

行業概覽

除另有指明者外，本節所呈列的資料源自各種官方及其他刊物以及我們委託ACMR編寫的市場研究報告。我們相信有關資料來源為該等資料的適當來源，且我們在摘錄及轉載該等資料時已合理審慎行事。我們並無理由認為該等資料在任何重大方面失實或存在誤導成份，或當中遺漏任何事實致使其在任何重大方面失實或存在誤導成份。本公司、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、聯席保薦人、包銷商、本公司或彼等各自的任何董事、高級職員或代表或參與全球發售的任何其他人士並未對該等資料進行獨立核實，亦未對其準確性發表任何聲明。該等資料及統計數據與中國境內外編撰的其他資料及統計數據未必一致。

行業資料來源

我們委託獨立市場研究諮詢機構北京華通人商用信息有限公司（「ACMR」）對下列各項進行市場分析，並就此編製一份報告（「ACMR報告」）：

- 中國的宏觀經濟概覽；
- 中國乘用車行業的市場分析；及
- 河南省乘用車行業的競爭模式。

ACMR成立於1992年，主要就數據採集、行業研究、市場研究及競爭研究提供獨立及客觀的服務。ACMR為中國市場研究協會副主席、中國競爭情報研究會會員及歐洲社會民意和市場研究協會會員。ACMR具備豐富的行業調查經驗，曾為多家籌備上市公司提供類似諮詢服務。

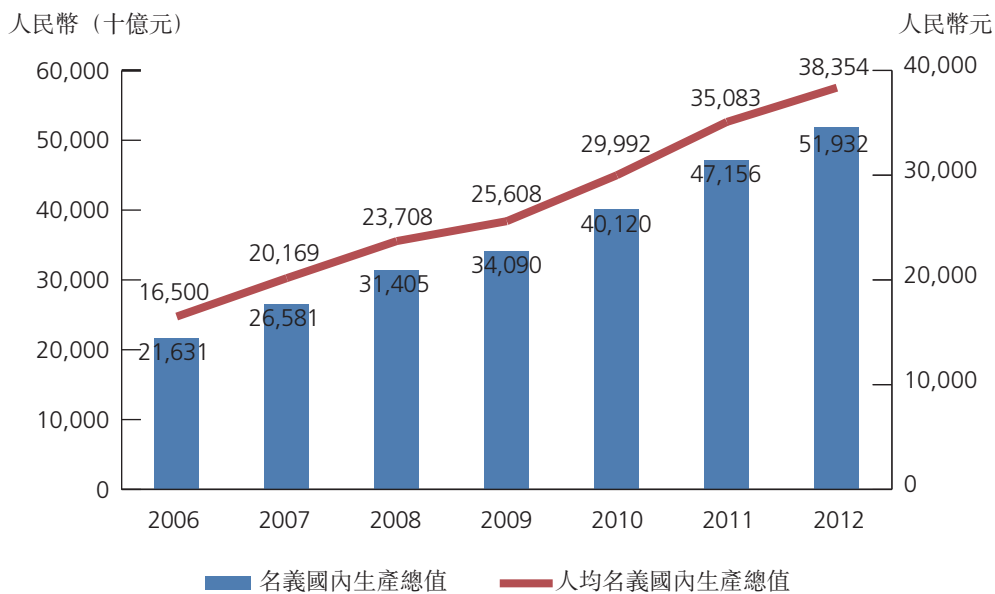
ACMR報告由深諳中國汽車產業專業知識的ACMR分析人員於2013年5月編製，有關預測乃基於ACMR對過往數據和趨勢的分析。該等資料乃由ACMR從多種官方行業資料來源獲得，包括中國有關政府部門和知名的中國行業組織，如國家統計局、中國汽車工業協會及中國汽車經銷商協會等。ACMR曾對市場參與者和行業專家進行專訪，以支持、核證及相互印證有關日期及估計的一致性。此外，ACMR亦就中國汽車行業的消費者行為對408位受訪者進行了調查。

我們已就ACMR報告向ACMR支付費用人民幣320,000元。除本報告外，我們並未就上市或本招股章程委託編寫任何其他定製的研究報告。

中國經濟的持續增長

中國的經濟增長

過去三十年，得益於中國政府的經濟改革和中國市場開放政策，中國經濟一直顯著持續增長。中國在過去三十年中一直保持著強勁的經濟增長，並於2010年第二季度超越日本躍居世界第二大經濟體（按名義國內生產總值計算）。中國的名義國內生產總值由2006年約人民幣21.6萬億元增長至2012年約人民幣51.9萬億元，複合年增長率為15.7%。同期，人均名義國內生產總值由2006年的人民幣16,500元增長至2012年的人民幣38,354元，複合年增長率為15.1%。下圖展示2006年至2012年中國名義國內生產總值及人均名義國內生產總值的增長：



