

2016-2022年中国豪华车市 场研究与市场供需预测报告

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

《2016-2022年中国豪华车市场研究与市场供需预测报告》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/T61651NYK3.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

前言

中国汽车工业协会公布的中国汽车汽车产销统计数据，2014年，我国汽车市场延续2013年发展态势，保持平稳增长。汽车产销稳中有增，新能源汽车发展取得重大进展，大企业集团产销规模整体提升，汽车产业结构进一步优化。

2014年，我国汽车市场呈现平稳增长态势，平均每月产销突破190万辆，全年累计产销超过2300万辆。我国全年累计生产汽车2372.29万辆，同比增长7.3%，销售汽车2349.19万辆，同比增长6.9%。2014年我国乘用车产销1991.98万辆和1970.06万辆，同比分别增长10.2%和9.9%。

2005-2014年中国汽车产销量统计表（万辆）

年份	汽车产量	销量（万辆）
2005年	570.84	575.82
2006年	718.87	721.60
2007年	888.25	879.15
2008年	929.29	938.05
2009年	1379.10	1364.48
2010年	1826.47	1806.19
2011年	1841.89	1850.51
2012年	1927.18	1930.64
2013年	2211.68	2198.41
2014年	2372.29	2349.19

资料来源：汽车工业协会 智研数据研究中心整理

我国汽车制造业汽车产销量连续6年处于全球第一位，2014年汽车产量占全球总产量的26.4%，（2014年全球汽车产量为8974.74万辆）；汽车销量占全球总销量的26.6%（2014年全球汽车产量为8824.01万辆）。

在这种背景下，在豪华车领域，奔驰、宝马、奥迪等厂商也增速惊人，中国市场表现成为其各自全球业绩的关键部分。

本豪华车行业研究报告是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国豪华车行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国豪华车行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国豪华车行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国豪华车行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部

门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 2014-2015年中国豪华车市场运行环境解析	1
第一节 2014-2015年中国宏观经济环境分析	1
一、经济增长的内外需动力更趋协调	1
二、工农业生产形势较好	1
三、价格总水平仍在高位	2
四、财政收支保持较快增长	3
五、国际收支经常项目顺差收窄	4
第二节 2013-2014年中国豪华车消费者需求情况分析	5
一、中国豪华车消费阶层收入状况分析	5
二、中国豪华车消费者心理及影响因素分析	5
三、一线城市、中小城市消费需求分析	6
第三节 2013-2014年中国豪华车社会环境分析	7
一、石油供求状况及对豪华车市场的影响	7
二、环保压力对豪华车市场的影响	7
三、中国城市交通系统建设对豪华车市场的影响	8
第四节 2013-2014年中国豪华车政策环境分析	8
一、中国近年出台的相关政策法规及影响	8
二、中国未来汽车产业政策预测	8
三、燃油标准推出将对豪华车市场带来的影响	9
第五节 2013-2014年中国豪华车产业背景环境分析	9
一、产业链价值结构	9
二、豪华车行业产业链地位	10
三、前向一体化现状	11
四、后向一体化现状	12
五、产业价值链对豪华车行业影响分析	12
六、技术创新对豪华车行业影响分析	12
第二章 2013-2014年中国市场豪华车市场动态分析	14
第一节 2013-2014年中国豪华车销售市场	14

一、中国豪华车销售情况 14

根据车企发布的官方数据，2014年全球销量前十位豪华车品牌中德系宝马、奥迪和奔驰依然占据前三甲；雷克萨斯、沃尔沃、捷豹路虎、凯迪拉克和讴歌依然位居4至8位；只有十强最后两位保时捷和英菲尼迪互换座次。

宝马集团2014年12月在全球范围内向消费者交付了215,217辆汽车，较之2013年12月份的186786辆同比增长15.2%。2014全年，宝马集团全球累计交付销量达到2117965辆，首次突破200万辆大关，较2013年的1963798辆提升了7.9%。

2013-2014年全球主要豪华车品牌销量		品牌	2014年销量(万辆)	2013年销量(万辆)																																											
宝马(含mini)	211.80	196.38	奥迪	174.11	157.55	奔驰	165.00	146.17	雷克萨斯	48.80	43.09	沃尔沃	46.59	42.78	捷豹路虎	46.27	42.50	凯迪拉克	26.37	25.07	讴歌	19.60	19.20	保时捷	18.98	16.21	英菲尼迪	18.62	16.41	DS	11.85	12.27	玛莎拉蒂	3.65	1.54	宾利	1.10	1.01	法拉利	0.73	0.70	劳斯莱斯	0.41	0.36	兰博基尼	0.25	0.21

资料来源：公司公告 智研数据研究中心整理

据统计：2014年我国国内豪华车销量排行前十大品牌分别为奥迪、宝马(含mini)、奔驰、捷豹路虎、雷克萨斯、沃尔沃、凯迪拉克、保时捷、英菲尼迪、DS。当中奥迪国内销量为57.89万辆，较上年同期增长17.7%；宝马(含mini)2014年在华销售为45.60万辆，叫上年同期增长16.7%。

2014年豪华品牌在华销量前十(辆)	序号	品牌	2014年销量	2013年销量	同比增幅	1																																																		
奥迪	578932	491989	17.7%	2	宝马(含mini)	455979	390713	16.7%	3	奔驰	281588	218045	29.1%	4	捷豹路虎	122010	95237	28.1%	5	雷克萨斯	85000	74000	15%	6	沃尔沃	81221	61146	32.8%	7	凯迪拉克	73500	50005	47.0%	8	保时捷	46931	37425	25.4%	9	英菲尼迪	30046	17108	75.6%	10	DS	26703	4052	559.0%	德系统计	1316499	1100747	19.6%	总计	1781910	1439720	23.8%

