

豪华车 - 中国 - 2019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



豪华车市场增长反映出消费者需求的升级，因此他们对豪华车品牌的要求更高。同时，女性消费者市场正获得更多关注。品牌的商机在于两点：一是满足女性需求的定制内饰设计，另一点是如何在向有升级需求的普通车车主宣传独特领先的技术和悠久的历史的同时加强他们对豪华车的品牌认知。

— 周同，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 品牌故事营销
- 通过品牌合作扩大受众范围
- 推销奢侈体验和奢侈梦想

2018年豪华车市场的增速为10.7%。尽管新乘用车总销量有所下降，但2018年豪华车市场逆势增长。英敏特预测，豪华车销量将在2019年达到300万辆，较2018年增长6.6%。虽然数据显示2018年奔驰已反超奥迪，掌握了最大市场份额，但实际上奔驰、奥迪和宝马的年销量均非常接近，分别为665,520辆、651,420辆和628,860辆。本报告探究了豪华车车主和豪华车意向购车者的画像，豪华车受众对豪华车品牌的认知以及豪华车信息渠道。

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@intel.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 - 2019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

您所需要了解的

报告定义

不包括

综述

市场

整体乘用车市场下滑，豪华车市场逆势稳健增长

数据1: 中国豪华车和新乘用车销量及增速，2013-2019年

未来5年，年均复合增长率为7.3%

数据2: 豪华车销量预测（最好和最差情形），2014-2024年

公司与品牌

宝马、奔驰和奥迪形成第一梯队

数据3: 豪华车品牌的市场份额（按销量区分），2016-2018年

消费者

数据4: 豪华车车主画像（按性别区分），2019 vs 2018年

理性考量豪华车渐成趋势

数据5: 豪华车品牌选择，2019 vs 2018年

豪华车车主和普通车车主在技术和品牌历史上的认知差距

数据6: 豪华车品牌相关特点——部分特点（按拥有的汽车类型区分），2019年3月

豪华车女性意向购车者认为必须配备的特点包括手机连接功能和储物空间

数据7: 内饰功能要求——部分要求，“必须配备”的选择率（按性别区分），2019年3月

通过专业汽车网站和车展触及81%的豪华车车主和潜在购车者

数据8: 豪华车信息渠道——TURF分析（累积无重复到达率和频次分析），2019年3月

我们的观点

议题与洞察

品牌故事营销

现状

启示

数据9: 1960款林肯大陆与林肯大陆80周年纪念版

通过品牌合作扩大受众范围

现状

启示

数据10: OnePlus 6T 迈凯伦定制版

数据11: Mate 20 RS保时捷设计版

推销奢侈体验和奢侈梦想

现状

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 - 2019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

启示

数据12: 保时捷设计大厦 (Porsche Design Tower)

数据13: 阿斯顿马丁公寓 (Aston Martin Residences)

数据14: 雷克萨斯Intersect

市场——您所需要了解的

2019年销量将达到300万辆

升级需求和电气化推动增长潜力

市场规模与预测

整体乘用车市场下滑，豪华车市场逆势稳健增长

数据15: 中国豪华车和新乘用车销量及增速，2013-2019年

豪华车渗透率直追美国

数据16: 中美两国的豪华车销量及渗透率，2013-2018年

国产豪华车销量上涨

数据17: 国产豪华车与进口豪华车在豪华车总销量中的比例，2015-2018年

未来5年，年均复合增长率为7.3%

数据18: 豪华车销量预测（最好和最差情形），2014-2024年

市场因素

饱和市场中的升级需求

豪华电动汽车竞赛已拉开序幕

重点企业——您所需要了解的

市场渗透率下降

亲民价格和定制化服务是主要竞争策略

豪华MPV和车载系统的创新

市场份额

激烈的竞争伴随着市场集中化减弱

数据19: 豪华车品牌的市场份额概述（按销量区分），2015-2018年

BBA形成第一梯队

数据20: 豪华车品牌的市场份额（按销量区分），2016-2018年

只有奥迪跑赢去年增速

数据21: 豪华车品牌年同比增长率（按销量区分），2017-2018年

竞争策略

价格亲民源于本土化生产

数据22: 豪华车品牌本土化车型的最低成交价区间

超豪华品牌推出SUV车型

数据23: 超豪华品牌的SUV车型

谁在创新？

豪华MPV

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 - 2019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

数据24: 豪华MPV车型

宝马的创新

数据25: 宝马iDrive 7.0系统

奔驰的畅心醒神功能 (ENERGIZING舒适)

数据26: 奔驰的畅心醒神功能 (ENERGIZING舒适)

消费者——您所需要了解的

豪华车车主和潜在客户画像

不同消费群体对豪华的印象各异

专业汽车网站和车展是消费者获取豪华车信息的主要渠道

勾画豪华车新买家形象

豪华车女性消费市场获得更多关注

数据27: 豪华车车主画像 (按性别区分), 2019 vs 2018年

现有普通车车主升级意向强烈

数据28: 豪华车购买预算, 2019年3月

宝马、奥迪和奔驰是最流行的豪华车品牌

数据29: 豪华车品牌选择, 2019年3月

数据30: 豪华车品牌选择, 2019 vs 2018年

对豪华的印象

豪华车品牌三大特点——动力、科技和外观

数据31: 豪华车相关特性, 2019年3月

用内饰设计和品牌道德打动女性消费者

数据32: 豪华车相关特性 (按性别区分), 2019年3月

豪华车车主和普通车车主在技术和品牌历史上的认知差异

数据33: 豪华车相关特点——部分特点 (按拥有的汽车类型区分), 2019年3月

较低线级城市的消费者对豪华车品牌的道德期待更高

数据34: 豪华车相关特性 (按城市线级区分), 2019年3月

内饰功能要求

满足对基本功能的要求

数据35: 内饰功能要求——“必须配备”的选择率, 2019年3月

强调高端豪华车型的高级特点

数据36: 内饰功能要求——“必须配备”的选择率 (按豪华车购买预算区分), 2019年3月

数据37: 奔驰的车内香氛

更多豪华车女性意向购车者认为手机连接和充足的储物空间是必须配备的功能

数据38: 内饰功能要求——部分要求, “必须配备”的选择率 (按性别区分), 2019年3月

豪华车信息渠道

专业汽车网站和车展是消费者获取豪华车信息的主要渠道

数据39: 豪华车信息渠道, 2019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 - 2019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

通过专业汽车网站和车展触及81%的豪华车车主和潜在购车者
数据40: 豪华车信息渠道——TURF分析，2019年3月

附录——市场规模与预测

数据41: 豪华车总销量，2014-2024年

附录——研究方法与缩写

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