

2016-2022年中国豪华车行业分析及发展策略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2016-2022年中国豪华车行业分析及发展策略研究报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/201512/09-193402.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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。

报告目录：

第一章2012-2015年中国豪华车市场运行环境解析10

第一节 2012-2015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2012-2015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2012-2015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2012-2015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2012-2015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2012-2015年中国市场豪华车市场动态分析34

第一节2012-2015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2012-2015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2012-2015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2012-2015年中国豪华车市场全方位透析63

第一节2012-2015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2012-2015年豪华车新品销售业绩同比64

一、车型64

二、品牌69

第三节2012-2015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、2012-2015年中国豪华车价格走势74

第四章2012-2015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2012-2015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2012-2015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2016-2022年中国豪华车市场品牌竞争趋势分析78

第五章2012-2015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2016-2022年中国豪华车市场前景预测与战略分析86

第一节2016-2022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2016-2022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2016-2022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2016-2022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、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2012-2015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2016-2022年中国豪华车市场投资商机与风险预警134

第一节2012-2015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2016-2022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2016-2022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

图表目录：

图表12009-2015年农村居民人均纯收入10

图表22009-2015年城镇居民人均可支配收入10

图表32015年社会消费品零售总额增速（月度同比）11

图表42015年固定资产投资（不含农户）增速12

图表52015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度12

图表62015年固定资产投资新增主要生产能力13

图表72009-2015年粮食产量15

图表82015年规模以上工业增加值增速（月度同比）16

图表92015年主要工业产品产量及其增长速度16

图表102015年居民消费价格月度涨跌幅度18

图表112015年居民消费价格比上年涨跌幅度19

图表122009-2015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152015年发布豪华品牌部分车型近期行情/产品特征65

图表162015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182015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202015年宝马集团旗下业务营收贡献度114

图表212016-2022年豪华车行业经营风险及控制策略141

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201512/09-193402.html>