

2020-2026年中国豪华车行业市场调研与发展前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国豪华车行业市场调研与发展前景分析报告》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.abaogao.com/b/qiche/P289417EPU.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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Luxury Cars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S65 AMG、宝马760、奥迪A8L W12、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。

美国豪华车的市场容量约200万台，市场分散程度高于国内，特斯拉ModelS/X在7万美金以上的豪华车市场销量，已经超过奔驰S和宝马7，且单款车型达到了10%以上的市占率，与传统豪华车市场的格局接近。2017年1季度中美豪华车销量所占份额（单位：万台，%）数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国豪华车行业市场调研与发展前景分析报告》共八章。首先介绍了中国豪华车行业市场发展环境、中国豪华车整体运行态势等，接着分析了中国豪华车行业市场运行的现状，然后介绍了中国豪华车市场竞争格局。随后，报告对中国豪华车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国豪华车行业发展趋势与投资预测。您若对豪华车产业有个系统的了解或者想投资豪华车行业，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：

第一章 2014-2019年中国豪华车市场运行环境解析

第一节 2014-2019年中国宏观经济环境分析

一、经济增长的内外需动力更趋协调

二、工农业生产形势较好

三、价格总水平涨幅高位回落

四、财政收支保持较快增长

五、国际收支经常项目顺差收窄

第二节 2014-2019年中国豪华车消费者需求情况分析

一、中国豪华车消费阶层收入状况分析

二、中国豪华车消费者心理及影响因素分析

三、一线城市、中小城市消费需求分析

第三节 2014-2019年中国豪华车社会环境分析

一、石油供求状况及对豪华车市场的影响

二、环保压力对豪华车市场的影响

三、中国城市交通系统建设对豪华车市场的影响

第四节 2014-2019年中国豪华车政策环境分析

一、中国近年出台的相关政策法规及影响

二、中国未来汽车产业政策预测

三、燃油标准推出将对豪华车市场带来的影响

第五节 2014-2019年中国豪华车产业背景环境分析

一、产业链价值结构

二、豪华车行业产业链地位

三、前向一体化现状

四、后向一体化现状

五、产业价值链对豪华车行业影响分析

六、技术创新对豪华车行业影响分析

第二章 2014-2019年中国市场豪华车市场动态分析

第一节 2014-2019年中国豪华车销售市场

一、中国豪华车销售情况

二、中国市场豪华车“销售天堂”

三、中国车市成跨国品牌避风港豪华车在华全面丰收

四、进口豪华车销售超预期

第二节 2014-2019年中国市场豪华车产品分析

一、款进口敞篷版跑车点评

二、款进口中高级轿跑车分析

三、款豪华SUV行情一览

四、豪华车行情看淡，奔驰S级全系优惠销售

五、六款豪华车车价：宝马领衔最高降万

六、聚焦中国豪华改装车市场

第三节 消费调整对高端豪华车销售影响分析

一、政策引导效应凸现

二、受金融危机冲击明显

第四节 对豪华车深陷销售增长泥潭市场创新思考

一、萎靡的豪华车市场

二、中国豪华车市场的微变

三、全球豪车市场坍塌中国市场成最后“孤岛”

第五节 2014-2019年中国各地区豪华车市场分析

一、东莞中高级车销售热点转移SUV豪华车逆市热销

二、深圳入门级豪华车销售渐劲

三、上海车展预订和销售超千辆超豪华车销售超亿

四、豪华车消费不断升级重庆二手车市成气候

第三章 2014-2019年中国豪华车市场全方位透析

第一节 2014-2019年中国豪华车市场聚焦

一、中国豪华车亮点解析之“高增长”

二、国内豪车市场表现火爆

三、个性豪华车需求分析

四、中低端竞争格局更复杂

第二节 2014-2019年豪华车新品销售业绩同比

一、车型

二、品牌

第三节 2014-2019年中国豪华车所属行业市场价格剖析

一、豪华车经销商或被迫“价格放水”

二、2014-2019年中国豪华车价格走势

第四章 2014-2019年中国豪华车市场竞争新格局透析

第一节 中国豪华车行业竞争核心要素调研分析

第二节 2014-2019年中国豪华车竞争总况

一、豪华车中国逆市扩张味渐浓竞争愈发激烈

二、高端豪华车陷入低迷顶级车型降两成

第三节 2014-2019年中国豪华车市场主要品牌竞争分析

一、豪华车三巨头逐级火拼

二、顶级豪华车逆市增长劳斯莱斯幻影再次发力

第四节 2020-2026年中国豪华车市场品牌竞争趋势分析

第五章 2014-2019年中国豪华车所属行业品牌消费群体及满意度分析

第一节 品牌消费者偏好分析

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

第二节 不同客户品牌消费态度分析

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

第三节 不同客户品牌意识分析

第四节 不同客户品牌关注点分析

第五节 品牌消费对豪华车产品的建议

- 一、品牌内涵建设建议
- 二、品牌外延建设建议

第六章 2020-2026年中国豪华车市场前景预测与战略分析

第一节 2020-2026年中国豪华车前景预测分析

- 一、中国高档车市场前景广阔
- 二、四款重量级豪华新车前景解读

第二节 2020-2026年中国豪华车趋势探析

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

第三节 2020-2026年中国豪华车市场预测分析

- 一、豪华车市场供需分析
- 二、豪华车进出口贸易分析

第四节 2020-2026年中国豪华车市场营销战略分析

- 一、豪华车品牌和热销的车型实施加价销售策略
- 二、顶级豪华汽车的中国营销策略
- 三、大众品牌豪华汽车战略
- 四、三大豪华车中国市场战略

第七章 2014-2019年豪华车品牌竞争力及趋势分析

第一节 宝马

- 一、品牌概述及市场销售形势
- 二、近三年企业经营业绩
- 三、品牌市场业绩
- 四、品牌销售渠道
- 五、品牌核心竞争力
- 六、不同车型卖点分析

第二节 奔驰

第三节 奥迪

第四节 劳斯莱斯

第五节 英菲尼迪

第六节 雷克萨斯

第七节 沃尔沃

第八节 林肯

第九节 凯迪拉克

第十节 法拉利

第八章 2020-2026年中国豪华车市场投资商机与风险预警

第一节 2014-2019年中国豪华车市场投资概况

- 一、豪华车市场投资特性
- 二、国产豪华轿车信贷一览
- 三、宝马继续加大投资巩固豪华车冠军地位

第二节 2020-2026年中国豪华车市场投资机会分析

- 一、豪华车再成车市热点
- 二、豪华车市场投资潜力分析

第三节 2020-2026年中国豪华车市场投资风险预警

一、金融风险

二、宏观调控政策风险

三、市场竞争风险

四、市场运营机制风险

第四节 汇总分析

一、对行业发展形势的总体判断

二、发展战略及市场策略分析

图表目录：

图表 汽车产业链结构

图表 豪华车行业产业链地位

图表 2019年发布豪华品牌部分车型近期行情/产品特征

图表 2019年热门中级车上市一览表：

图表 部分豪华车厂家2018在华销量一览

图表 2019年度进口豪华车

图表 近几年宝马集团全球销量变化趋势

图表 2019年宝马集团旗下业务营收贡献度

图表 2020-2026年豪华车行业经营风险及控制策略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/P289417EPU.html>