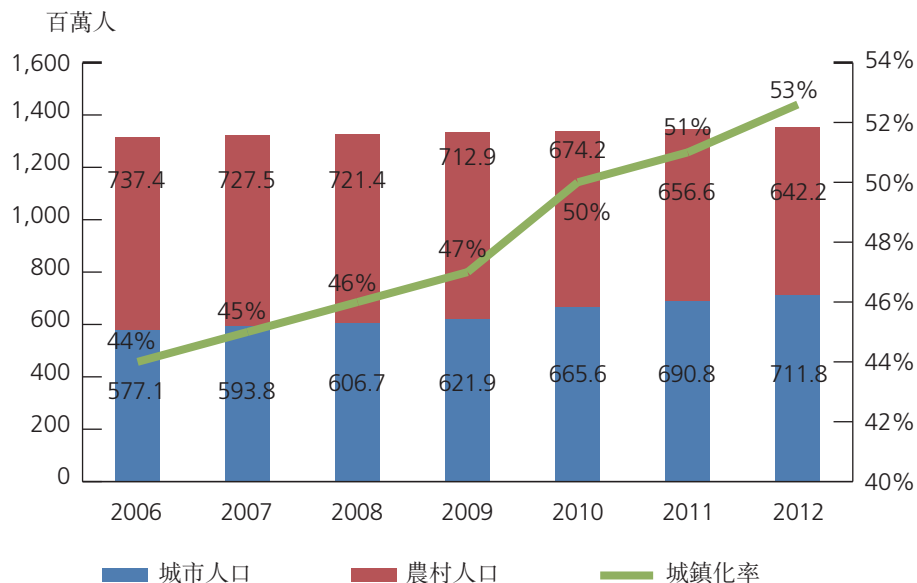
資料來源：中國國家統計局

城鎮化水平及年人均可支配收入的提高

隨著經濟持續增長，中國的城鎮化水平和年人均可支配收入逐步提高。

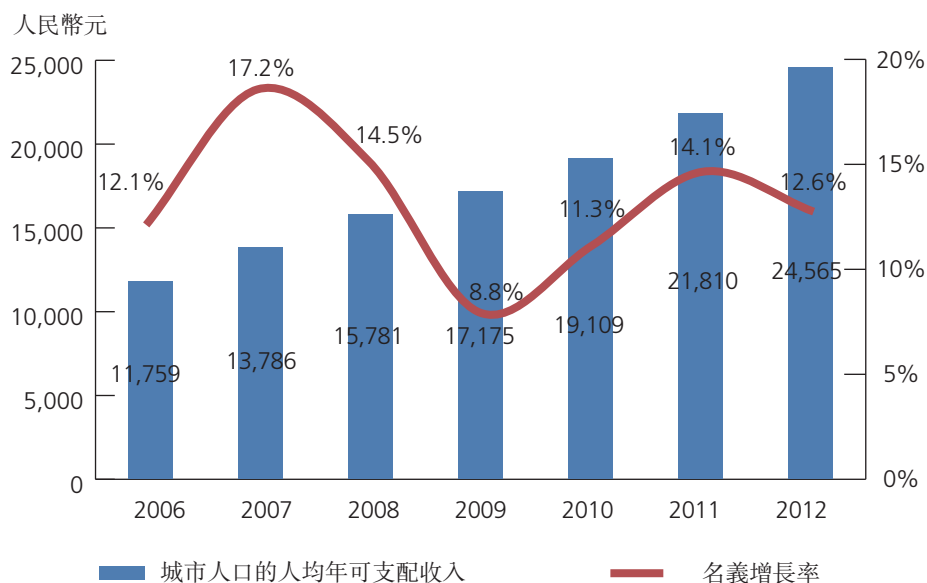
行業概覽

城鎮化水平是衡量國家經濟發展階段的常用指標之一。2006年至2012年，中國的城市人口由5.77億增長至7.12億，複合年增長率為3.6%。城市人口佔總人口的比例由2006年的約44%增長至2012年的約53%。下圖展示2006年至2012年中國城鎮化水平的提高：



資料來源：中國國家統計局

經濟增長亦導致中國（尤其是城市人口）人均年可支配收入增加。2006年至2012年，中國城市人口的人均年可支配收入由人民幣11,759元增長至人民幣24,565元，複合年增長率為13.0%。下圖展示2006年至2012年中國城市人口的人均年可支配收入的增加：