资料来源：公司公告 智研数据研究中心整理

二、中国市场豪华车“销售天堂” 16

三、中国车市成跨国品牌避风港豪华车在华全面丰收 18

四、进口豪华车销售超预期 21

第二节 2013-2014年中国市场豪华车产品分析 26

一、15款进口敞篷版跑车点评 26

二、10款进口中高级轿跑车分析 37

三、4款豪华SUV行情一览	42
四、豪华车行情看淡，奔驰S级全系优惠销售	53
五、六款豪华车车价：宝马领衔最高降8万	53
六、聚焦中国豪华改装车市场	54
第三节 消费调整对高端豪华车销售影响分析	55
一、政策引导效应凸现	55
二、受金融危机冲击明显	55
第四节 对豪华车深陷销售增长泥潭市场创新思考	56
一、萎靡的豪华车市场	56
二、中国豪华车市场的微变	56
三、全球豪车市场坍塌中国市场成最后“孤岛”	57
第五节 2013-2014年中国各地区豪华车市场分析	58
一、东莞中高级车销售热点转移SUV豪华车逆市热销	58
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	59
四、豪华车消费不断升级重庆二手车市成气候	59
第三章 2013-2014年中国豪华车市场全方位透析	61
第一节 2013-2014年中国豪华车市场聚焦	61
一、中国豪华车亮点解析之“高增长”	61
二、国内豪车市场表现火爆	61
三、个性豪华车需求分析	62
四、中低端竞争格局更复杂	63
第二节 2013-2014年豪华车新品销售业绩同比	64
一、车型	64
二、品牌	65
第三节 2014-2015年中国豪华车市场价格剖析	73
一、豪华车经销商或被迫“价格放水”	73
二、2015年中国豪华车价格走势	75
第四章 2013-2014年中国豪华车市场竞争新格局透析	77
第一节 中国豪华车行业竞争核心要素调研分析	77

第二节 2013-2014年中国豪华车竞争总况	80
一、豪华车中国逆市扩张火药味渐浓竞争愈发激烈	80
二、高端豪华车陷入低迷顶级车型降两成	81
第三节 2013-2014年中国豪华车市场主要品牌竞争分析	83
一、豪华车三巨头逐级火拼	83
二、顶级豪华车逆市增长劳斯莱斯幻影再次发力	85
第四节 2016-2022年中国豪华车市场品牌竞争趋势分析	86
第五章 2013-2014年中国豪华车品牌消费群体及满意度分析	90
第一节 品牌消费者偏好分析	90
一、消费者地域特征分析	90
二、消费者对不同档次品牌的偏好分析	92
三、不同阶段消费者的关注点分析	95
第二节 不同客户品牌消费态度分析	96
一、品牌负面新闻对品牌消费态度的影响	96
二、不同收入客户品牌消费态度	98
三、不同年龄客户品牌消费态度	101
四、不同地区客户品牌消费态度	102
五、不同性别客户品牌消费态度	103
第三节 不同客户品牌意识分析	104
第四节 不同客户品牌关注点分析	106
第五节 品牌消费对豪华车产品的建议	107
一、品牌内涵建设建议	107
二、品牌外延建设建议	111
第六章 2016-2022年中国豪华车市场前景预测与战略分析	114
第一节 2016-2022年中国豪华车前景预测分析	114
一、中国高档车市场前景广阔	114
二、四款重量级豪华新车前景解读	114
第二节 2016-2022年中国豪华车趋势探析	116
一、“V6+后驱”已成豪华车发展新趋势	116
二、中国豪华车市场五大发展趋势	117

三、	高端豪华车发展趋势解读	120
四、	现代高档豪华客车的发展趋势	122
第三节	2016-2022年中国豪华车市场预测分析	122
一、	豪华车市场供需分析	122
二、	豪华车进出口贸易分析	123
第四节	2016-2022年中国豪华车市场营销战略分析	123
一、	豪华车品牌和热销的车型实施加价销售策略	123
二、	顶级豪华汽车的中国营销策略	124
三、	大众品牌豪华汽车战略	126
四、	三大豪华车中国市场战略	126
第七章	2013-2014年豪华车品牌竞争力及趋势分析	130
第一节	宝马	130
一、	品牌概述及市场销售形势	130
二、	近三年企业经营业绩	133
三、	品牌市场业绩	136
四、	品牌销售渠道	138
五、	品牌核心竞争力	139
六、	不同车型卖点分析	141
第二节	奔驰	143
第三节	奥迪	147
第四节	劳斯莱斯	149
第五节	英菲尼迪	151
第六节	雷克萨斯	153
第七节	沃尔沃	155
第八节	林肯	157
第九节	凯迪拉克	161
第十节	法拉利	165
第十一节	本特利	169
第十二节	保时捷	173
第八章	2016-2022年中国豪华车市场投资商机与风险预警	176

第一节 2016-2022年中国豪华车市场投资概况	176
一、豪华车市场投资特性	176
二、国产豪华轿车信贷一览	177
三、宝马继续加大投资巩固豪华车冠军地位	183
第二节 2016-2022年中国豪华车市场投资机会分析	184
一、豪华车再成车市热点	184
二、豪华车市场投资潜力分析	184
第三节 2016-2022年中国豪华车市场投资风险预警	185
一、金融风险	185
二、宏观调控政策风险	185
三、市场竞争风险	186
四、市场运营机制风险	186
第四节 汇总分析(ZY PXS)	186
一、对行业发展形势的总体判断	186
二、发展战略及市场策略分析	187

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/T61651NYK3.html>