

# 2019年中国豪华车行业分析报告- 市场深度调研与发展潜力评估

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国豪华车行业分析报告-市场深度调研与发展潜力评估》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/397047397047.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200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

受到市场消费升级、豪华品牌国产化率的持续提升、入门级车定价不断下探等因素影响，豪华车整体走势强于乘用车市场。

### 2013-2017年中国豪华车销量情况

数据来源：汽车协会

2010-2014年我国好滑车渗透率大幅提升，由5.2%增至8.9%。2014-2016年我国豪华车渗透率表现平稳没有较大波动。2017年豪华车渗透率开始回升呈现上升趋势。渗透率为10.3%。

### 2013-2017年我国豪华车渗透率情况

数据来源：汽车协会

根据数据显示，2013-2017年中国豪华车品牌销量中一直是奥迪、奔驰、宝马遥遥领先，其中2016年及之前奥迪销量一直占首位，2017年奔驰销量居首位。2017年奥迪、奔驰、宝马销量分别为60.4万辆、61.1万辆及59.4万辆，相差较少。

### 2011-2017年中国豪华车主要品牌销量情况

数据来源：汽车协会

在传统观念来看，豪华车可能在一二线城市最为常见，但是数据表明豪华车早已开始了渠道下沉的步伐。根据数据显示，一线城市已然不是豪华车的主力，市场份额从2017年的17.5%下降至2018年的16.8%。二三线城市则表现强劲，牢牢占据豪华车市场的半壁江山，并且份额还在继续扩大。

### 2017年-2018年上半年中国豪华车各级城市销量占比

数据来源：汽车协会

中国豪华车市场能够超越经济周期和汽车市场大环境，长期保持高增长，其背后有着多重经济因素的混合驱动。

#### 一、根本原因：汽车市场结构性变化规律

中国车市整体走弱反映出中国汽车市场的“初次普及红利”正在逐渐消退，开始进入“存量竞争”阶段。在这一阶段，由于整体市场规模会趋于稳定，市场结构内部的竞争将会加剧

。

## 二、直接原因：各种市场因素的综合作用

近年来出现的各种市场因素也对豪华车的销量增长提供了稳定的支撑，主要包括以下几个方面：

### 1、供给端因素：头部豪华车品牌在中国成功实践“亲民路线”

近年来，以BBA为代表的头部豪华车品牌在中国拼命推行“亲民路线”，越来越多的平价豪华车型开始大量投放中国市场，获得了中国购车人群的青睐。主流豪华品牌都在中国加速布局国产化战略，国产化的车型越来越多，甚至出现了很多中国市场定制版车型（例如奔驰GLC加长版、奥迪Q5L等），相关产能也正在迅速提升。

### 2、需求端因素：新富阶层崛起与换车周期相互作用

中国经济经过多年的高速增长，造就了新富阶层这一新阶层的产生，而这些新富群体在汽车消费的偏好上与其他阶层有着显著不同，他们更愿意为品牌溢价买单，更加追求个性，这样就给豪华品牌向这一阶层的渗透创造了大好机会。

### 3、渠道端因素：豪华品牌正在抢夺消费升级的下沉红利

汽车消费升级成为一种消费传导机制，从一二线快速向三四线延伸。随着消费升级的进一步深化，“小镇青年”未来极有可能成为豪华车市场新的消费客群。豪华品牌与这些新渠道的合作将越来越密切，小镇青年们接触到豪华汽车品牌的机会也将越来越多。（TL JP）

## 【报告大纲】

### 第一章2015-2018年中国豪华车市场运行环境解析

#### 第一节2015-2018年中国宏观经济环境分析

##### 一、经济增长的内外需动力更趋协调

##### 二、工农业生产形势较好

##### 三、价格总水平涨幅高位回落

##### 四、财政收支保持较快增长

##### 五、国际收支经常项目顺差收窄

#### 第二节2015-2018年中国豪华车消费者需求情况分析

##### 一、中国豪华车消费阶层收入状况分析

二、中国豪华车消费者心理及影响因素分析

三、一线城市、中小城市消费需求分析

第三节2015-2018年中国豪华车社会环境分析

一、石油供求状况及对豪华车市场的影响

二、环保压力对豪华车市场的影响

三、中国城市交通系统建设对豪华车市场的影响

第四节2015-2018年中国豪华车政策环境分析

一、中国近年出台的相关政策法规及影响

二、中国未来汽车产业政策预测

三、燃油标准推出将对豪华车市场带来的影响

第五节2015-2018年中国豪华车产业背景环境分析

一、产业链价值结构

二、豪华车行业产业链地位

三、前向一体化现状

四、后向一体化现状

五、产业价值链对豪华车行业影响分析

六、技术创新对豪华车行业影响分析

第二章2015-2018年中国市场豪华车市场动态分析

第一节2015-2018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2015-2018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2015-2018年中国各地区豪华车市场调研

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2015-2018年中国豪华车市场全方位透析

第一节2015-2018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2015-2018年豪华车新品销售业绩同比

一、车型

二、品牌

第三节2015-2018年中国豪华车市场价格剖析

一、豪华车经销商或被迫“价格放水”

二、2015-2018年中国豪华车价格走势

第四章2015-2018年中国豪华车市场竞争新格局透析

第一节中国豪华车行业竞争核心要素调研分析

第二节2015-2018年中国豪华车竞争总况

一、豪华车中国逆市扩张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2015-2018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2019-2025年中国豪华车市场品牌竞争趋势分析

第五章2015-2018年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2019-2025年中国豪华车市场趋势分析与战略分析

### 第一节2019-2025年中国豪华车趋势分析

#### 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2019-2025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2019-2025年中国豪华车市场预测分析

#### 一、豪华车市场供需分析

#### 二、豪华车进出口贸易分析

### 第四节2019-2025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

## 第七章豪华车品牌竞争力及趋势分析

### 第一节宝马

#### 一、品牌概述及市场销售形势

## 二、近三年企业经营业绩

## 三、品牌市场业绩

## 四、品牌销售渠道

## 五、品牌核心竞争力

## 六、不同车型卖点分析

### 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

## 第八章2019-2025年中国豪华车市场投资商机与风险预警

### 第一节2015-2018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2019-2025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2019-2025年中国豪华车市场投资前景预警

#### 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

### 第四节汇总分析

#### 一、对行业发展形势的总体判断

#### 二、投资前景及市场策略分析



图表详见报告正文 . . . . . (GYYL)

## 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国豪华车行业分析报告-市场深度调研与发展潜力评估》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/397047397047.html>