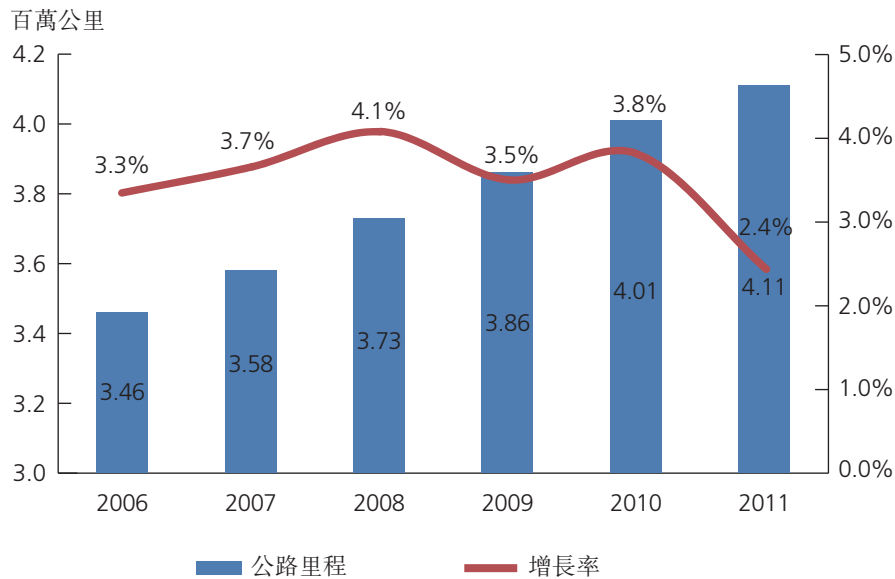
資料來源：中國國家統計局

行業概覽

城鎮化水平提高和人均可支配收入增加皆促使中國中高收入階層以及富裕人數增長。這種增長趨勢進而擴大並支持了對高價商品（如豪華及超豪華乘用車）需求的增長。

交通網絡和其他基礎設施投資的增長

作為保持和進一步推動經濟增長的一項重要措施，近年來中國政府一直在穩步增加對交通網絡和其他基礎設施的投資，這大大推動了全國交通網絡的顯著增長和基礎設施的改善。根據ACMR報告，於2006年至2011年，中國公路建設投資、公路總里程和高速公路總里程的年增長率分別為15.1%、3.5%及13.4%。於2011年，中國高速公路總里程達到85,000公里，位居世界第二。下圖展示2006年至2011年的中國公路里程：



資料來源：公路和水路交通行業發展統計

根據ACMR報告，在中國諸省中，河南省為公路里程最長的省份之一。

中國的乘用車市場

市場分部

中國乘用車的市場分部差異很大，行業標準仍未完善。然而，根據ACMR報告，基於（其中包括）價格範圍、功能、客戶對品牌的喜好及認識以及市場份額，中國乘用車品牌可分為以下類別：(i)超豪華、(ii)豪華、(iii)中檔、及(iv)低端品牌。依據市場慣例，超豪華品牌乘用車的平均價格一般為人民幣1百萬元或以上；豪華品牌乘用車的平均價格一般介乎人民幣30萬元至人民幣1百萬元之間。中端及低端乘用車的平均價格分別介乎人民幣8萬元至人民幣30萬元之間及人民幣8萬元以下。下表載列豪華及超豪華分部的代表品牌：

超豪華	豪華
賓利	寶馬
布加迪	奧迪
法拉利	梅賽德斯奔馳
科尼賽克	MINI
蘭博基尼	沃爾沃
勞斯萊斯	雷克薩斯
瑪莎拉蒂	英菲尼迪
邁巴赫	路虎
世爵	凱迪拉克
威茲曼	捷豹
阿斯頓•馬丁	林肯
保時捷	

資料來源：ACMR報告

近年的迅猛增長

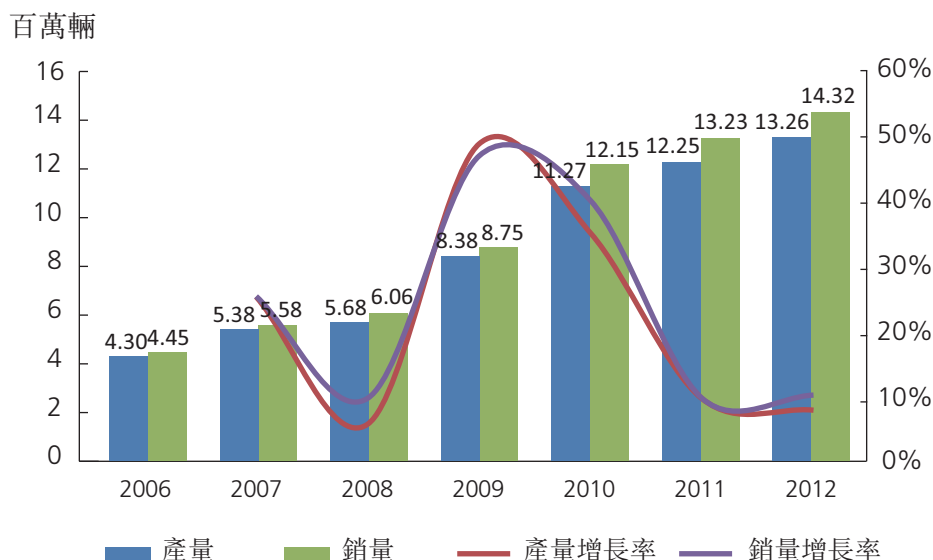
受多項因素驅動，中國乘用車市場最近幾年經歷了迅猛增長，該等因素包括：

- 經濟於過去三十年持續增長；
- 城鎮化水平及人均可支配收入提高；
- 中高收入階層以及富裕階層的興起和人數增長；及
- 交通網絡擴展和基礎設施完善。

中國乘用車市場在乘用車產量和銷量方面均呈現顯著增長。根據ACMR報告，中國生產的乘用車數量由2006年的4,300,000輛增加至2012年的13,300,000輛，複合年增長率為20.6%。

行業概覽

同期，中國售出的乘用車數量由4,500,000輛增加至14,300,000輛，複合年增長率為21.5%。下圖展示2006年至2012年中國乘用車產量和銷量的增長：



資料來源：ACMR報告

於2009年，中國政府頒佈促進汽車消費的若干優惠政策，其中包括下調購置稅、向農村戶口購車者直接發放補貼及向以舊換新購車的個人發放補貼，刺激該年度中國乘用車產量及銷量均顯著增長。於2010年，國家出台額外優惠政策，令乘用車產量及銷量進一步增長。然而，相較2009年首輪優惠政策，額外優惠政策對市場的刺激較微。因此，繼2009年出現強勁增長後，2010年的增幅較2009年有所減緩。於2011年，若干優惠政策已到期。因此，中國乘用車的產量及銷量的增長均較往年迅速放緩。

