

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

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>