

# 2017-2022年中国豪华车市 市场竞争趋势预测及前景发展战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国豪华车市场竞争趋势预测及前景发展战略研究报告》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.abaogao.com/b/jiaotong/M932712X5W.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

豪华车是英文LuxuryCars或Limousine的直译，通常指D级车。D级车轴距一般在3000mm以上；发动机排量大于3.0升。比较常见的D级豪华车有：奔驰S级、宝马7系、奥迪A8、雷克萨斯LS、捷豹XJ等等。而超级豪华车系列，价格应该在12万英镑以上，也就是在20万 - 30万美元以上，换算成人民币，都是200万以上的车，例如奔驰S65AMG、宝马760、奥迪A8LW12、迈巴赫齐柏林、劳斯莱斯幻影、但现在豪华车的具体概念已越来越模糊，很多人认为只要是豪华品牌生产的车型就是豪华车。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国豪华车市场竞争趋势预测及前景发展战略研究报告》共八章。首先介绍了豪华车相关概念及发展环境，接着分析了中国豪华车规模及消费需求，然后对中国豪华车市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国豪华车面临的机遇及发展前景。您若想对中国豪华车有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章2012-2016年中国豪华车市场运行环境解析10

第一节 2012-2016年中国宏观经济环境分析10

一、经济增长的内外需动力更趋协调10

二、工农业生产形势较好14

三、价格总水平涨幅高位回落18

四、财政收支保持较快增长20

五、国际收支经常项目顺差收窄20

第二节2012-2016年中国豪华车消费者需求情况分析21

一、中国豪华车消费阶层收入状况分析21

二、中国豪华车消费者心理及影响因素分析21

三、一线城市、中小城市消费需求分析22

第三节2012-2016年中国豪华车社会环境分析22

一、石油供求状况及对豪华车市场的影响22

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 二、环保压力对豪华车市场的影响            | 23 |
| 三、中国城市交通系统建设对豪华车市场的影响      | 26 |
| 第四节2012-2016年中国豪华车政策环境分析   | 27 |
| 一、中国近年出台的相关政策法规及影响         | 27 |
| 二、中国未来汽车产业政策预测             | 28 |
| 三、燃油标准推出将对豪华车市场带来的影响       | 31 |
| 第五节2012-2016年中国豪华车产业背景环境分析 | 32 |
| 一、产业链价值结构                  | 32 |
| 二、豪华车行业产业链地位               | 32 |
| 三、前向一体化现状                  | 32 |
| 四、后向一体化现状                  | 32 |
| 五、产业价值链对豪华车行业影响分析          | 33 |
| 六、技术创新对豪华车行业影响分析           | 33 |
| <br>                       |    |
| 第二章2012-2016年中国市场豪华车市场动态分析 | 34 |
| 第一节2012-2016年中国豪华车销售市场     | 34 |
| 一、中国豪华车销售情况                | 34 |
| 二、中国市场豪华车“销售天堂”            | 37 |
| 三、中国车市成跨国品牌避风港豪华车在华全面丰收    | 37 |
| 四、进口豪华车销售超预期               | 38 |
| 第二节2012-2016年中国市场豪华车产品分析   | 39 |
| 一、15款进口敞篷版跑车点评             | 39 |
| 二、10款进口中高级轿跑车分析            | 43 |
| 三、4款豪华suv行情一览              | 46 |
| 四、豪华车行情看淡，奔驰s级全系优惠销售       | 50 |
| 五、六款豪华车车价：宝马领衔最高降8万        | 50 |
| 六、聚焦中国豪华改装车市场              | 52 |
| 第三节消费调整对高端豪华车销售影响分析        | 53 |
| 一、政策引导效应凸现                 | 53 |
| 二、受金融危机冲击明显                | 54 |
| 第四节对豪华车深陷销售增长泥潭市场创新思考      | 54 |
| 一、萎靡的豪华车市场                 | 54 |

- 二、中国豪华车市场的微变55
- 三、全球豪车市场坍塌中国市场成最后“孤岛”56
- 第五节2012-2016年中国各地区豪华车市场分析57
  - 一、东莞中高级车销售热点转移suv豪华车逆市热销57
  - 二、深圳入门级豪华车销售渐劲58
  - 三、上海车展预订和销售超千辆超豪华车销售超1亿60
  - 四、豪华车消费不断升级重庆二手车市成气候61