全球最大的乘用車市場

由於近幾年的強勁增長，按銷量計，中國乘用車市場已於2009年成為世界最大的乘用車市場，並於2010年至2012年連續保持最大市場地位。在銷量方面，中國乘用車市場的規模為美國市場（世界第二大乘用車市場）的約兩倍。下表列示乘用車銷量居於世界前五位的國家：

國家	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	複合年增長率
中國*	4.45	5.58	6.06	8.75	12.15	13.23	14.32	21.5%
美國	7.78	7.6	6.81	5.46	5.64	6.19	7.24	-1.2%
日本	4.64	4.4	4.23	3.92	4.21	3.53	4.57	-0.3%
巴西	1.56	1.98	2.19	2.48	2.65	3.25	3.63	15.1%
德國	3.46	3.15	3.09	3.81	2.92	3.17	3.08	-1.9%

* 不含小型巴士的銷量。

資料來源：ACMR報告

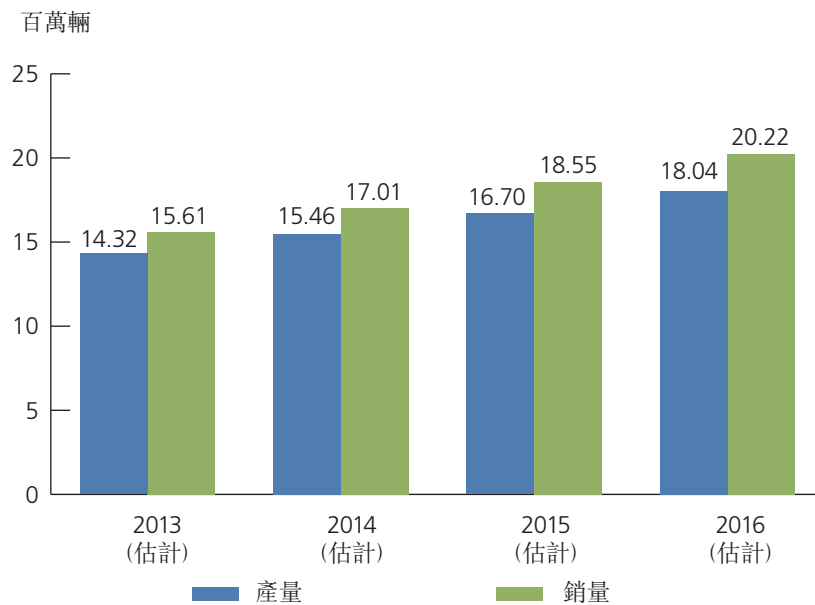
可預見未來的巨大增長潛力

根據ACMR報告，中國乘用車市場在可預見未來仍有極大的發展潛力。2012年，中國的乘用車普及率（定義為每100位居民擁有的乘用車數量）為6.2%，低於全球平均的10.8%，更遠遠低於發達國家的水平，如澳洲為57.8%，美國為61.6%，日本為47.9%，韓國為30.2%。

乘用車市場的增長受到多種因素的影響，包括：

- 中國宏觀經濟狀況；
- 人均可支配收入；
- 有關乘用車的政府政策；
- 價格波動；及
- 銷售網絡的進一步發展。

考慮到這些不同因素，ACMR報告估計，中國乘用車的需求將會繼續增長，2013年至2016年平均增長率約為9%。下圖展示2013年至2016年中國乘用車產量和銷量的估計增長：



資料來源：ACMR報告

行業概覽

4S經銷店

下表列示2012年中國的在售品牌數目、4S經銷店數目以及每個品牌經銷店的平均數目：

	在售 品牌數目	位於中國的 門店數目	每個品牌的 平均門店數目
超豪華	13	197	15
豪華	16	1,759	110

新乘用車的主要銷售平台

4S經銷店首次出現於九十年代中期，自商務部於2005年2月頒佈《汽車品牌銷售管理實施辦法》(「《辦法》」)以來，4S經銷店現已成為中國乘用車的主要零售平台。《辦法》規定(其中包括)，在零售汽車製造商的品牌前，所有汽車經銷商必須獲得汽車製造商的許可，這實際上逐步淘汰了4S經銷店以外的大多數零售平台。根據ACMR報告，自2010年起，所有新乘用車均通過4S經銷店銷售。由於競爭激烈，往績記錄期間新乘用車銷售的平均利潤率僅為2-3%。

售後服務的快速增長

除新乘用車銷售外，4S經銷店通常亦提供諸如保養及維修等售後服務。根據ACMR報告，在汽車行業的各個分部中，售後服務往往具有最高的利潤率，目前中國售後服務的平均利潤率約為40-45%。最近幾年，由於越來越多的客戶接受4S經銷店的服務以及乘用車日益增多，4S經銷店的售後服務經歷大幅增長。根據ACMR報告，4S經銷店的售後服務收入由2006年的人民幣500億元增加至2012年的人民幣2,950億元，複合年增長率為30.4%。然而，近年來4S經銷店的售後服務收入佔總收入的百分比基本保持穩定。下表列示2006年至2012年中國4S經銷店按百分比計算的收入明細以及2013年至2016年的估計收入明細：

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年 (估計)	2014年 (估計)	2015年 (估計)	2016年 (估計)
新乘用車銷售	91%	91%	89%	89%	89%	88%	86%	84%	81%	78%	74%
售後服務	8%	7%	8%	9%	9%	10%	12%	14%	17%	20%	24%
二手乘用車銷售	1%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%

