

# 谁在买豪华车？

——豪华车市场用户分析

# 10年，豪华车市场实现快速发展

- 06年以来，豪华车市场的销量不断攀升
- 特别是10年，豪华车市场的销量增长率超过了60%

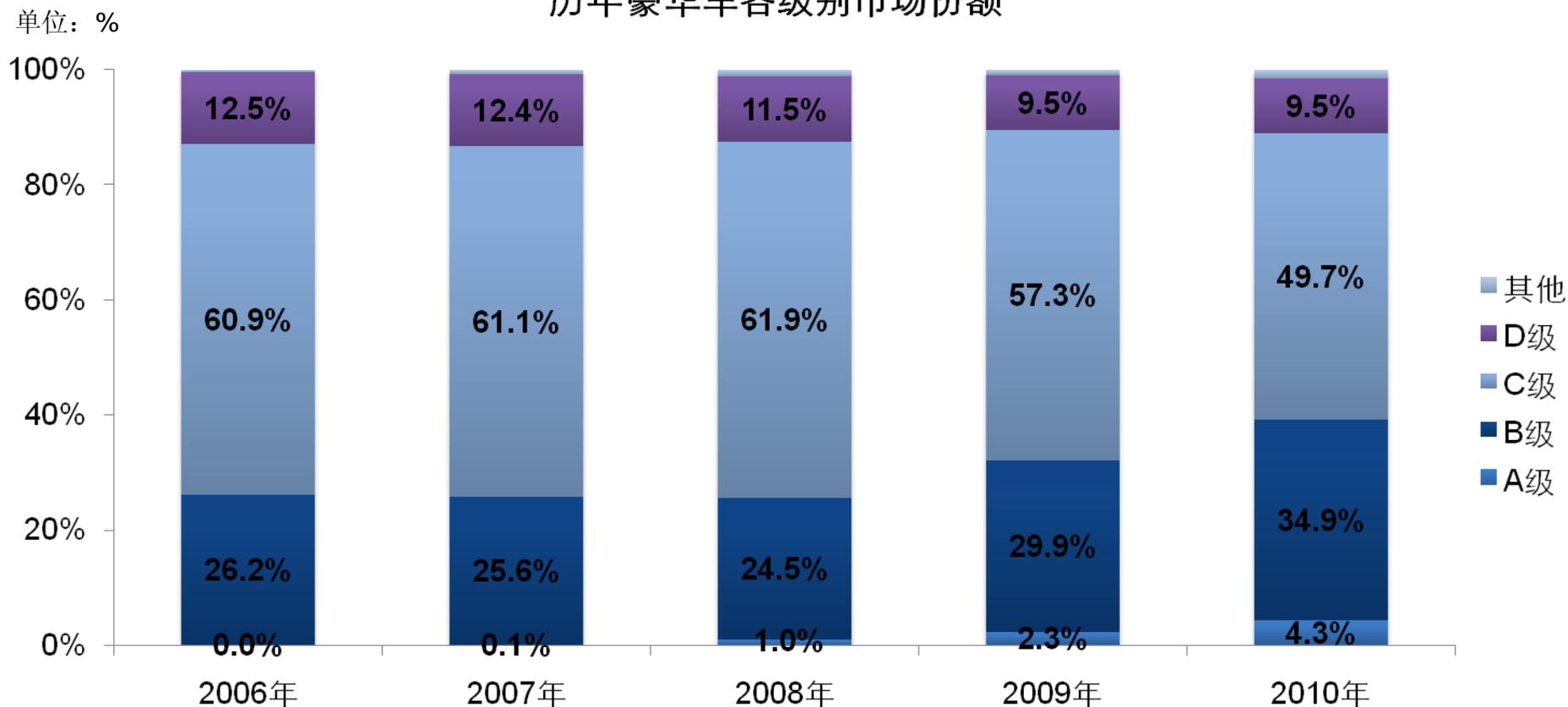


数据来源：新华信数据，豪华车市场数据包括奔驰、宝马、奥迪、雷克萨斯、沃尔沃

## 其中，豪华B级车市场的份额增长最快

- C级和B级是豪华车市场两大主导细分市场，其中C级车市场的份额最大
- 但是，08年以来，C级车市场的份额呈现明显的下降趋势，B级车市场的份额呈现明显的上升趋势

