

豪车车主的生活方式 - 中国 - 2021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

- 豪华车主的购车方案
- 豪华车主对本土品牌高端车型的购买意愿以及对豪华品牌的判别标准
- 豪华车主对各豪华品牌的好感度变化及原因
- 豪华车主的生活态度及消费观

新能源品牌首次进入豪华车销量榜单，传统豪华品牌加速电动化转型，消费者对本土高端新能源车的接受意愿高涨，豪华车主的可持续环保理念进一步提升。32%的被访豪华车主表示，愿意接受同价位下的本土高端品牌汽车。同时，现有被访豪华车主中超七成成为首购用户，中国豪华车市场潜力巨大。

豪华车市场受新冠疫情影响小。一方面，高收入群体的财务状况受疫情影响较小，另一方面，豪华车品牌以价换量策略卓见成效。

豪华品牌愈加重视女性和年轻消费者市场，并通过品牌形象的塑造，将品牌理念植入消费者心中。同时，下沉市场也将为豪华品牌带来一部分增量。

近年本土品牌纷纷展开高端化之路探索，接连推出高端车型对标传统豪华品牌，其不断增长的产品力和品牌力也对传统豪华品牌构成了一定的挑战。



“随着全球电动化转型的进一步推进，豪华车市场的格局正在被重塑。豪华车主在对新能源车的了解以及利好政策加持的前提下，对于本土高端品牌新能源车也有较高的接受度。大部分被访豪华车主表示愿意购买回收再利用材料制作的产品，环保理念进一步增强。豪华车品牌正逐渐意识到品牌创新的重要性，着力于打造差异化的品牌形象，以寻求在竞争激烈的豪华车市场立于不败之地。”

— 袁淼，研究分析师

购买此报告

网址 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

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
- 预计2021年新能源车销量进一步高速增长
数据1: 豪华车和乘用车新车销量及增速，2016-2020年
- 未来五年将稳步增长
数据2: 豪华车销量预测，2015-2025年
- 消费者
- 高价位段豪华车市场仍然存在
数据3: 豪华车的消费者画像（按购车价格区分）
- 六成豪华车主或因高额利息选择全款购车
数据4: 购车首付贷款比例，2021年
- 安全性、动力、智能化是消费者认为豪华车需具备的首要特点
数据5: 豪华汽车品牌标准，2021年
- 产品保障是好感度提升的主要原因
数据6: 豪华车品牌好感度提升原因，2021年
- 奥迪进一步扩大好感度优势，红旗潜力初现
数据7: 品牌好感度，2021年
- 本土高端汽车品牌接受度提高
数据8: 本土高端化品牌的购买，2021年
- 环保意识更强，且相比疫情前更渴望消费升级
数据9: 豪华车主生活态度，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 理念与产品的融合：用可持续环保理念定义新豪华
- 现状
- 启示
数据10: 极星Percept的创新环保内饰，2020年
- 文化元素与品牌形象的融合：融入国风元素打造中式豪华
- 现状
- 启示
数据11: 外滩灯光秀《2021上海·红旗夜话》
- 产品定位与设计的融合：将女性车主需求融入产品设计
- 现状
- 启示

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

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12: 上海车展欧拉展台，2021年

市场

- 市场规模与预测
 - 豪华车逆势上涨，升级换购成主要推动因素
 - 数据13: 豪华车和乘用车新车销量及增速，2016-2020年
 - 数据14: 豪华车与乘用车新车销量占比，2016-2020年
 - 未来五年将稳步增长
 - 数据15: 豪华车销量预测，2015-2025年
- 市场因素
 - 限行以及牌照指标等政策刺激新能源车销量增长
 - 豪华车纷纷发力安全健康类配置
 - 豪华车品牌加速电动化转型
 - 豪华车新品牌注重提升用户体验
 - 豪华车“以价换量”策略效果显著
- 市场细分
 - 传统豪华品牌电动化转型加速
 - 数据16: 中国豪华品牌新能源车销量，2019-2020年
 - 造车新势力和紧凑型车带动豪华SUV大幅上涨
 - 数据17: 中国豪华SUV销量排名前十，2019-2020年