資料來源：ACMR報告

行業概覽

中國的豪華及超豪華乘用車市場

中國的豪華及超豪華乘用車市場的快速增長

根據ACMR報告，隨著經濟增長及個人財富積累，近年來中國奢侈品市場經歷快速增長。中國大陸奢侈品（包括豪華及超豪華汽車、私人飛機、私人遊艇及豪華配件）的市場規模由2009年的人民幣3,287億元增至2012年的人民幣9,031億元，複合年增長率為40.1%。在奢侈品中，豪華及超豪華乘用車佔最大部份，佔2012年奢侈品總銷售額的約82%。2006年至2012年，豪華及超豪華乘用車市場經歷尤其快速的增長。根據ACMR報告，中國豪華及超豪華乘用車的銷量從2006年的152,200輛增長至2012年的1,430,000輛，複合年增長率為45.3%，增幅超過中國乘用車總銷量的複合年增長率的兩倍。同期，中國豪華及超豪華乘用車銷量佔乘用車總銷量的百分比由2006年的3.4%增加至2012年的10.0%。下表列示2006年至2012年豪華及超豪華乘用車的銷量和複合年增長率以及其佔總銷量的百分比：

	2006年		2007年		2008年		2009年		2010年		2011年		2012年		複合 年增長率
	銷量		銷量		銷量		銷量		銷量		銷量		銷量		
	(千輛)	(%)	(千輛)	(%)	(千輛)	(%)	(千輛)	(%)	(千輛)	(%)	(千輛)	(%)	(千輛)	(%)	
超豪華.....	3.1	0.07	5.0	0.09	10.9	0.18	9.6	0.11	15.8	0.13	31.8	0.24	40.0	0.28	53.0%
豪華.....	149.1	3.4	218.7	3.9	329.7	5.4	362.3	4.1	710.8	5.9	1,102.1	8.3	1,392.0	9.7	45.1%
合計.....	152.2	3.4	223.7	4.0	340.6	5.6	371.9	4.3	726.6	6.0	1,133.9	8.6	1,432.0	10.0	45.3%
全部乘用車.....	4,450	100.0	5,580	100.0	6,060	100.0	8,750	100.0	12,150	100.0	13,230	100.0	14,320	100	21.5%

資料來源：ACMR報告

根據ACMR報告，中國豪華及超豪華乘用車的銷售收入由2006年的人民幣1,039億元增長至2012年的人民幣7,418億元，複合年增長率為38.8%，而中國乘用車總銷售收入的複合年增長率則為23.4%。同期，中國豪華及超豪華乘用車的銷售收入佔乘用車總銷售收入的百分比由2006年的17.3%增長至2012年的35.0%。由於其價格範圍較高，相對按銷量計的百分比而言，中國豪華及超豪華乘用車的銷售收入在乘用車總銷售收入中一直佔據較高的百分比。下表列示2006年至2012年豪華及超豪華乘用車的銷售收入（以人民幣計）以及佔總銷售收入的百分比：

	2006年		2007年		2008年		2009年		2010年		2011年		2012年		複合 年增長率
	收入		收入		收入		收入		收入		收入		收入		
	(十億元)	(%)	(十億元)	(%)	(十億元)	(%)	(十億元)	(%)	(十億元)	(%)	(十億元)	(%)	(十億元)	(%)	
超豪華.....	4.3	0.7	7.0	0.9	11.1	1.4	11.0	1.0	20.8	1.3	40.1	2.1	53.0	2.5	52.2%
豪華.....	99.6	16.6	142.2	18.5	183.0	22.7	217.4	20.0	400.9	24.6	586.3	30.6	688.8	32.5	38.0%
合計.....	103.9	17.3	149.2	19.4	194.1	24.1	228.3	21.0	421.7	25.9	626.4	32.7	741.8	35.0	38.8%
全部乘用車.....	600.8	100.0	770.0	100.0	806.0	100.0	1,085.0	100.0	1,628.1	100.0	1,918.4	100.0	2,119.5	100	23.4%

資料來源：ACMR報告

行業概覽

2012年9月及前後中日兩國之間爆發領土糾紛（或稱釣魚島爭端），導致日本品牌乘用車在中國遭受短暫性抵制。同時，由於日本品牌汽車銷量減少，其他國家汽車製造商的市場份額大幅擴大，尤其是寶馬等德國品牌汽車。於2011年，在外國品牌乘用車中，日本品牌汽車合共佔據中國市場的最大份額，按銷量計為19.4%。然而，於2012年底，日本品牌汽車的整體市場份額快速下滑至16.4%。相反，德國品牌汽車的合共市場份額由2011年的16.5%增加至2012年底的18.4%，超過日本品牌的合共市場份額，躍居中國乘用車市場的最大市場佔有者。預期德國品牌汽車整體將於未來幾年佔據最大市場份額。然而，釣魚島爭端預計將不會對中國乘用車市場產生長期重大影響。根據中國汽車工業協會近期的一份報告，日本乘用車的銷量已於2012年11月開始復甦，與上月相比增加約72%。日本乘用車在中國的每月市場份額亦由2012年10月的7.6%上升至2012年11月的11.7%及2012年12月的14.9%。釣魚島爭端的不利影響預計將繼續逐漸減少。

