



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国豪华车市场运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国豪华车市场运行态势及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/254348.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 2012-2014年中国豪华车市场运行环境解析 10

第一节 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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

第二章 2012-2014年中国市场豪华车市场动态分析 34

第一节 2012-2014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	37
三、中国车市成跨国品牌避风港豪华车在华全面丰收 37	37
四、进口豪华车销售超预期 38	38
第二节 2012-2014年中国市场豪华车产品分析 39	39
一、15款进口敞篷版跑车点评 39	39
二、10款进口中高级轿跑车分析 43	43
三、4款豪华SUV行情一览 46	46
四、豪华车行情看淡，奔驰S级全系优惠销售 50	50
五、六款豪华车车价：宝马领衔最高降8万 50	50
六、聚焦中国豪华改装车市场 52	52
第三节 消费调整对高端豪华车销售影响分析 53	53
一、政策引导效应凸现 53	53
二、受金融危机冲击明显 54	54
第四节 对豪华车深陷销售增长泥潭市场创新思考 54	54
一、萎靡的豪华车市场 54	54
二、中国豪华车市场的微变 55	55
三、全球豪车市场坍塌中国市场成最后"孤岛" 56	56
第五节 2012-2014年中国各地区豪华车市场分析 57	57
一、东莞中高级车销售热点转移SUV豪华车逆市热销 57	57
二、深圳入门级豪华车销售渐劲 58	58
三、上海车展预订和销售超千辆超豪华车销售超1亿 60	60
四、豪华车消费不断升级重庆二手车市成气候 61	61

第三章 2012-2014年中国豪华车市场全方位透析 63

第一节 2012-2014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	63
二、国内豪车市场表现火爆 63	63
三、个性豪华车需求分析 64	64
四、中低端竞争格局更复杂 64	64

第二节 2012-2014年豪华车新品销售业绩同比 64

一、车型 64	64
二、品牌 69	69

第三节 2012-2014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、2012-2014年中国豪华车价格走势 74

第四章 2012-2014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 2012-2014年中国豪华车竞争总况 75

一、豪华车中国逆市扩张火药味渐浓竞争愈发激烈 75

二、高端豪华车陷入低迷顶级车型降两成 76

第三节 2012-2014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、顶级豪华车逆市增长劳斯莱斯幻影再次发力 78

第四节 2015-2020年中国豪华车市场品牌竞争趋势分析 78

第五章 2012-2014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 2015-2020年中国豪华车市场前景预测与战略分析 86

第一节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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、顶级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 2012-2014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 VOLVO 133

第八章 2015-2020年中国豪华车市场投资商机与风险预警 134

第一节 2012-2014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 2015-2020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 2015-2020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

图表目录：

图表 1 2009-2014年农村居民人均纯收入 10

图表 2 2009-2014年城镇居民人均可支配收入 10

图表 3 2014年社会消费品零售总额增速（月度同比） 11

图表 4 2014年固定资产投资（不含农户）增速 12

图表 5 2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 12

图表 6 2014年固定资产投资新增主要生产能力 13

图表 7 2009-2014年粮食产量 15

图表 8 2014年规模以上工业增加值增速（月度同比） 16

图表 9 2014年主要工业产品产量及其增长速度 16

图表 10 2014年居民消费价格月度涨跌幅度 18

图表 11 2014年居民消费价格比上年涨跌幅度 19

图表 12 2009-2014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 15 2014年发布豪华品牌部分车型近期行情/产品特征 65

图表 16 2014年热门中级车上市一览表：68

图表 17 部分豪华车厂家2013在华销量一览 70

图表 18 2014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 20 2014年宝马集团旗下业务营收贡献度 114

图表 21 2015-2020年豪华车行业经营风险及控制策略 141

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/254348.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。