



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国豪华车市场监 测及市场运行态势报告

一、调研说明

《2016-2022年中国豪华车市场监测及市场运行态势报告》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/277802.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

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 艾凯咨询网整理

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）。2014年全球前十大汽车生产国产量对比 资料来源：世界汽车工业协会艾凯咨询网整理 2014年全球前十大汽车消费国 资料来源：世界汽车工业协会 艾凯咨询网整理

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。2014年年主要豪车品牌在华销量及增速对比 资料来源：公司公告 艾凯咨询网整理

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 2014-2015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 艾凯咨询网整理

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 艾凯咨询网整理

…………

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

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：豪华车行业产业链

图表：2011-2015年我国豪华车行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国豪华车行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国豪华车行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国豪华车行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国豪华车行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国豪华车行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国豪华车行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国豪华车行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国豪华车行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国豪华车行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年豪华车行业市场供给

图表：2011-2015年豪华车行业市场需求

图表：2011-2015年豪华车行业市场规模

图表：豪华车所属行业生命周期判断

图表：豪华车所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国豪华车行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国豪华车行业供给预测

图表：2016-2022年中国豪华车行业需求预测

图表：2016-2022年中国豪华车行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277802.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提供专业投资咨询报告、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。