此外，由於歐債危機加劇，歐洲汽車市場顯現惡化跡象。主要汽車製造商（包括寶馬集團及大眾集團）開始將其未售出存貨轉銷至中國市場等其他具有較強購買力的汽車市場。進口汽車供應增加導致經銷商之間出現價格競爭，尤其是豪華品牌汽車。然而，豪華乘用車價格下跌刺激銷量大幅上升。例如，於2012年，寶馬品牌汽車在中國市場的銷量強勁增長至303,200輛，較2011年同期增加40%。此外，儘管經歷快速增長，但就總銷量而言，進口乘用車仍在中國佔據相對較小的市場份額。例如，於2012年，中國共進口1,080,000輛乘用車，佔當年總銷量不到8%。因此，歐洲乘用車市場的惡化及未售出乘用車的轉售預計將不會對中國乘用車市場產生重大不利影響。

考慮到以上情況，ACMR報告估計，於2013年至2016年，中國豪華及超豪華乘用車市場將繼續快速增長，銷量將由2013年的1,450,000輛增加至2016年的3,010,000輛，複合年增長率達約27.6%。此外，據ACMR進一步估計，豪華及超豪華乘用車的銷售收入預期將由2013年的人民幣8,490億元增至2016年的人民幣1.5萬億元，複合年增長率達21.9%。此外，據ACMR報告估計，中國豪華乘用車於2013年、2014年、2015年及2016年的平均零售價分別為人民幣560,000元、人民幣547,000元、人民幣525,000元及人民幣469,000元，而超豪華乘用車於2013年、2014年、2015年及2016年的平均零售價則分別為人民幣132萬元、人民幣136萬元、人民幣135萬元及人民幣129萬元。

本集團在中國豪華及超豪華乘用車市場的領先地位

根據ACMR報告，按品牌覆蓋和門店數目計算，本集團為中國專營豪華及超豪華乘用車的領先經銷集團。截至最後實際可行日期，本集團全資或共同擁有覆蓋10個豪華及超豪華品牌的門店數目，在專營豪華及超豪華乘用車的經銷集團中名列首位。此外，截至最後實際可行日期，本集團經營25間門店，在中國專營豪華及超豪華乘用車的經銷集團中名列第二。

行業概覽

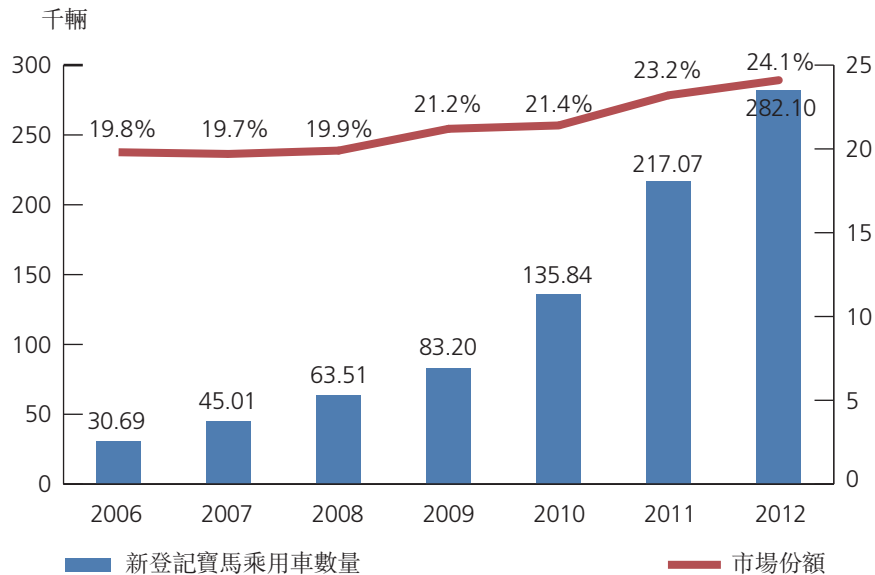
就收入而言，本集團為2012年專營豪華及超豪華品牌汽車的經銷集團中的第二大經銷商。本集團的主要同業競爭對手為利星行有限公司及耀萊集團有限公司。其他專營豪華及超豪華品牌乘用車的經銷商規模均較小，擁有的經銷門店不足五間。利星行有限公司僅經銷奔馳汽車，其2012年的收入為人民幣404.6億元。耀萊集團有限公司專門經銷超豪華品牌（如賓利、勞斯萊斯及蘭博基尼）汽車，於2012年確認收入人民幣35.6億元。於2012年，本集團於豪華及超豪華乘用車市場的市場佔有率按收入計約為0.7%。

就整體乘用車經銷商而言，本集團的主要競爭對手包括利星行有限公司、中國永達汽車服務控股有限公司、中國正通汽車服務控股有限公司及寶信汽車集團有限公司，彼等於2012年的市場份額按收入計分別為5.5%、2.9%、3.7%及2.3%。除利星行有限公司外，所有該等主要競爭對手均有經銷豪華及超豪華品牌以外的中端及／或低端品牌乘用車。

經選定豪華及超豪華品牌

寶馬

根據ACMR報告，於2012年上半年，中國超越美國成為寶馬的全球最大市場。按2006年至2012年的銷量計算，在中國的豪華乘用車市場中，寶馬為第二大品牌。下圖展示2006年至2012年新登記寶馬乘用車的數量及寶馬乘用車銷量佔中國豪華乘用車總銷量的百分比：

