

豪华车 - 中国 - 2018年6月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“中国豪华车用户对于汽车的内饰设计偏好不一。虽然他们大多欢迎富有创意的设计，但是在具体的细节方向上却无法达成统一。**30-39岁**的用户偏好复杂精密的驾驶座舱设计风格，以及面向驾驶员的中控台和实体按键；而年轻一代则更喜欢简单简洁的中控台和触摸屏。鉴于车门操作按钮布局在所有的内饰设计特性中提及率最高，车门饰板设计可以作为汽车广告中的亮点。”
— 过人，研究副总监

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 哪些内饰值得投资？
- 复杂精密、司机为主**VS**简单简洁的座舱设计
- 本土初创企业和子品牌是否会威胁豪华车品牌？

2017年，中国取代美国成为全球最大的豪华车市场。过去几年，中国国内豪华车市场享有高出整体乘用车市场的更快增速，并预计在未来5年继续以15.6%的年均复合增长率扩张。虽然市场欣欣向荣，但竞争依然激烈。市场领跑者BBA（奔驰、宝马和奥迪的简称）间的明争暗斗，以及二线豪华车品牌间的销量博弈都指出洞察市场和消费者的重要性。

该报告探究核心豪华车受众对豪华车品牌的认知、对内饰设计的要求，以及对自动驾驶的接受意愿。此外，报告还探讨了当前的豪华车市场格局演变以及市场机遇。

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 - 2018年6月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

您需要了解的

报告定义

不包括

综述

市场

数据 1: 豪华车销量预测（最好和最差情形），2013-2023年

公司与品牌

数据 2: 豪华车品牌的市场份额（按销量区分），2015-2017年

消费者

耳熟能详比小众独特更重要

数据 3: 豪华车相关特性，2018年3月

BBA是最爱.....

数据 4: 最喜欢的豪华车品牌（开放题），2018年3月

.....但品牌特质各不相同

数据 5: 对应分析——品牌特征，2018年3月

内饰可以成为亮点

数据 6: 偏爱的内饰设计细节，2018年3月

年轻人更喜欢简单简洁的座舱设计

数据 7: 对内饰设计的态度，2018年3月

总体接受度高但需求务实

数据 8: 对不同级别自动驾驶功能的需求，2018年3月

我们的观点

议题与洞察

哪些内饰值得投资？

现状

启示

数据 9: 雷克萨斯LS500车门饰板

复杂精密、司机为主VS简单简洁的座舱设计

现状

启示

数据 10: 奔驰全新A级和G级中控设计

本土初创企业和子品牌是否会威胁豪华车品牌？

现状

启示

市场——您需要了解的

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 - 2018年6月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

中国如今成为全球最大豪华车市场
增速跑赢整体乘用车市场

市场规模与预测

远远高出新乘用车销售增速

数据 11: 中国豪华车和新乘用车销量及增速，2011-2017年

中国取代美国将成为全球最大豪华车市场

数据 12: 美国和中国市场的豪华车销量和份额，2012-2017年

未来5年年均复合增长率为15.6%

数据 13: 豪华车销量预测（最好和最差情形），2013-2023年

市场因素

关税下调和股比调整

中国消费者换车潮和升级消费来临

低价竞争

重点企业——您需要了解的

奥迪以微弱优势保住豪华品牌销量冠军

国内汽车行业中的四大核心趋势

设计和分销创新

市场份额

BBA竞争加剧

数据 14: 豪华车品牌的市场份额（按销量区分），2015-2017年

二线豪华车品牌“开挂”

数据 15: 豪华车品牌销量，2015-2017年

林肯续写传奇

日系品牌也如出一辙

竞争策略

电动化

智能化

共享化

车联网

谁在创新？

信息娱乐

豪华车订阅

消费者——您需要了解的

耳熟能详比小众独特更重要

BBA最受宠，但品牌特质各不相同

车门设计与功能可以成为亮点

年轻人更喜欢简单简洁的座舱设计

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 - 2018年6月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

总体接受度高但需求务实

豪华车相关特性

技术光环最抢眼，品牌历史居其次

数据 16: 豪华车相关特性，2018年3月

大红大紫比独特小众更重要

品牌道德很重要，尤其是在豪华车车主中

数据 17: 豪华车车主与普通车主（基准）对品牌特性联想的差异，2018年3月

价格可能不是标杆

最喜欢的豪华车品牌

BBA是最爱.....

数据 18: 最喜欢的豪华车品牌（开放题），2018年3月

.....以保时捷为首的4个超豪华车品牌紧随其后

数据 19: 最喜欢的豪华车品牌（开放题），2018年3月

不同的提名动机

豪华车品牌特征

奔驰的品牌特征最平衡

数据 20: 对应分析——品牌特征，2018年3月

英菲尼迪需要着手提升品牌意识

数据 21: 表示“我不熟悉这个品牌”的受访者比例，2018年3月

二线豪华车品牌特质鲜明

数据 22: 对美系车品牌特征的看法，2018年3月

数据 23: 对日系车品牌特征的看法，2018年3月

数据 24: 对英系车和沃尔沃品牌特征的看法，2018年3月

偏爱的内饰设计细节

对内饰要求各异

数据 25: 偏爱的内饰设计细节，2018年3月

车门面板设计是隐藏的杀手锏

数据 26: 内饰要求——TURF分析（累积无重复到达和频次分析），2018年3月

车门储物设计和后排空调出风口值得关注

数据 27: 豪华车车主与普通车主（基准）对内饰设计偏爱的差异，2018年3月

不同品牌簇拥者的追求

数据 28: 偏爱的内饰设计细节（按最喜欢的豪华车品牌区分），2018年3月

对内饰设计的态度

欢迎新颖、前卫的设计

数据 29: 对内饰设计的态度，2018年3月

90后和80后的态度差异

数据 30: 90后和80后对部分驾驶座舱设计的态度，2018年3月

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 - 2018年6月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

实体按钮和触摸屏之战

不同品牌购买者的多元需求

数据 31: 对部分驾驶座舱设计的态度（按不同的品牌购买群区分），2018年3月

对自动驾驶功能的需求

总体接受度高

数据 32: 对不同级别自动驾驶功能的需求，2018年3月

40-49岁女性对自动驾驶要求最高

数据 33: 声称“是必需的功能”的被访者比例（按年龄区分），2018年3月

自动驾驶功能偏好与收入的关系

数据 34: 声称“是必需的功能”的被访者比例（按家庭月收入区分），2018年3月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群偏爱以驾驶员为中心的座舱设计

数据 35: 部分对内饰设计的态度（按消费者分类区分），2018年3月

附录——市场规模与预测

数据 36: 豪华车总销量，2013-2023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