

豪华车 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“豪华车品牌瞄准年轻购车者推出紧凑车型以期刺激销售已经成为趋势。对于大牌车厂旗下设计感强、定制化程度高的车型，该策略屡试不爽。对于还在培育市场的品牌，强化精湛做工和血统纯正的品牌形象则至关重要。”

— 过人，高级研究分析师，中国

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 豪华车在中国是如何定义的？
- 奔驰是如何赢回中国市场的？
- 如何更有效地吸引年轻购车者？

中国已经成为全球第二大豪华车单一市场。对一众豪华车品牌而言，主要任务是打造差异性，向购车者展示其强项。对于那些还在竭力争取中国市场一席之地的品牌，了解市场中的可为与不可为至关重要。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

豪华车 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需了解的

报告定义

定义

不包括

综述

市场

数据 1: 豪华车销量预测 (最好和最差情形), 2012-2022年

公司与品牌

数据 2: 豪华车品牌的市场份额 (按销量区分), 2015和2016年

消费者

品牌是第一标准

数据 3: 豪华车定义, 2017年1月

提升生活品质的同时体现个人品味

数据 4: 豪华车购买原因认知, 2017年1月

林肯在豪华级别认知上取胜

数据 5: 豪华车品牌知名度, 2017年1月

品牌强化不同属性

数据 6: 品牌认知度 (平均值为基准), 2017年1月

一见钟情

数据 7: 内饰外观关注点, 2017年1月

我们的观点

议题与洞察

豪华车在中国是如何定义的?

现状

启示

奔驰是如何赢回中国市场的?

现状

启示

如何更有效地吸引年轻购车者?

现状

启示

数据 8: 雷克萨斯GS X 山本耀司

市场——您所需要了解的

在中国, 豪华车的业绩优于普通车

为提升生活品质消费升级

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

豪华车 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

市场规模与预测

增速超过全国新乘用车市场

数据 9: 中国豪华车和新乘用车销量及增速，2011-2016年

变身最重要的豪华车市场

数据 10: 美国和中国市场的豪华车销量和份额，2012-2016年

2022年年销量将超500万

数据 11: 豪华车销量预测（最好和最差情形），2012-2022年

市场推动因素

购车者升级消费

数据 12: 首次购车者和换车者购车价格对比，2016年7月

豪华车品牌推入门车型

数据 13: 梅赛德斯-奔驰A级概念车在2017年上海汽车展

买车以提升生活品质

重点企业——您所需要了解的

奔驰再度问鼎

豪华车二线品牌竞争胶着

继续投资中国市场

亲近年轻一代

市场份额

奔驰销量奋起直追

数据 14: 豪华车品牌的市场份额，2015和2016年

经销商危机导致奥迪销售下滑

数据 15: 豪华车品牌年销售增速，2016年对比2015年

美系豪车品牌的崛起

日系车品牌表现独特

数据 16: 英菲尼迪QX50概念车在2017年上海汽车展

2017是沃尔沃的大年

数据 17: 豪华车品牌的销量，2016年

捷豹路虎稳步增长

最畅销的“高端”豪车品牌保时捷

竞争策略

通过本土化生产控制成本

数据 18: 豪华车品牌的国产车型号

为中国市场推出特定车型

培育稳定的品牌/经销商关系

讨好年轻一代

数据 19: 豪华车品牌在中国市场的主要标语

数据 20: 奥迪在知乎上的第一次回答

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

豪华车 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 21: 彭于晏 X 沃尔沃

谁在创新？

直播营销
创新套路秀创新
花式跨界

消费者——您所需要了解的

品牌和工艺
不同的购买原因
美国豪华车品牌脱颖而出
不同豪华车品牌的亮点

豪华车定义

品牌重于价格

数据 22: 豪华车定义，2017年1月

豪华车车主看重品牌的正宗血统

数据 23: 豪华车定义（按豪华车车主和非豪华车车主（作为基准）区分），2017年1月

新一代更重视制造工艺

数据 24: 定义豪华车的部分属性选择比例（按年龄区分），2017年1月

对豪华车价格的态度

50万元人民币是门槛

数据 25: 豪华车价格认知，2017年1月

豪华车车主的入门价格标准更高

数据 26: 豪华车价格认知（按豪华车车主和非豪华车车主区分），2017年1月

女性比男性认为的豪华车价格更高

南部居民认定的豪华车入门价格更低

数据 27: 豪华车价格认知（按区域区分），2017年1月

豪华车购买原因

生活品质、个人品味和展现成功

数据 28: 豪华车购买原因认知，2017年1月

二、三线城市的企业主更易受地位推动

豪华车车主不太愿意（承认）炫富

数据 29: 豪华车购买原因认知（按豪华车车主和非豪华车车主区分），2017年1月

豪华车品牌知名度

保时捷、林肯、凯迪拉克闪耀夺目

数据 30: 豪华车品牌知名度，2017年1月

豪华车车主认同度更高

数据 31: 豪华车车主和非豪华车车主选择“超豪华”的比例差距（以非豪华车车主为基准），2017年1月

豪华车品牌认知

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

豪华车 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

工艺精湛和安全是首要认知

数据 32: 品牌认知度, 2017年1月

不同汽车品牌的竞争优势

数据 33: 品牌认知度 (以平均值为基准), 2017年1月

德系车的品牌形象

数据 34: 德系车品牌认知, 2017年1月

路虎、捷豹和沃尔沃的品牌形象

数据 35: 英系车品牌和沃尔沃认知, 2017年1月

美系车的品牌形象

数据 36: 美系车品牌认知, 2017年1月

日系车的品牌形象

数据 37: 日系车品牌认知, 2017年1月

不同车系品牌的优势认知

数据 38: 不同车系品牌的认知, 2017年1月

豪华车车主中差异更大

数据 39: 部分豪华车品牌认知 (按车主和非车主区分), 2017年1月

内饰外观关注点

整体感觉更重要

数据 40: 内饰外观关注点, 2017年1月

北方消费者偏爱粗犷设计

新婚夫妇最看重空间

豪华车车主更关注所用材质

数据 41: 前5个提及的内饰外观关注点 (按豪华车车主和非豪华车车主区分), 2017年1月

认识英敏特城市精英人群

细节见真章

数据 42: 豪华车定义 (按英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群区分), 2017年1月

整体品牌体验是关键

数据 43: 豪华车购买原因认知 (按英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群区分), 2017年1月

渴望表达“这是我的车”

附录——市场规模与预测

数据 44: 豪华车的总销量, 2012-2021年

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com