

# 豪车车主的生活方式 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 线上线下活动内容及信息的兴趣程度
- 传统豪华品牌和新贵品牌好感度的变化
- 汽车周边产品的购买种类及细分趋势
- 汽车周边产品的线上线下购买渠道的比较
- 传统豪华品牌通过运用中国元素提高好感度的有效性
- 新贵品牌对比传统品牌提升吸引力的因素

2022年中国豪华车销量达到347万辆，同比下降2.9%，其中以特斯拉为首的新势力贡献了主要增长动力，而传统豪华品牌的销量相比2021年有所下降。在传统豪华车销量疲软下滑的态势中，新能源豪华车市场正在迎来新的增长点。

从市场份额来看，随着高端电动车的发展，国产豪华品牌被越来越多的车主所认可，正在向BBA一线阵营发起冲击。对于传统豪华品牌来说，让中国车主感受到足够的尊重，显得越发重要。分别有53%和55%的豪华车主认为传统豪华品牌请国内知名人士做代言人或将中国文化融于产品设计，能够提升他们的好感度。

此外，越来越多的豪华品牌也开始打造自身的生活品牌属性，通过汽车周边产品来展现自身独特的品牌形象。定制化的汽车周边产品不仅可以满足豪华车主的个性化需求，也能成为品牌与消费者进行互动的素材。

在价格战加速、行业内卷加剧的大背景下，豪华车市场正经历着大混战的局面。新贵豪华品牌和传统豪华品牌都应该最大程度地发挥各自产品核心竞争优势，对细分市场在配置、设计和工艺上的诉求有更多的理解和关注。



“豪华车市场结束了多年的高速增长，呈现出疲软态势。其中，特斯拉等新贵品牌成为了豪华车市场的主要增长动力，这也意味着传统豪华品牌的地位受到进一步的挑战。相比过去，豪华车主对于新旧豪华品牌呈现出不同的期待，新贵品牌需在配置、智能科技和设计感上更努力，而传统豪华品牌则需要在制造工艺上维持优势。”

— 袁淼，研究分析师

## 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

## 目录

### 概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告范围

### 综述

- 市场
- **2022年豪华车市场增速由正转负，新能源车成主要增长动力**  
数据1: 豪华车与乘用车零售销量及增速，2017-2022年
- 豪华车有望借力新能源稳步增长
- 电动化正在重塑豪华车市场竞争格局
- 减税补贴政策刺激豪华车销量回暖，特斯拉价格战加速行业内卷
- 新势力逆势增长，**BBA**份额下滑
- 传统豪华品牌新能源车型微增，短期内将继续承压
- 在轿车及SUV市场，**BBA**仍然占据主导优势
- 公司与品牌
- 将科学与艺术相结合，讲好品牌故事
- 借势社交平台，共建优质车友联盟
- 提升舒适度：采用智能红外技术为车厢供暖
- 提升科技颜值：隐藏大灯技术取代传统格栅造型
- 消费者
- 传统德系豪华车品牌在首购市场的优势有所减弱  
数据2: 豪华车的消费者画像（按品牌国别和购车情况区分），2023年
- 近**6成**豪华车车主愿意为定制化产品或服务支付溢价  
数据3: 购车及汽车生活态度，2023年
- 奥迪引领好感度优势，红旗好感度提升进入第一阵营  
数据4: 品牌好感度变化，2023年
- 各细分品类汽车周边产品均存在机会  
数据5: 汽车周边产品，2023年
- 汽车周边产品的购买渠道日趋多元化，综合性电商平台不断渗透  
数据6: 周边产品购买平台，2023年
- 传统豪华品牌可以通过中国市场专属性提升自身好感度  
数据7: 好感度提升活动，2023年
- 新贵品牌需在配置、智能科技和设计感上更努力  
数据8: 竞争力提升因素，2023年
- 我们的观点

