

2017-2023年中国豪华车市场分析预测及投资方向 研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国豪华车市场分析预测及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201708/552054.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

在上世纪以进口车为主的年代，除了德系ABB外，中国消费者曾经喜爱的豪华车品牌还有丰田皇冠和凌志（旧名），然而中庸的造型、营销上的失败和坚持不国产的策略（Lexus）使得两个品牌后来皆被德系厂家超越，且被远远抛下。

于是乎与美国市场不同，中国的豪华车市场几乎成了德系的内斗，此外近年英系车（捷豹路虎）的成长有目共睹，不得不说Tata捡了个大便宜。

前十大豪华品牌去年在华共卖出140万辆汽车，同比增21%，比整个乘用车行业的16%要快。在2014年，增速将为17%，继续远远超过全球平均水平。随着渠道的整合，未来国产（合资）豪华车的地位将进一步提升，纯进口品牌的吸引力将继续下降。

中国豪华车品牌销量推移及预测，未来的增长速度依旧很快。

资料来源：公开资料整理

2017 年一季度前十豪华车品牌在华销量同比增长14%，高于国内汽车行业平均水平。一线品牌除奥迪外，奔驰和宝马分别实现销量14.5万辆和14.3万辆，分别同比增长37.3%和12.4%。二线品牌中，林肯延续2016年的优异表现，一季度在华销量同比增长114%达1.17万台；凯迪拉克增长强劲，2017Q1销量达3.94万台，同比增长90.5%；捷豹路虎、雷克萨斯、沃尔沃同比均实现20%左右的增长。我们认为在行业消费升级的持续驱动下，2017年豪华车销量整体有望实现15%左右增长。

2011-2017Q1 前十大豪华车品牌在华销量增速

资料来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国豪华车市场分析预测及投资方向研究报告》共十一章。首先介绍了豪华车行业市场发展环境、豪华车整体运行态势等，接着分析了豪华车行业市场运行的现状，然后介绍了豪华车市场竞争格局。随后，报告对豪华车做了重点企业经营状况分析，最后分析了豪华车行业发展趋势与投资预测。您若想对豪华车产业有个系统的了解或者想投资豪华车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 中国豪华车行业宏观环境分析

第一节 豪华车行业定义分析

一、行业定义

二、行业分类

第二节 豪华车行业宏观环境分析

一、政策环境

二、经济环境

三、技术环境

四、社会环境

第二章 全球豪华车行业现状及发展预测分析

第一节 全球豪华车行业概述

第二节 全球豪华车行业市场格局分析

第三节 全球豪华车产业主要国家运行形势分析

一、美国

二、欧洲

三、日本

第四节 2017-2023年全球豪华车产业市场走势预测分析

第三章 2013-2017年中国豪华车行业经济指标分析

第一节 2013-2017年豪华车行业发展概述

第二节 2013-2017年豪华车行业经济运行状况

一、豪华车行业企业数量分析

二、豪华车行业资产规模分析

三、豪华车行业销售收入分析

2013-2016 年国内主要豪华车经销商新车销售收入

资料来源：公开资料整理

四、豪华车行业利润总额分析

第三节 2013-2017年豪华车行业成本费用分析

一、豪华车行业销售成本分析

二、豪华车行业销售费用分析

三、豪华车行业管理费用分析

四、豪华车行业财务费用分析

第四节 2013-2017年豪华车行业运营效益分析

一、豪华车行业盈利能力分析

二、豪华车行业运营能力分析

三、豪华车行业偿债能力分析

四、豪华车行业成长能力分析

第四章 中国豪华车行业市场竞争分析

第一节 豪华车行业上下游市场分析

一、豪华车行业产业链简介

二、上游市场供给分析

三、下游市场需求分析

第二节 豪华车行业市场供需分析

一、市场需求总量

二、各市场容量及变化

三、豪华车行业总体价格分析

第三节 豪华车行业竞争力分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、替代品威胁分析

四、新进入者威胁分析

五、行业竞争现状分析

第四节 豪华车行业市场集中度分析

一、行业市场集中度分析

2013 年以来二线豪华车品牌陆续开始国产化，提高国产车型比例，市场占有率由 2013 年的 19%快速提升至 2017 年一季度的 35%。

2005-2016 年宝马国产新品上市与销量增速关系

资料来源：公开资料，智研咨询整理

二、行业主要竞争者分析

随着消费升级及豪华车行业国产化

加速，行业将仍然维持较高速度发展，经销商新车销售收入及业绩有望进一步提高。

2014-2016 年国内主要豪华车经销商豪华车销量

资料来源：公开资料整理

第五章 中国豪华车行业传统商业模式分析

第一节 豪华车行业经营模式

第二节 豪华车行业盈利模式

第六章 中国豪华车行业商业模式构建与实施策略

第一节 豪华车行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

1、价值模式

2、战略模式

3、市场模式

4、营销模式

5、管理模式

6、资源整合模式

7、资本运作模式

8、成本模式

9、营收模式

三、成功商业模式的特征

第二节 豪华车行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

1、转变商业思维

2、客户隐性需求

3、客户价值主张

二、产业价值链再定位

1、客户价值公式

2、产业价值定位

3、商业形态定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节 豪华车行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

