

# 2012-2016年中国豪华车市场全景调查与未来前景 预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2012-2016年中国豪华车市场全景调查与未来前景预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/125106125106.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

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。

中国报告网发布的《2012-2016年中国豪华车市场全景调查与未来前景预测报告》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量对比——质量/性能/配置

图表：四款豪华车品牌讨论内容量对比——其他方面

图表：四款豪华车品牌讨论内容量对比

图表：略.....

中国报告网发布的《2012-2016年中国豪华车市场全景调查与未来前景预测报告》共八章。内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/125106125106.html>