

# 2012-2016年中国豪华车市 场运行态势与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2012-2016年中国豪华车市场运行态势与发展前景预测报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/201201/19-90880.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](mailto: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

豪华车一般指是D级车；D级车轴距一般在2.8以上；发动机排量大于3.0升。比较常见的D级豪华车有：奥迪A8、奔驰S、宝马7、雷克萨斯LS级。在超级豪华车系列，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。但现在豪华车的具体概念已越来越模糊，使人认为只要是豪华品牌生产的车型就是豪华车。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国豪华车市场运行态势与发展前景预测报告》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。您若想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。

### 第一章 中国豪华车市场运行环境分析

#### 第一节 国内豪华车经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国豪华车经济发展预测分析

#### 第二节 中国豪华车行业政策环境分析

### 第二章 中国市场豪华车市场动态分析

#### 第一节 2010-2011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 2010-2011年中国市场豪华车产品分析

- 一、15款进口敞篷版跑车点评
- 二、10款进口中高级轿跑车分析

三、4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8万

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 2010-2011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1亿

四、豪华车消费不断升级重庆二手车市成气候

第三章 中国豪华车市场全方位分析

第一节 2010-2011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 2010-2011年豪华车新品销售业绩同比分析

一、车型

二、品牌

第三节 2010-2011年中国豪华车市场价格分析

一、豪华车经销商或被迫“价格放水”

二、2010-2011年中国豪华车价格走势

第四章 中国豪华车市场竞争新格局分析

第一节 中国豪华车行业竞争核心要素调研分析

## 第二节 2010-2011年中国豪华车竞争总况

一、豪华车中国逆市扩张火药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 2010-2011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 2012-2016年中国豪华车市场品牌竞争趋势分析

# 第五章 中国豪华车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 豪华车品牌市场分析

## 第一节 宝马

## 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

## 第十一节 凌志

## 第十二节 本特利

## 第十三节 保时捷

## 第十四节 VOLVO

# 第七章 2012-2016年中国豪华车市场前景预测与战略分析

## 第一节 2012-2016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 2012-2016年中国豪华车趋势探析

### 一、“V6+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 2012-2016年中国豪华车市场供需预测分析

## 第四节 2012-2016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

# 第八章 2012-2016年中国豪华车市场投资机会与风险分析

## 第一节 2010-2011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 2012-2016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 2012-2016年中国豪华车市场投资风险分析

#### 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

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：奔驰ML系列概况统计表

图表：宝马X5系列概况统计表

图表：奥迪Q7系列概况统计表

图表：保时捷卡宴系列概况统计表

图表：奥迪A6L

图表：宝马5系

图表：雷克萨斯IS300

图表：奔驰E级

图表：四款豪华车品牌讨论内容容量对比&mdash;&mdash;质量/性能/配置

图表：四款豪华车品牌讨论内容容量对比&mdash;&mdash;其他方面

图表：四款豪华车品牌讨论内容容量对比

图表：略&hellip;&hellip;

通过《2012-2016年中国豪华车市场运行态势与发展前景预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供

了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201201/19-90880.html>