

# 2011-2015年中国豪华车行业深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2011-2015年中国豪华车行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/jiaotong1105/S927161WHE.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-05-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国豪华车行业深度调研与投资前景研究报告》共八章。首先介绍了中国豪华车市场运行环境，接着分析了中国豪华车市场运行的现状，然后介绍了中国豪华车市场竞争格局、中国豪华车品牌消费群体及满意度。随后，报告对豪华车品牌做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国豪华车市场前景预测与投资战略。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。

豪华车一般指是D级车；这种车轴距一般在2.5以上；发动机排量为大于2.5升；比较常见的豪华车例如：奥迪A8、奔驰S、宝马7、雷克萨斯LS；进入超级豪华车系列，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。

2010年中国豪华车市场实现了70%的增长，而整个汽车市场的增长是30%，2011年肯定不会再有2010年那样的巨幅增长，但是豪华车仍然能保持在20%-30%的增幅。中国豪华车现在的市场占有率仅为5%-7%，这个比率是相当小的，欧美国家已经达到了10%-50%，中国豪华车的市场空间是很大的，未来3-5年，占有率可以达到10%。

## 第一章 2010-2011年中国豪华车市场运行环境分析

### 第一节 2010年中国宏观经济环境分析

#### 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、2011年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国豪华车市场运行动态分析

#### 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 2010年上半年中国豪华车市场全方位透析

#### 第一节 2010年上半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年上半年豪华车新品销售业绩同比

- 一、车型
- 二、品牌

#### 第三节 2010年上半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、2010年下半年中国豪华车价格走势

### 第四章 2010-2011年中国豪华车市场竞争格局分析

#### 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 2011-2015年中国豪华车市场品牌竞争趋势分析

### 第五章 2010-2011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 2010-2011年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

## 第七章 2011-2015年中国豪华车市场前景预测与战略分析

### 第一节 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015年中国豪华车市场投资商机与风险预警

### 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 2011-2015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 2011-2015年中国豪华车市场投资风险预警

#### 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 专家投资建议

### 图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010-2011年豪华车品牌销量及增幅

图表：4款国内知名度较高的高端豪华SUV

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：凯迪拉克SLS赛威

图表：2011年3月汽车行业品牌关注度排行

图表：2011年3月汽车消费者购前主要关注点

图表：2011年3月汽车消费者购后主要关注点

图表：2011年3月汽车消费者全程主要关注点

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



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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaotong1105/S927161WHE.html>