### 第三章2012-2016年中国豪华车市场全方位透析63

#### 第一节2012-2016年中国豪华车市场聚焦63

- 一、中国豪华车亮点解析之——高增长63
- 二、国内豪车市场表现火爆63
- 三、个性豪华车需求分析64
- 四、中低端竞争格局更复杂64

#### 第二节2012-2016年豪华车新品销售业绩同比64

- 一、车型64
- 二、品牌69

#### 第三节2012-2016年中国豪华车市场价格剖析72

- 一、豪华车经销商或被迫“价格放水”72
- 二、2012-2016年中国豪华车价格走势74

### 第四章2012-2016年中国豪华车市场竞争新格局透析75

#### 第一节中国豪华车行业竞争核心要素调研分析75

#### 第二节2012-2016年中国豪华车竞争总况75

- 一、豪华车中国逆市扩张味渐浓竞争愈发激烈75
- 二、高端豪华车陷入低迷车型降两成76

#### 第三节2012-2016年中国豪华车市场主要品牌竞争分析77

- 一、豪华车三巨头逐级火拼77
- 二、豪华车逆市增长劳斯莱斯幻影再次发力78

#### 第四节2017-2022年中国豪华车市场品牌竞争趋势分析78

### 第五章2012-2016年中国豪华车品牌消费群体及满意度分析81

## 第一节品牌消费者偏好分析81

- 一、消费者地域特征分析81
- 二、消费者对不同档次品牌的偏好分析81
- 三、不同阶段消费者的关注点分析81

## 第二节不同客户品牌消费态度分析82

- 一、金融危机对品牌消费态度的影响82
- 二、不同收入客户品牌消费态度82
- 三、不同年龄客户品牌消费态度83
- 四、不同地区客户品牌消费态度83
- 五、不同性别客户品牌消费态度84

## 第三节不同客户品牌意识分析84

## 第四节不同客户品牌关注点分析84

## 第五节品牌消费对豪华车产品的建议85

- 一、品牌内涵建设建议85
- 二、品牌外延建设建议85

## 第六章2017-2022年中国豪华车市场前景预测与战略分析86

### 第一节2017-2022年中国豪华车前景预测分析86

- 一、中国高档车市场前景广阔86
- 二、四款重量级豪华新车前景解读86

### 第二节2017-2022年中国豪华车趋势探析88

- 一、“v6+后驱”已成豪华车发展新趋势88
- 二、中国豪华车市场十大发展趋势90
- 三、高端豪华车发展趋势解读93
- 四、现代高档豪华客车的发展趋势93

### 第三节2017-2022年中国豪华车市场预测分析101

- 一、豪华车市场供需分析101
- 二、豪华车进出口贸易分析105

### 第四节2017-2022年中国豪华车市场营销战略分析105

- 一、豪华车品牌和热销的车型实施加价销售策略105
- 二、豪华汽车的中国营销策略105
- 三、大众品牌豪华汽车战略107

#### 四、三大豪华车中国市场战略109

#### 第七章2012-2016年豪华车品牌竞争力及趋势分析112

##### 第一节宝马112

###### 一、品牌概述及市场销售形势112

###### 二、近三年企业经营业绩113

###### 三、品牌市场业绩114

###### 四、品牌销售渠道116

###### 五、品牌核心竞争力117

###### 六、不同车型卖点分析118

##### 第二节奔驰126

##### 第三节奥迪127

##### 第四节劳斯莱斯128

##### 第五节英菲尼迪129

##### 第六节雷克萨斯130

##### 第七节沃尔沃130

##### 第八节林肯130

##### 第九节凯迪拉克131

##### 第十节法拉利131

##### 第十一节凌志132

##### 第十二节本特利132

##### 第十三节保时捷133

##### 第十四节volvo133

#### 第八章2017-2022年中国豪华车市场投资商机与风险预警134(ZYWZY)

##### 第一节2012-2016年中国豪华车市场投资概况134

###### 一、豪华车市场投资特性134

###### 二、国产豪华轿车信贷一览134

###### 三、宝马继续加大投资巩固豪华车冠军地位137

##### 第二节2017-2022年中国豪华车市场投资机会分析138

###### 一、豪华车再成车市热点138

###### 二、豪华车市场投资潜力分析138

### 第三节2017-2022年中国豪华车市场投资风险预警138

#### 一、金融风险138

#### 二、宏观调控政策风险139

#### 三、市场竞争风险140

#### 四、市场运营机制风险141

### 第四节汇总分析142

#### 一、对行业发展形势的总体判断142

#### 二、发展战略及市场策略分析144

#### 部分图表目录：

图表12009-2016年农村居民人均纯收入10

图表22009-2016年城镇居民人均可支配收入10

图表32016年社会消费品零售总额增速（月度同比）11

图表42016年固定资产投资（不含农户）增速12

图表52016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度12

图表62016年固定资产投资新增主要生产能力13

图表72009-2016年粮食产量15

图表82016年规模以上工业增加值增速（月度同比）16

图表92016年主要工业产品产量及其增长速度16

图表102016年居民消费价格月度涨跌幅度18

图表112016年居民消费价格比上年涨跌幅度19

图表122009-2016年公共财政收入20

图表13汽车产业链结构32

图表14豪华车行业产业链地位32

图表152016年发布豪华品牌部分车型近期行情/产品特征65

图表162016年热门中级车上市一览表：68

图表17部分豪华车厂家2015在华销量一览70

图表182016年度进口豪华车105

图表19近几年宝马集团全球销量变化趋势114

图表202016年宝马集团旗下业务营收贡献度114

图表212017-2022年豪华车行业经营风险及控制策略141

更多图表见正文.....



详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/M932712X5W.html>