### 议题与洞察

- 豪华理念离不开中国专属元素已成豪华品牌共识

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据9: 沃尔沃汽车上海设计中心，2023年

数据10: 全新红旗L5，2023年

- 汽车周边定制化产品存在机会

数据11: 豪华品牌定制化周边，2022年

- 主打社群服务赢得女性车主好感

数据12: 上海国际车展理想汽车展台，2023年

### 市场规模与预测

- 2022年豪华车市场增速由正转负，新能源车成主要增长动力

数据13: 豪华车与乘用车零售销量及增速，2017-2022年

- 豪华车有望借力新能源稳步增长

数据14: 中国豪华车市场销量预测，2017-2027年

### 市场因素

- 电动化正在重塑豪华车市场竞争格局

- 减税补贴政策刺激豪华车销量回暖，特斯拉价格加速行业内卷

数据15: 部分豪华车加权成交均价，2022年

- 芯片供应链短缺导致豪华车销量受影响

### 市场细分

- 新势力逆势增长，BBA份额下滑

数据16: 豪华品牌市场份额（狭义乘用车批发销量），2022年

- 传统豪华品牌新能源车型微增，短期内将继续承压

数据17: 豪华品牌新能源车型市场份额，2022年

- 在高端轿车及SUV市场，BBA仍然占据主导优势

数据18: 豪华品牌SUV及轿车市场份额，2022年

### 营销案例

- 将科学与艺术相结合，讲好品牌故事

数据19: 梅赛德斯奔驰VISION EQXX 科技艺术展，2022年

- 借势社交平台，共建优质车友联盟

数据20: 小红书“奔驰车友会”社区，2023年

- 精准切中社会情绪痛点，拉近与用户的心灵距离

数据21: 奥迪“给坚持以支持”主题短片，2023年

### 新产品趋势

- 提升舒适度：采用智能红外技术为车厢供暖

数据22: 雷克萨斯红外线供暖系统

- 提升科技颜值：隐藏大灯技术取代传统格栅造型

数据23: 宝马新前饰板专利示意图

- 利用AI科技参与颜值设计

数据24: 奥迪设计师从FeiGAN汲取灵感

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 通过空气净化技术打造优质的车内环境

数据25: 沃尔沃新型空气净化系统

### 豪华车车主画像

- 传统德系豪华车品牌在首购市场的优势有所减弱

数据26: 豪华车的消费者画像（按品牌国别和购车情况区分），2023年

- 年长豪华车主更愿意选择新能源豪华车型

数据27: 豪华车的消费者画像（按能源类型、年龄和购车情况区分），2023年

- 一线城市豪华车主是新势力消费主力

数据28: 豪华车的消费者画像（按品牌和城市线级区分），2023年

### 购车及汽车生活态度

- 近6成豪华车车主愿意为定制化产品或服务支付溢价

数据29: 购车及汽车生活态度，2023年

- 年轻豪华车主更希望车评人分享娱乐或生活方面的信息

数据30: 购车及汽车生活态度（按年龄区分），2023年

- 低线城市豪华车主对线上线下活动更感兴趣

数据31: 购车及汽车生活态度（按城市线级区分），2023年

- 特斯拉被访车主更愿意为定制化的产品或服务支付溢价

数据32: 购车及汽车生活态度（按国别品牌区分），2023年

### 品牌好感度变化

- 奥迪引领好感度优势，红旗好感度提升进入第一阵营

数据33: 品牌好感度变化，2023年

- 女性豪华车主对高端新能源品牌的好感度有所提升

数据34: 品牌好感度变化（按性别区分），2023年

- 低线城市豪华车主对豪华品牌的好感度提升更明显

数据35: 品牌好感度变化（按城市线级区分），2023年

### 汽车周边产品的购买

- 各细分品类汽车周边产品均存在机会

数据36: 汽车周边产品，2023年

- 年轻豪华车主更愿意购买车载安全用品

数据37: 汽车周边产品（按年龄区分），2023年

- 美容清洗产品在非一线城市需求更大

数据38: 汽车周边产品（按城市线级区分），2023年

### 汽车周边产品的购买渠道

- 汽车周边产品的购买渠道日趋多元化，综合性电商平台不断渗透

数据39: 周边产品购买平台，2023年

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 新能源豪华车主对非汽车类的门店光顾率更高  
数据40: 周边产品购买平台（按能源类型区分），2023年
- 低线城市豪华车主在社交电商平台上的活跃度不及一、二线  
数据41: 周边产品购买平台（按城市线级区分），2023年

#### 传统豪华品牌好感度提升的有效方式

- 传统豪华品牌可以通过中国市场专属性提升自身好感度  
数据42: 好感度提升活动，2023年
- 车型设计风格与全球保持一致更能提升年轻豪华车主的好感度  
数据43: 好感度提升活动（按年龄区分），2023年
- 新能源豪华车主更期待传统豪华品牌的新产品在全球同步首发  
数据44: 好感度提升活动（按能源类型区分），2023年

#### 新贵品牌对比传统品牌的吸引力因素

- 新贵品牌需在配置、智能科技和设计感上更努力  
数据45: 竞争力提升因素，2023年
- 一线城市豪华车主对新贵品牌配置要求更苛刻  
数据46: 竞争力提升因素（按城市线级区分），2023年
- 新旧品牌在智能科技上的提升对增换购车主更有吸引力  
数据47: 竞争力提升因素（按购车情况区分），2023年

#### 附录-研究方法和缩写

- 研究方法

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a bright yellow speech bubble shape that has a tail pointing downwards and to the right. Below the main bubble, there are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

**MINTEL**

## 关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。