重点企业

- 市场份额
 - 一线豪华品牌竞争焦灼，二线豪华品牌格局生变
 - 数据18: 豪华品牌的市场份额，2020年
 - 新势力冲击二线豪华阵营
 - 数据19: 2020年豪华车销量排名（不包括BBA），2020年
- 营销案例
 - 梅赛德斯EQ之夜，进一步推进电动化战略
 - 数据20: 奔驰EQ之夜，2021年
 - 奥迪可再生设计策略
 - 数据21: “设计上海”奥迪展台，2021年
 - 凯迪拉克热点营销
 - 数据22: 凯迪拉克官方海报，2020年
- 产品创新
 - “虚拟侧视镜”可将图像投射到汽车侧窗
 - 数据23: 宝马“虚拟侧视镜”
 - 采用可持续材料制作轮胎
 - 数据24: 宝马X5 xDrive45e
 - 苹果获得防玻璃飞溅装置专利
 - 数据25: 苹果挡风玻璃系统
 - 奥迪快充中心更加灵活简便

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
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26: 奥迪快充中心

消费者豪华车的消费者画像

- 高价位段豪华车市场仍然存在
数据27: 豪华车的消费者画像（按购车价格区分），2021年
- 仍有超7成豪华车主为首购用户
数据28: 豪华车的消费者画像（按购车情况和拥车时间区分），2021年
- 豪华车插混车型高低端价位两级分化
数据29: 豪华车的消费者画像（按购车价格区分），2021年
- 女性豪华车主或因满足双重需求选择插混车型
数据30: 豪华车的消费者画像（按性别和能源类型区分），2021年
- 年轻豪华车主或因面子感购买更高价位的豪华车
数据31: 豪华车的消费者画像（按车价和年龄区分），2021年

购车首付贷款比例

- 六成豪华车主或因高额利息选择全款购车
数据32: 购车首付贷款比例，2021年
- 利好政策或成刺激贷款购新能源车的主要因素
数据33: 购车首付贷款比例（按能源类型区分），2021年
- 年轻车主全款购车比例与年长车主相似，受到家庭资助可能性大
数据34: 购车首付贷款比例（按年龄区分），2021年

对豪华车具备特点的认识

- 安全性、动力、智能化是消费者认为豪华车需具备的首要特点
数据35: 豪华汽车品牌标准，2021年
- 新能源车主对新能源豪华车的质量方面有所妥协
数据36: 豪华汽车品牌标准（按能源类型区分），2021年
- 二线豪华车主更看重动力系统，三线豪华车主更看重智能化配置
数据37: 豪华汽车品牌标准（按城市线级区分），2021年
- 年长豪华车主更看重品牌历史、尊贵服务和身份地位的象征
数据38: 豪华汽车品牌标准（按年龄区分），2021年

品牌好感度提升的原因

- 产品保障是好感度提升的主要原因
数据39: 豪华车品牌好感度提升原因，2021年
- 女性豪华车主更认可在汽车质量和售后服务上的进步
数据40: 豪华车品牌好感度提升原因（按性别区分），2021年
- 年长消费者因营销因素提升好感度更多
数据41: 豪华车品牌好感度提升原因（按年龄区分），2021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
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。

各品牌好感度的变化

- 奥迪进一步扩大好感度优势，红旗潜力初现
数据42: 品牌好感度，2021年
- 品牌加码女性市场带动女性豪华车主好感度提升
数据43: 品牌好感度（按性别区分）—— 好感度增加，2021年
- 国产豪华品牌在年长豪华车主中的好感度增高
数据44: 品牌好感度（按年龄区分），2021年

本土高端化品牌的购买

- 本土高端汽车品牌接受度提高
数据45: 本土高端化品牌的购买，2021年
- 新能源豪华车主接受本土高端品牌汽车意愿高涨
数据46: 本土高端化品牌的购买（按能源类型区分），2021年
- 年长豪华车主或因面子因素对国外的家电数码类产品接受度更高
数据47: 本土高端化品牌的购买（按年龄区分），2021年

豪华车主生活态度

- 环保意识更强，且相比疫情前更渴望消费升级
数据48: 豪华车主生活态度，2021年
- 三线城市豪华车主更接受可持续环保理念，并愿意为稀有性买单
数据49: 豪华车主生活态度（按家庭收入区分），2021年
- 男性豪华车主更偏好购买成套商品并且更渴望消费升级
数据50: 豪华车主生活态度（按性别区分），2021年
- 年轻豪华车主更注重事业
数据51: 豪华车主生活态度（按年龄区分），2021年

附录

- 市场规模与预测
数据52: 豪华车总销量，2015-2025年
- 研究方法
- 缩写

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

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)。