占比首次超过轿车，成为了一个具有标志性的节点。

在2023年前十一个月的销量统计中，SUV的销量占比已经达到50.7%，在乘用车市场占比过半。随着消费者对汽车空间、动力以及通过性的需求不断提高，SUV车型因其大空间、强动力和良好的越野性能，逐渐成为了许多消费者的首选。

2018-2020年，中国运动型多功能用途车产销量呈持续下降趋势，在2021年后有所回升

2018-2020年，中国SUV市场的产销量确实呈现出了走低趋势。在2018年，受汽车市场消费需求下降的影响，SUV市场的产销量均出现了负增长。特别是在2019年，SUV市场的运行情况进一步恶化，产销量下降幅度均有扩大。但受到汽车市场回暖及新能源车型的需求拉动影响，自2021年起SUV市场恢复增长，且增长率情况一年比一年高。

运动型多功能用途车行业——市场规模

运动型多功能用途车市场将在未来六年内实现持续增长，到2028年预计将达到39,190.2亿元，其增长主要由SUV的销量增长以及SUV成交均价的上升共同驱动实现

中国运动型多功能用途车行业市场规模，2018-2028年

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国运动型多功能用途车行业概览（独占版）》

在过去五年内，运动型多功能用途车行业市场规模呈波折上升趋势，整体来看，2018-2022年的年复合增长率达到5.8%，但在2018-2020年间，市场规模在14,729亿元的中轴上下浮动，受到汽车消费扶持政策力度减弱，新能源汽车补贴退坡及环保标准变革等因素影响，汽车市场整体下行，SUV产销量也受到影响发生负向变动，直接导致了其行业市场规模的波动。在2021年后随着宏观经济的持续修复，汽车市场回暖，也带动了运动型多功能用途车市场重新焕发增长活力。

而对于2023-2028年的运动型多功能用途车市场的市场预测，我们仍抱持乐观增长态度，主要原因可以从两个驱动因素入手分析：**其一是对SUV销量增长的预期**：从汽车市场整体销量情况来看，中汽协发布的最新预测数据显示，到2024年，中国市场的汽车总销量将达到3100万辆，其中乘用车销量约2680万辆，同比增长预计为3.1%，而到2030年，中国汽车总销量有望达到3500万辆。而SUV作为乘用车的重要组成部分，截至11月的统计在2023年乘用车总销量的占比达到50.7%，且该占比在近六年内持续保持增长。因此，汽车市场的乐观前景及SUV的高增长份额能够作为对其销量增长的有效佐证；**其二是对SUV成交均价上升的预期**：驱动SUV成交均价的动力主要来源于新能源汽车的渗透、汽车自动驾驶功能的丰富以及消费者对汽车品质需求的提升，而根据本报告对行业驱动因素的分析，在汽车动力结构变革及自动驾驶推进的大趋势下，产品均价的上涨是必然趋势。

预计在2023-2028年间，运动型多功能用途车行业的规模将保持9.7%的速度实现持续增长，到2028年该行业市场规模将达到39,190.2亿元，达到接近四万亿的庞大规模。

运动型多功能用途车行业——竞争格局：热销车型变动

从2018年及2022年的市场格局可以看出，运动型多功能用途车市场的整体价格区间有所上移，且随着汽车能源结构变革趋势，新能源车型逐渐占据了同价位传统能源车型的市场份额

运动型多功能用途车中国市场热销车型格局变动情况

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国运动型多功能用途车行业概览（独占版）》

□ 汽车消费需求升级，SUV中高档车型开始进入市场主流产品之列，能源结构不断调整

根据对比2018年和2022年SUV销售量排行榜可以看出中国整体汽车市场消费水平有一定提升：Top10车型中，起售价10万元以下的车型从5款降至3款，而其中起售价最高的车型也从20.99万元的昂科威变成了25.99万的Model Y，价格区间整体呈上移趋势。其中比亚迪宋以47.9万辆的绝对优势占得2022年SUV销量榜首，其主要优势在于以低价切入市场的同时，能够满足中国消费者对于车内空间、能源消耗、续航、电池安全等方面的要求。而Model Y作为Top10车型中唯一一款起售价突破20万的车型，凭借特斯拉的品牌效应，以及在简约外形、良好的操控性及续航性能、配合特斯拉广泛布局的充电网络，在20-30万SUV车型中披荆斩棘成为众多用户的第一选择。而在汽车能源结构变革的当下，纯电动车型不断崛起，原本支撑起中端车市场的昂科威排名也跌到20名开外，销量跌至10.4万辆，较18年下滑38.1%。综合来看，SUV市场整体朝着更高的价格水平、可持续的能源结构不断调整。