1、高效率

2、高品质

3、持续创新

4、快速客户响应

二、企业价值链管理系统建设

1、组织结构系统

2、企业控制系统

三、企业文化建设

第七章 中国豪华车行业商业模式创新转型分析

第一节 互联网思维对行业的影响

一、互联网思维三大特征

二、基于互联网思维的行业发展

第二节 互联网时代七大商业模式

一、平台模式

1、构成平台模式的6个条件

2、平台模式的战略定位

3、平台模式成功的四大要素

4、平台模式案例

二、免费模式

1、免费商业模式解析

2、免费战略的实施条件

3、免费战略的类型

（1）产品模式创新型

（2）伙伴模式创新型

（3）族群模式创新型

（4）渠道模式创新型

（5）沟通模式创新型

（6）客户模式创新型

（7）成本模式创新型

（8）壁垒模式创新型

三、软硬一体化模式

1、软硬一体化商业模式案例

2、软硬一体化模式受到市场追捧

3、软硬一体化模式是一项系统工程

4、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措

四、O2O模式

1、O2O模式爆发巨大力量

2、O2O模式分类

3、O2O模式的盈利点分析

4、O2O模式的思考

五、品牌模式

1、品牌模式的内涵及本质

2、成功的移动互联网品牌

3、如何推进品牌经营

六、双模模式

1、双模模式概述

2、移动互联网：用户规模是关键

3、双模模式案例

七、速度模式

1、什么是速度模式

2、速度模式的主要表现

3、速度模式应注意的几个问题

第三节 互联网背景下豪华车行业商业模式选择

一、豪华车行业与互联网思维的结合

二、互联网背景下豪华车行业商业模式选择

第八章 2017年豪华车行业企业经营情况与商业模式分析

第一节 宝马

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 奔驰

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 奥迪

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 雷克萨斯

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 英菲尼迪

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九章 2017-2023年中国豪华车行业发展前景预测分析

第一节 2017-2023年豪华车行业发展前景及趋势预测分析

第二节 2017-2023年豪华车行业发展前景预测

一、2017-2023年豪华车行业市场规模预测

二、2017-2023年豪华车行业盈利前景预测

第十章 豪华车行业投资分析与预测

第一节 行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、盈利模式分析

三、盈利因素分析

第二节 行业投资风险分析

一、投资政策风险分析

二、投资技术风险分析

三、投资供求风险分析

四、宏观经济波动风险

第三节 行业投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第四节 行业发展趋势与预测分析

一、发展趋势分析

二、发展前景预测

第十一章 2017-2023年中国豪华车行业投融资战略规划分析（ZY GXH）

第一节 豪华车行业关键成功要素分析

第二节 豪华车行业投资壁垒分析

一、豪华车行业进入壁垒

二、豪华车行业退出壁垒

第三节 豪华车行业投资风险与规避

一、宏观经济风险与规避

二、行业政策风险与规避

三、原料市场风险与规避

四、市场竞争风险与规避

五、技术风险分析与规避

六、下游需求风险与规避

第四节 豪华车行业融资渠道与策略

一、豪华车行业融资渠道分析

二、豪华车行业融资策略分析（ZY GXH）

图表目录：

图表：2013-2017年豪华车行业企业数量分析

图表：2013-2017年豪华车行业资产规模分析

图表：2013-2017年豪华车行业销售收入分析

图表：2013-2017年豪华车行业利润总额分析

图表：豪华车行业"波特五力"分析

图表：生命周期各发展阶段的影响

图表：2017-2023年豪华车市场规模预测

图表：2017-2023年豪华车行业销售收入预测

图表：2017-2023年豪华车行业总资产预测

图表：2017-2023年中国豪华车供给预测

图表：2017-2023年中国豪华车需求量预测

图表：2017-2023年中国豪华车供需平衡预测

图表：2017-2023年影响豪华车行业运行的有利因素

图表：2017-2023年影响豪华车行业运行的稳定因素

图表：2017-2023年影响豪华车行业运行的不利因素

图表：2017-2023年我国豪华车行业发展面临的挑战

图表：2017-2023年我国豪华车行业发展面临机遇

图表：2017-2023年豪华车行业经营风险及控制策略

图表：2017-2023年豪华车行业同业竞争风险及控制策略

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201708/552054.html>