



乘势而上：中国高端汽车 市场展望





2012 年底，麦肯锡对中国 12 个大城市的 1200 名高端汽车消费者进行了调研，深入研究品牌心理、关键购买因素、客户接触点在消费者决策历程中的作用。本次受访高端车主的平均家庭可支配年收入为 45 万元人民币。其中八成家庭的可支配年收入超过 20 万元人民币，被称之为“富裕”家庭。麦肯锡公司预计从现在到 2020 年，该富裕人群的家庭数量将以 16% 的年均复合增长率增长，为高端汽车市场的壮大提供强大支撑。到 2020 年，中国城镇富裕家庭数量将达 2,300 万户，约占中国总人口的 7%，相当于今天英国的家庭总数。

该调研同时指出，“入门级”高端车消费者正在崛起。这一细分被称为“新主流”家庭（年均家庭可支配收入为 10~20 万元人民币），他们相信自己的收入会持续增长，从而有条件开始考虑购买高端车。相比更富裕的消费者，“新主流”家庭更关注汽车的车型、品牌和外观，而后者则通

常看重高科技动力系统和汽车性能。

总体而言，中国高端车消费者对自己的未来抱以乐观态度。他们的购车预算要比同等家庭收入的其他购车者高出 30%。约 1/4 本次受访车主认为自己正处于事业的快速上升期，对未来几年的家庭收入的稳步增长信心满满。因此，他们出手更加果断大方。

该报告还揭示了其他几项重要趋势：

- 如果说第一代高端车主寻求的是彰显社会地位和可供炫耀的资本，那么现今消费者购车的理由则更为多元化。调研中有 30%的受访者表示“彰显社会地位”仍是升级至高端车的首要原因，另有 27%选择了“自我奖励”。此外还有其他更加多元的理由，包括：“这辆车是我的商业名片”、“我被先进功能和创新设计所吸引”、“车是生活乐趣的重要来源”以及“我需要卓越的服务”。接受调研的高端车消费者对这些陈述的认同率达到 20%~25%。超过 60%的受访者把“买车”作为和“买房”、“子女教育”同等重要的家庭主要支出项目。

数据来源：汽车之家·2018年中国高端车消费趋势报告

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_46835