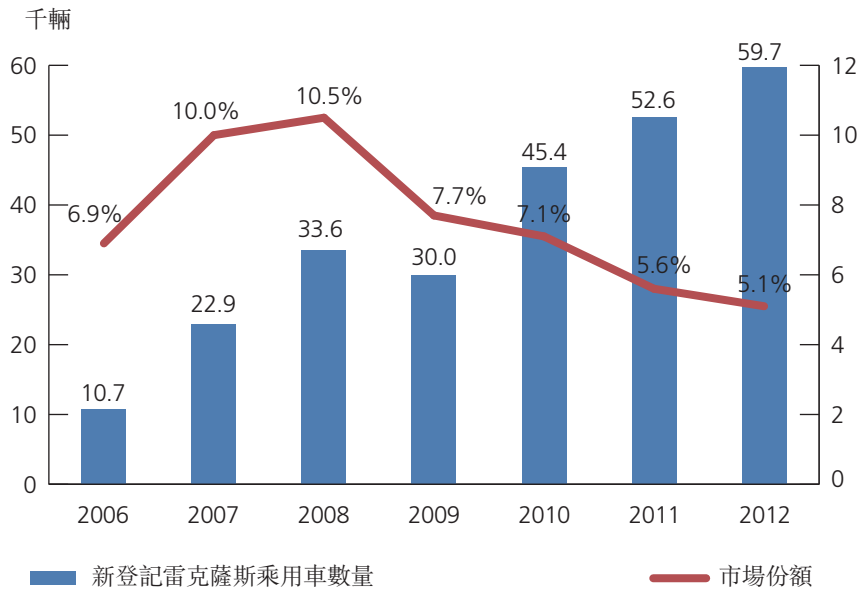


資料來源：ACMR報告

此外，根據ACMR報告，2006年至2012年河南省已登記寶馬乘用車數量的複合年增長率為54.3%，高於全國的平均增長率44.7%。

雷克薩斯

中國新登記雷克薩斯乘用車的數量由2006年的約10,700輛增長至2012年的59,700輛，複合年增長率為33.1%。於2012年，雷克薩斯佔中國市場份額因受到釣魚島爭端帶來的負面影響而降至5.1%。下圖展示2006年至2012年新登記雷克薩斯乘用車的數量及雷克薩斯乘用車銷量佔中國豪華乘用車總銷量的百分比：



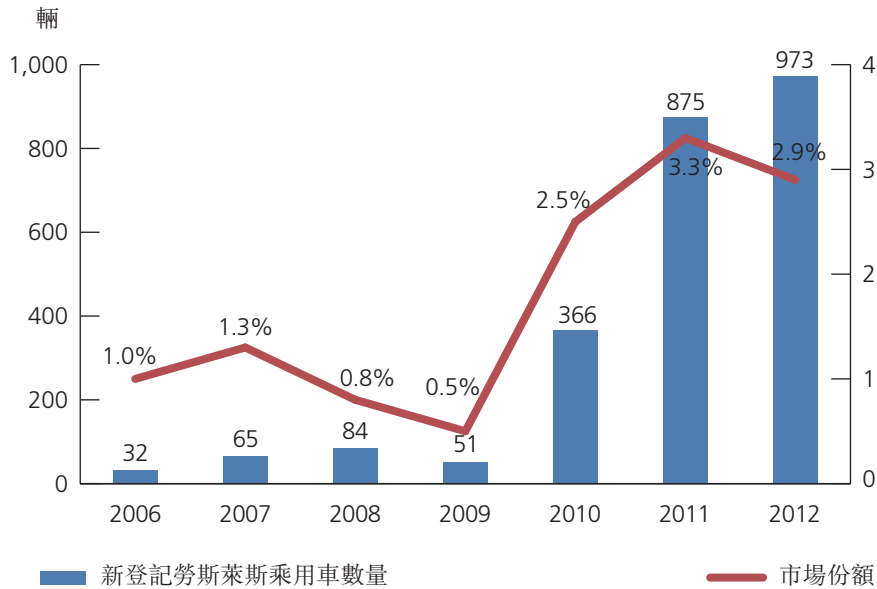
資料來源：ACMR報告

此外，根據ACMR報告，2006年至2012年河南省已登記雷克薩斯乘用車數量的複合年增長率為54.4%，高於全國的平均增長率33.1%。

行業概覽

勞斯萊斯

根據ACMR報告，於2011年，中國超越美國成為勞斯萊斯的全球最大市場。下圖展示2006年至2012年新登記勞斯萊斯乘用車的數量及勞斯萊斯乘用車銷量佔中國超豪華乘用車總銷量的百分比：



資料來源：ACMR報告

行業概覽

華中地區的豪華及超豪華乘用車市場

華中地區的豪華及超豪華乘用車市場的快速增長

根據ACMR報告，華中地區的名義國內生產總值由2006年的人民幣2.77萬億元增長至2012年的人民幣7.42萬億元，複合年增長率為17.9%，高於全國的平均增長率15.7%。此外，中國中央政府提出將發展「中原經濟區」作為第十二個五年計劃的核心任務之一，這將進一步刺激該地區未來的經濟增長。

