

# 2012-2016年中国豪华车行业 市场分析与行业调查报告

## 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

《2012-2016年中国豪华车行业市场分析与行业调查报告》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/jiaotong1201/L216189IC2.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-01-19

【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《2012-2016年中国豪华车行业市场分析与行业调查报告》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。

通过《2012-2016年中国豪华车行业市场分析与行业调查报告》,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。

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。

## 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;

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/jiaotong1201/L216189IC2.html>