历年豪华车各级别市场份额



数据来源：新华信数据，豪华车市场数据包括奔驰、宝马、奥迪、雷克萨斯、沃尔沃

# 豪华B级车用户更年轻化

- 在人口和社会学特征上，豪华B级车用户的女性比例更高、年龄更低、未婚或已婚无子女的比例更高、学历更高
- 豪华C级车用户的收入相对偏高

## 人口学特征

- 女性为主
- 年龄偏低，平均年龄34岁左右
- 未婚或已婚无子女的比例相对豪华C级较高

## 社会学特征

- 收入相对偏低，家庭税后月均收入4万左右
- 大专及以上学历为主，相对豪华C级而言比例更高
- 私营业主、个体户及公司中高级管理者为主

豪华B级

豪华C级

## 人口学特征

- 男性为主
- 年龄偏高，平均年龄38岁左右
- 已婚有子女的比例相对豪华B级较高

## 社会学特征

- 收入相对偏高，家庭税后月均收入5万左右
- 大专及以上学历为主，相对豪华B级而言比例更低
- 私营业主、个体户及公司高级管理者为主

# 豪华C级用户的非首购比例更高

- 豪华B/C级用户都以非首购用户为主，相对而言豪华C级用户的非首购比例更高

## 拥车特征

- 接近70%的用户为非首次购车
- 前一辆车主要为A/B级轿车



豪华B级

豪华C级

## 拥车特征

- 接近90%的用户为非首次购车
- 前一辆车主要为B级轿车



# 豪华C级用户更关注品牌

- 豪华B级用户更关注外观和驾驶感受，豪华C级更关注品牌

## 汽车消费特征

- 购车时看重外观、驾驶感受、品牌  
和安全性
- 相对豪华C级而言对外观、驾驶感  
受的关注更多



豪华B级

豪华C级

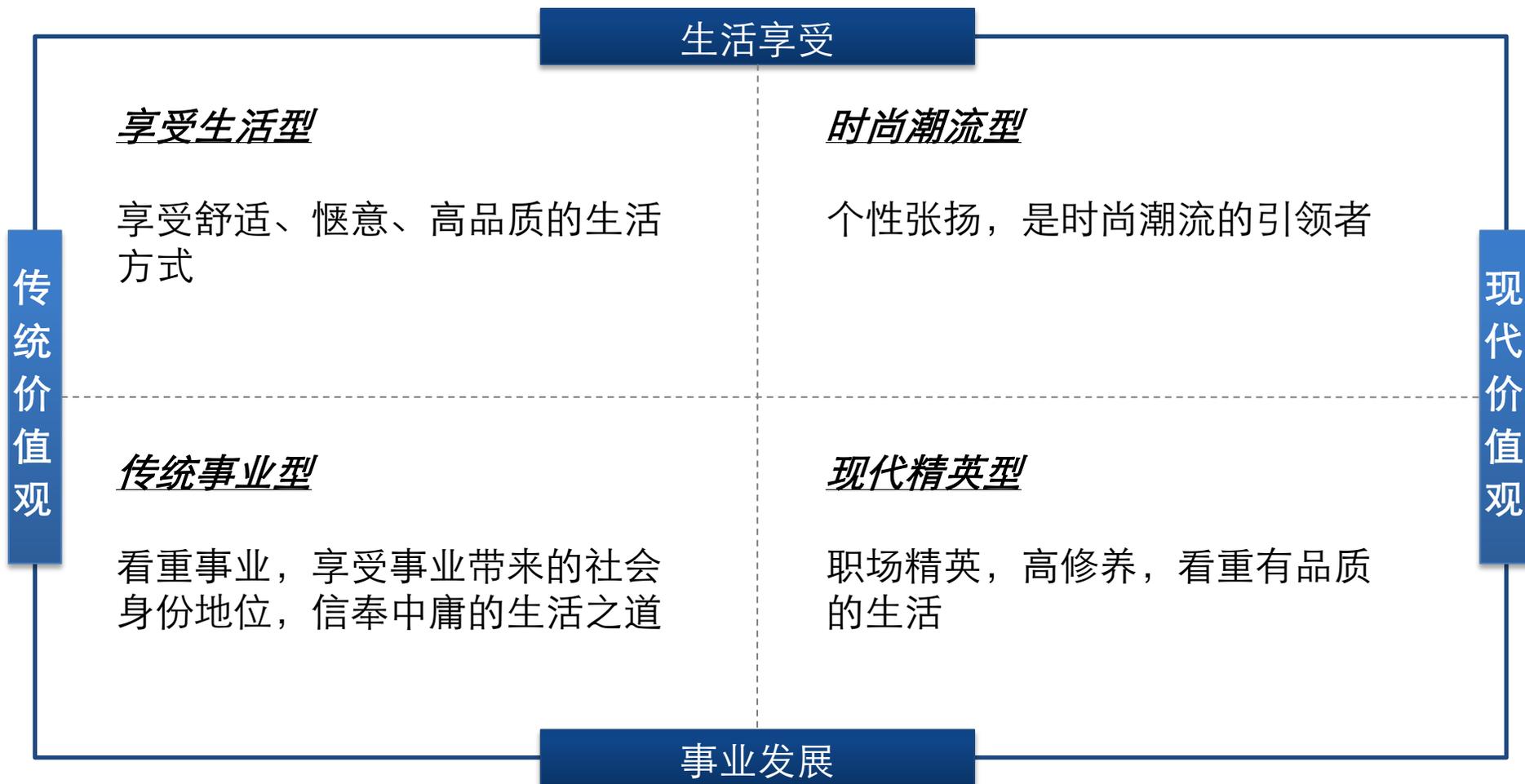
## 汽车消费特征

- 购车时看重外观、驾驶感受、品牌  
和安全性
- 相对豪华B级而言对品牌的关注更  
多



# 根据价值观，可以把豪华B/C级用户细分成四个群体

- 即享受生活型、传统事业型、时尚潮流型和现代精英型



## 享受生活型

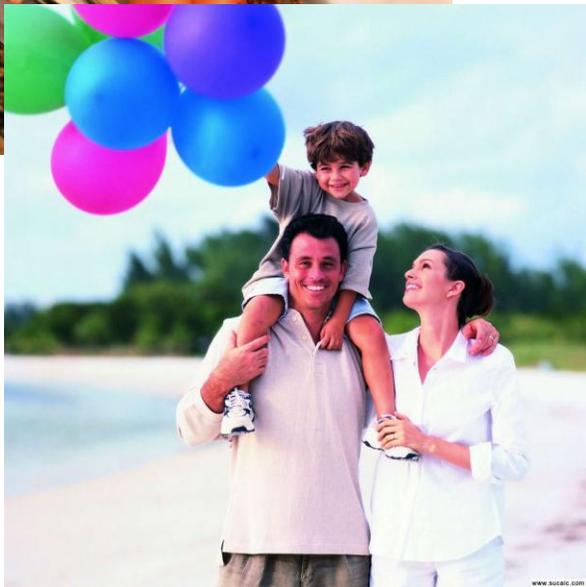