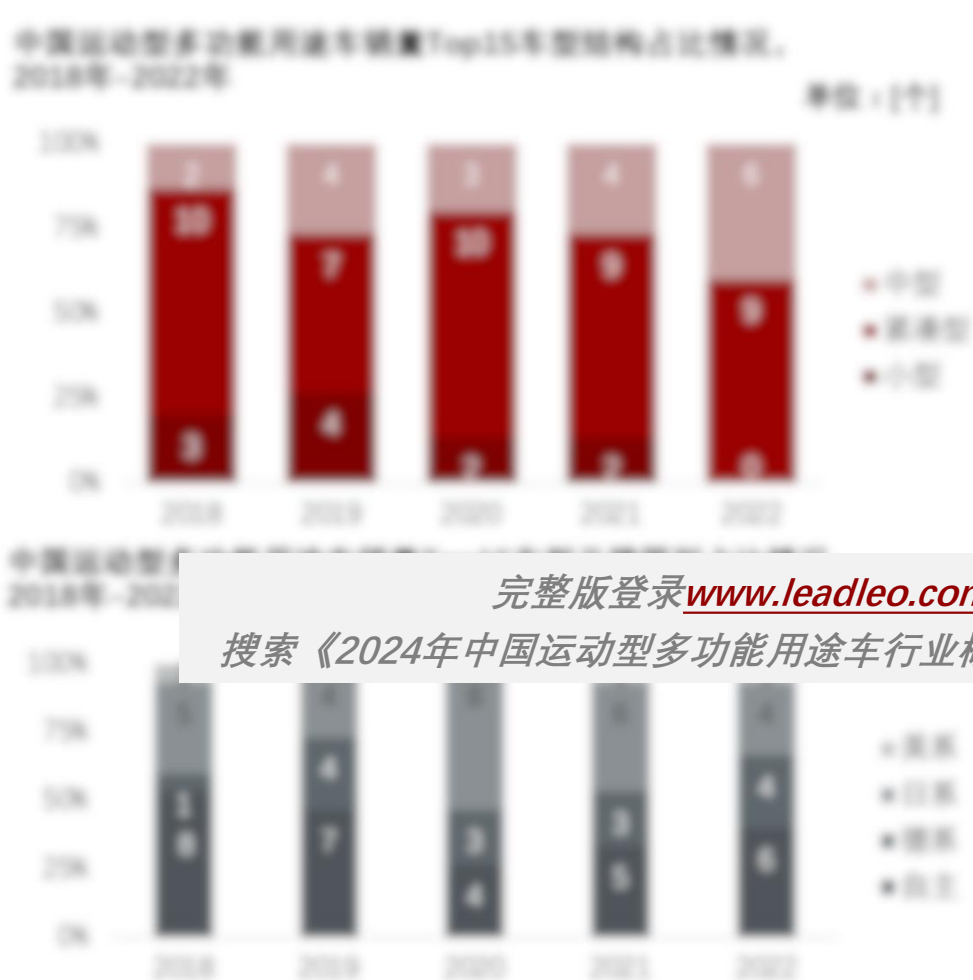
来源：乘联会，车主之家，头豹研究院



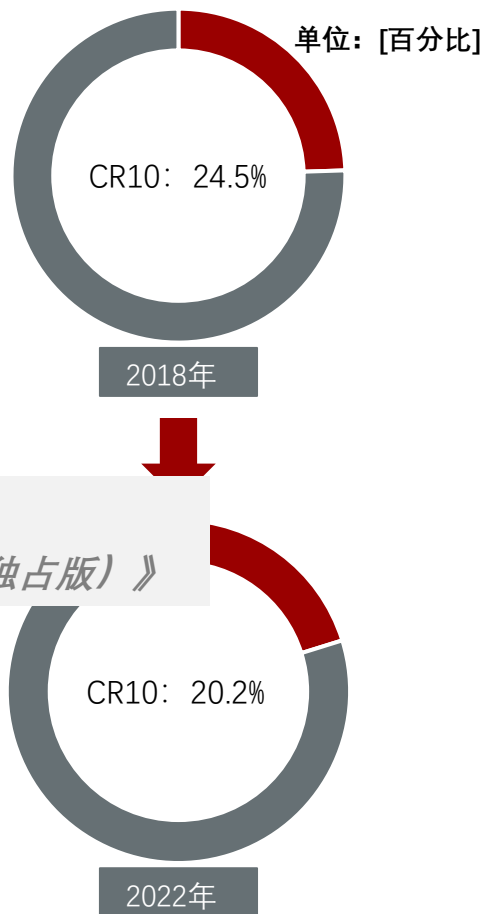
运动型多功能用途车行业——竞争格局：品牌结构变动

从中国SUV Top15的销量榜单变动情况来看，车型结构不断朝着中大型化发展，品牌国别仍以自主品牌为主，但随着消费需求升级，部分德系豪华品牌SUV的销量排名有明显提升

运动型多功能用途车中国热销产品车型及品牌结构占比情况



中国运动型多功能用途车Top10车型销量占乘用车总销量比例，2018年&2022年



完整版登录www.leadleo.com
搜索《2024年中国运动型多功能用途车行业概览（独占版）》

□ SUV的热销车型分布向着更大尺寸的车型倾斜

通过分析2018-2022年的SUV热销车型排行榜可以看到，五年内上榜小型SUV的数量整体呈下降趋势，到2022年SUV销量Top15榜单里已经没有了小型SUV的身影。与此同时，中型SUV的上榜数量从2018年的2个上升到2022年的6个。整个市场对SUV的需求向着更大尺寸的产品发展。更大尺寸的SUV通常提供更宽敞的内部空间和舒适度，同时具备更强大的承载能力和动力性能，能够更好地满足消费者对于空间、外观、安全性、通过性等方面的偏好和需求。

□ 在热销榜车型的品牌分析中，自主品牌车型数量有所缩减

在销量榜Top15SUV产品的品牌结构分析中，自主品牌仍占据主流，但占比略有下降；德系品牌不断追赶日系品牌的步伐，在2022年追平日系车数据。随着消费者对汽车品质和品牌的认知提升，以宝马、奔驰、奥迪为代表的豪华品牌SUV销量排名不断上升。而自主品牌虽然在性价比上具有优势，但部分产品在品牌形象和口碑上与进口和合资品牌存在一定差距，需要加强自身的产品力、品牌建设，以提升消费者的满意度。

□ SUV市场的集中度呈降低趋势，竞争趋于激烈

市场集中度是衡量市场竞争激烈程度和头部企业相对规模的一项重要指标。2018年，中国SUV行业的Top10车型占乘用车行业总销量的比例为24.5%，到了2022年，该比例下降至20.2%。当前在SUV市场内，入局品牌不断增加，新能源产品异军突起，行业整体车型数量不断上升，未来竞争将会持续加剧。

未完待续
下篇正在进行中

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院工业行业研究团队邮箱：
Sharlin.Chen@leadleo.com

完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索 *《2024年中国运动型多功能用途车行业概览》*