由於經濟的快速增長，整體乘用車市場（尤其是豪華及超豪華乘用車市場）在華中地區出現顯著增長。根據ACMR報告，華中地區的新登記乘用車數量由2006年的約41萬輛增長至2012年的120萬輛，複合年增長率為19.3%，在中國的七個地區中居第二位。同樣地，華中地區新登記豪華及超豪華乘用車的數量由2006年的7,342輛增長至2012年的70,871輛，複合年增長率為45.9%，在中國的七個地區中榮登榜首。下表列示2006年至2012年華中地區新登記豪華及超豪華乘用車的數量及複合年增長率以及佔中國豪華及超豪華乘用車總數的百分比：

	2006年		2007年		2008年		2009年		2010年		2011年		2012年		複合 年增長率
	數量	(%)	數量	(%)	數量	(%)	數量	(%)	數量	(%)	數量	(%)	數量	(%)	
超豪華.....	78	2.4	121	2.3	328	3.1	457	4.4	570	4.0	1,610	6.0	1,812	5.4	68.9%
豪華.....	7,264	4.7	10,291	4.5	15,756	4.9	19,524	5.0	34,789	5.5	59,282	6.3	69,059	5.9	45.5%
合計.....	7,342	4.6	10,412	4.5	16,084	4.9	19,981	5.0	35,359	5.4	60,892	6.3	70,871	5.9	45.9%

資料來源：ACMR報告

本集團在華中地區的豪華及超豪華乘用車市場處於領先地位

根據ACMR報告，本集團為2012年華中地區豪華及超豪華乘用車市場的最大經銷集團，佔該地區豪華及超豪華乘用車總銷量的9.7%。此外，根據ACMR報告，按銷量計，本集團為2012年華中地區寶馬及雷克薩斯乘用車的最大經銷集團。於2012年，本集團售出的寶馬及雷克薩斯乘用車分別佔2012年華中地區寶馬及雷克薩斯乘用車總銷量的38.1%及29.8%。

本集團於華中地區的主要競爭對手包括湖北恒信德龍實業有限公司、湖南汽車城永通有限公司、湖南華洋世紀汽車集團公司及湖南蘭天汽車集團有限公司，按銷量計，彼等於2012年在華中豪華及超豪華乘用車市場的市場佔有率分別為5.2%、3.8%、2.1%及1.7%。於2012年，就收入而言，本集團在華中地區豪華及超豪華乘用車市場的市場佔有率約為9.1%。於2012年，湖北恒信德龍實業有限公司、湖南永通汽車集團、湖南華洋世紀汽車集團及湖南蘭天汽車集團的市場份額分別為約5.0%、3.7%、2.0%及1.6%。

河南省的豪華及超豪華乘用車市場

河南省為華中地區的交通樞紐，是該地區人口最多的省份。根據ACMR報告，河南省名義國內生產總值從2006年的人民幣1.2萬億元增加至2012年的人民幣3.0萬億元，複合年增長率為15.8%。人均名義國內生產總值由2006年的人民幣13,313元增長至2012年的人民幣31,753元，複合年增長率為15.6%。河南省城鎮居民人均可支配收入由2006年的人民幣9,810元增加至2012年的人民幣20,442元，複合年增長率為13.0%。於2010年，中央政府提出了「中原經濟區」構想，並將其發展作為第十二個五年計劃的主要策略之一。於2011年9月，國務院發佈《國務院關於支持河南省加快建設中原經濟區的指導意見》，進一步證實了這一戰略。該指導意見將河南省的現代化作為中原經濟區發展的「核心任務」，其中包括要求加強鄭州作為華中地區交通及物流樞紐的地位。

河南的乘用車市場在近幾年經歷了快速增長。河南省的新登記乘用車數量由2006年的約211,000輛增加至2012年的542,000輛，複合年增長率為17.1%。河南省的新登記豪華及超豪華乘用車數量由2006年的2,965輛增加至2012年的28,092輛，複合年增長率為45.5%。此外，河南省的新登記超豪華乘用車數量由2006年的19輛增加至2012年的671輛，複合年增長率為81.1%。於2012年，河南省佔中國超豪華及豪華乘用車市場的市場佔有率按銷量計為2.4%，由2006年的1.9%不斷增加。根據ACMR報告，預計釣魚島領土爭端的近期發展及歐債危機加劇對河南省豪華及超豪華乘用車市場的影響與其對中國整體汽車市場的影響並無不同。詳情請參閱「— 中國豪華及超豪華乘用車市場 — 中國豪華及超豪華乘用車市場的快速增長」一節。

自2005年開始營業以來，本集團一直在門店數量和銷量方面主導著河南省的豪華及超豪華乘用車市場，尤其是寶馬、雷克薩斯及勞斯萊斯等品牌。於2011年之前，本集團為河南省唯一的寶馬及雷克薩斯經銷商。截至最後實際可行日期，本集團為勞斯萊斯在河南省的唯一經銷商。截至最後實際可行日期，本集團在河南省經營11間寶馬門店，佔河南省寶馬門店總數的85%。於2010年、2011年及2012年，本集團在河南省售出的寶馬乘用車分別佔河南省寶馬乘用車總銷量的100%、91.9%及85.6%。與此類似，截至最後實際可行日期，本集團在河南省經營兩間雷克薩斯門店，佔河南省雷克薩斯門店總數的67%。於2010年、2011年及2012年，本集團在河南省售出的雷克薩斯乘用車分別佔河南省雷克薩斯乘用車總銷量的100%、80.9%及70.3%。此外，於最後實際可行日期，本集團經營著河南省的唯一一間勞斯萊斯門店。