年轻女性为主

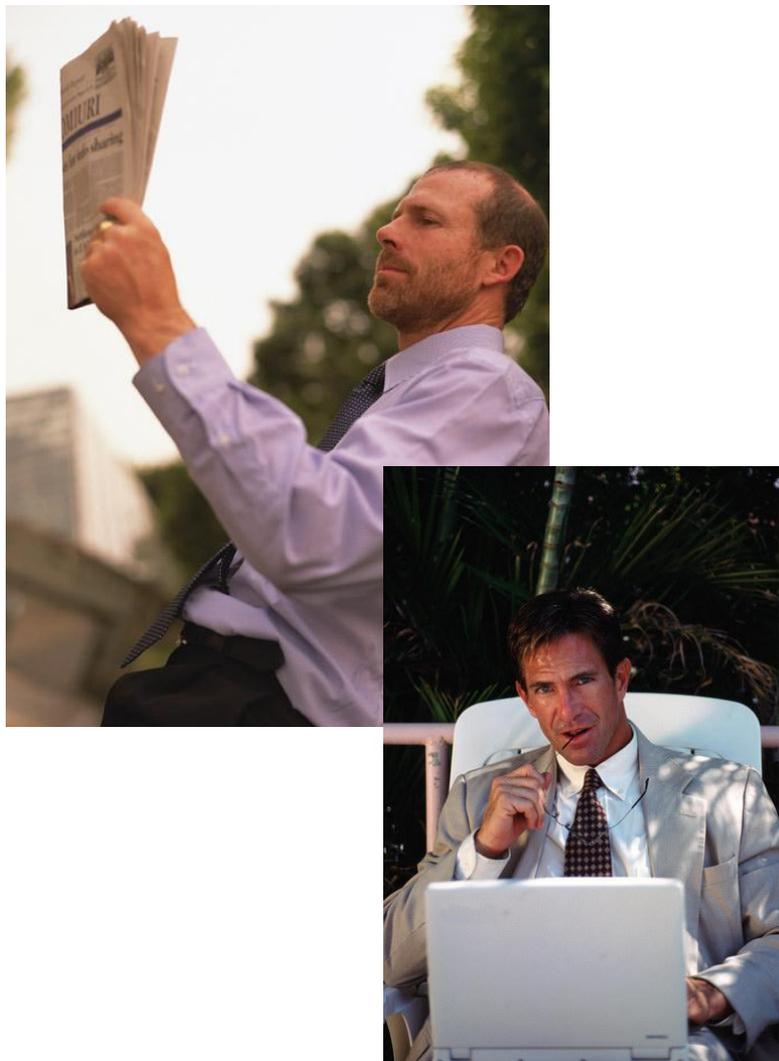
能够非常协调地平衡工作和生活的关系

乐于享受生活的每一个细节

旅游度假是他们生活的一部分

更看重车的安全性和舒适性





## 传统事业型

中年男性为主

享有较高的社会地位，通常为政界精英的形象

价值观较为传统，信奉工作和家庭和谐的中庸之道

更看重车的品牌 and 安全性



## 时尚潮流型

年轻女性为主

有非常好的家庭和社会背景

消费上紧跟时尚的最前沿

享受购物带来的刺激感受

更看重车的品牌和外观的与众不同



## 现代精英型

中青年男性为主

良好的教育背景和修养

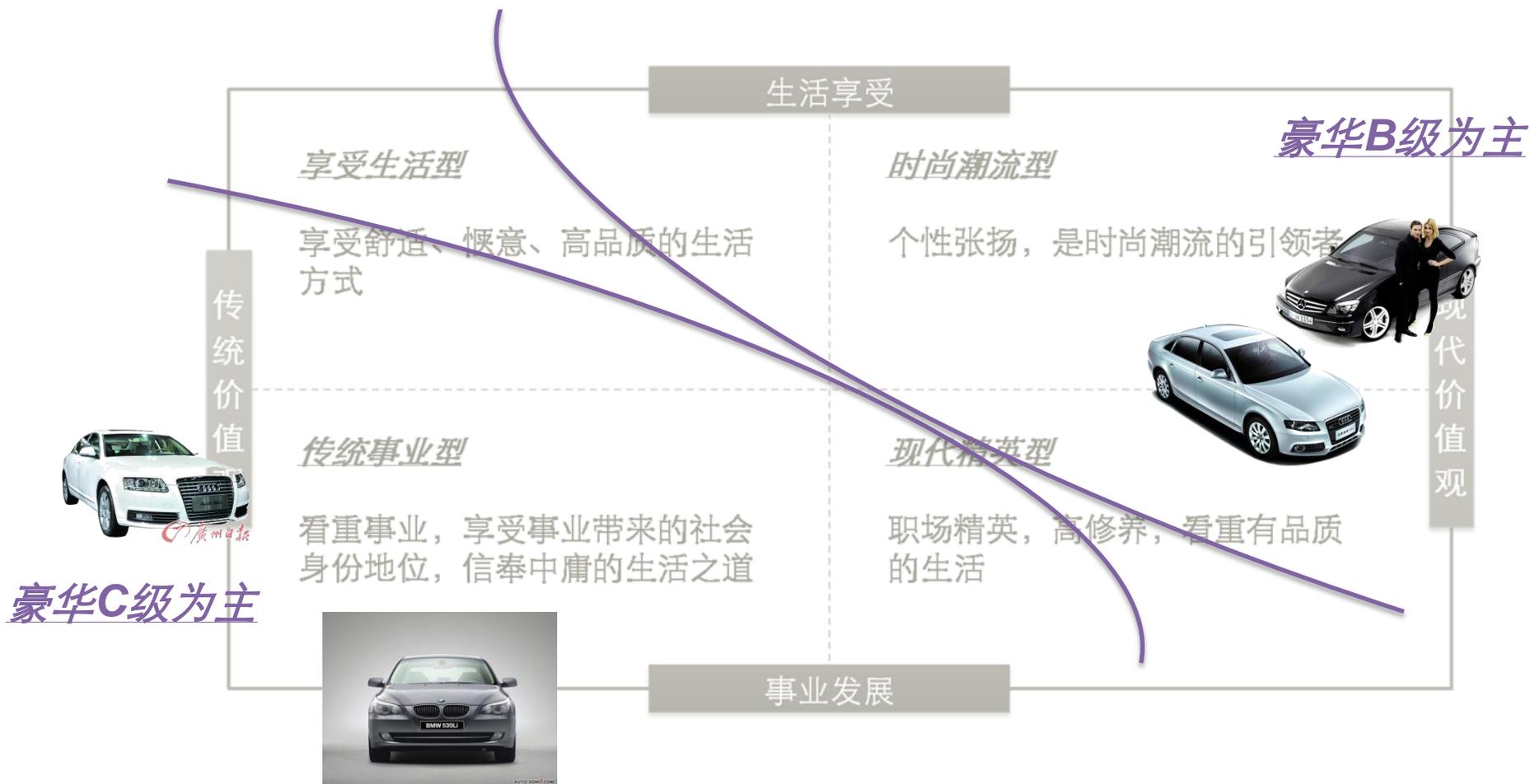
处于事业上升期，通常为商界精英的形象

看重高品质的生活方式

更看重车的外观、性能和品牌

# 豪华B和C级市场侧重于不同的细分主体

- 相对而言，豪华B级车用户以时尚潮流型用户为主，包含享受生活型和现代精英型
- 豪华C级车用户以传统事业型为主，包含现代精英型和享受生活型



## 未来，豪华车市场仍有较大的发展空间



**SINOTRUST**  
**新华信**

北京  
北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维大厦8层  
邮编：100015  
电话：(010) 5926 7688  
传真：(010) 5867 1800

上海  
上海市卢湾区建国中路29号国信商务大厦7层  
邮编：200025  
电话：(021) 6133 1788  
传真：(021) 6133 1766

广州  
广州市五羊新城寺右一马路18号泰恒大厦7层  
邮编：510600  
电话：(020) 2237 3266  
传真：(020) 2237 3299

**Thank You!**

**新华信汽车营销解决方案**

**协助您开拓市场和管理客户关系**