了解其他汽车行业课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 2023年中国汽车热管理行业概览：帮助新能源汽车实现产品力提升
- 2023年中国充电桩行业概览：汽车充电需求提速，高压快充桩布局加快
- 2023年中国汽车线缆行业概览：汽车电动化智能化趋势赋能线缆赛道
- 2023年中国汽车冗余系统行业概览：智能汽车的安全防线
- 2023年中国汽车空气悬架行业短报告：为汽车舒适性和操纵性保驾护航
- 2023年中国汽车行泊一体短报告：集成化方案助力高阶自动驾驶下沉



业务合作



会员账号

阅读全部原创报告和百万数据

定制报告/词条

募投可研、尽调、IRPR研究咨询

白皮书

定制行业/公司的第一本白皮书

招股书引用

内容授权商用、上市

市场地位确认

赋能企业产品宣传

云实习课程

丰富简历履历

头豹研究院

咨询/合作

18129990784 陈女士

13080197867 李先生

www.leadleo.com

深圳市华润置地大厦E座4105室



头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告库、募投、市场地位确认、二级市场数据引用、白皮书及词条报告等产品**，以及其他以企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



备注：数据截止2024.3

方法论

- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究、砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。头豹通过深研19大行业，持续跟踪532个垂直行业，已沉淀100万+行业数据元素，完成1万+个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立、发展、扩张，到企业上市及上市后的成熟期，研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式、企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去、现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会跟随行业发展、技术革新、格局变化、政策颁布、市场调研深入，不断更新与优化。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

