

# 2015-2020年中国豪华车市场运行态势及投资策略 报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国豪华车市场运行态势及投资策略报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/164322.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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
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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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
    - 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 2012-2014年豪华车新品销售业绩同比 64
    - 一、车型 64
    - 二、品牌 69
  - 第三节 2012-2014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.huaon.com/detail/164322.html>