腾易科技 | 腾易研究院

中国女性越来越爱开车

女性行驶里程洞察报告（2026版）



团队成员

周丽君

院长/首席分析师

石本雅

行业分析师

王世祥

行业分析师

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

2023-2026年
中国女性的行驶里程加速提升，且超越2019年水平
升至1.31万公里，中国女性越来越“爱开车”

- 2019年中国女性的年均行驶里程为1.18万公里，疫情三年(2020-2022年)整体降至1万公里以内。疫情后的2023年，中国女性的行驶里程强势反弹至1.21万公里，不仅超越了疫情前2019年的水平，而且强势突破1.2万公里。2024-2026年，中国女性的行驶里程分别升至1.23万公里、1.26万公里和1.31万公里，呈现加速提升的走势；

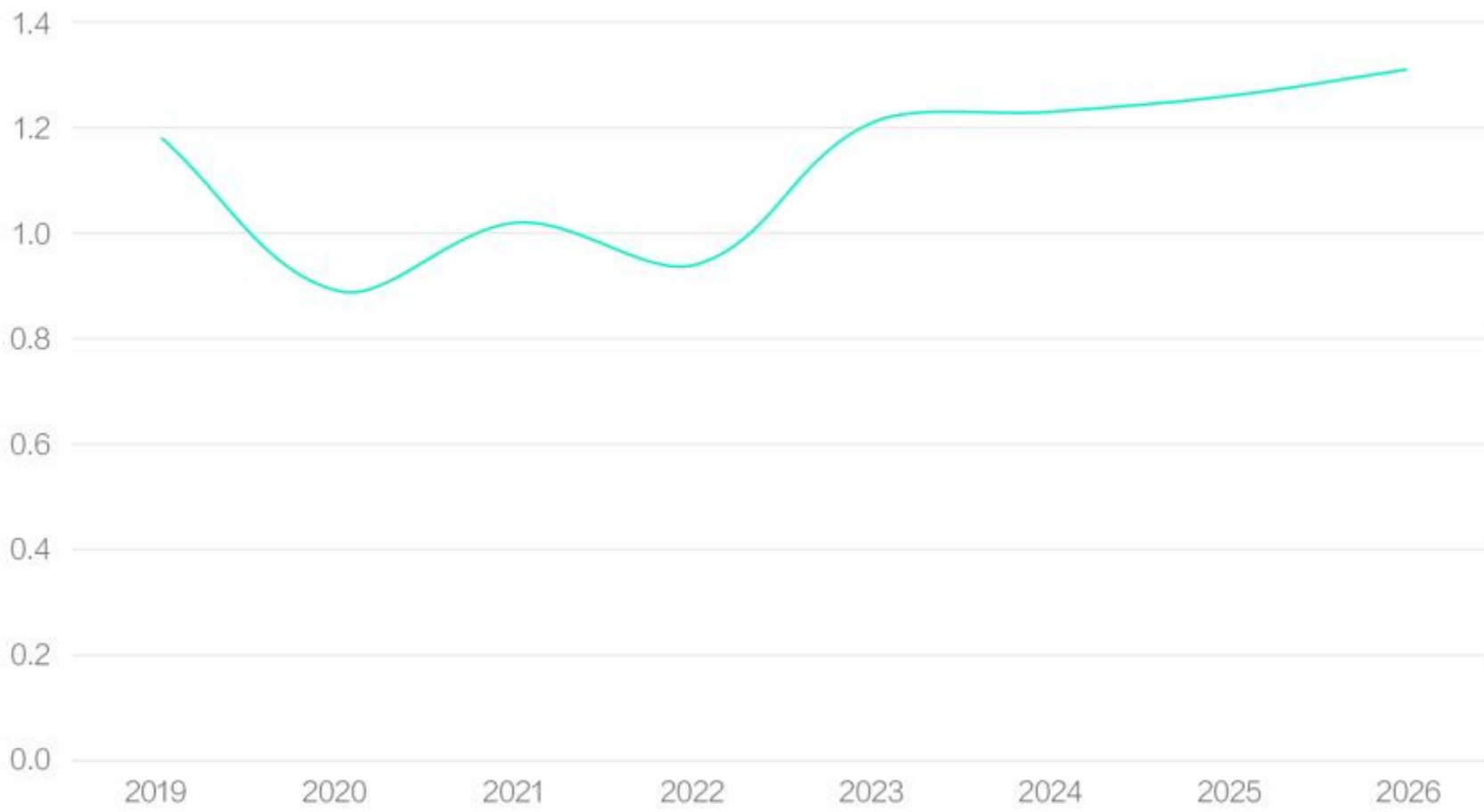
- 中位数也在提升，2026年中国女性行驶里程的中位数升至1.11万公里，比2023年的0.94万公里提升了18%，高于平均数8.26%的增幅，意味着中国女性行驶里程的提升具有普世性，具备成为新趋势的潜质；

- 2023-2026年，除了整体提升，中国女性行驶里程的内部结构发生剧烈演变：以上下班和代步为主的1.5万公里以内的占比由76.73%降至68.64%，第一行驶里程区间由代步为主的0.5-1万公里，升至上下班为主的1-1.5万公里；1.5万公里以上的占比突破三成，以自驾游为主的2万公里以上的占比提升显著，2-3万公里升至8.36%，3-5万公里升至6.6%，5万公里以上升至2.52%，都实现了翻倍式增长；

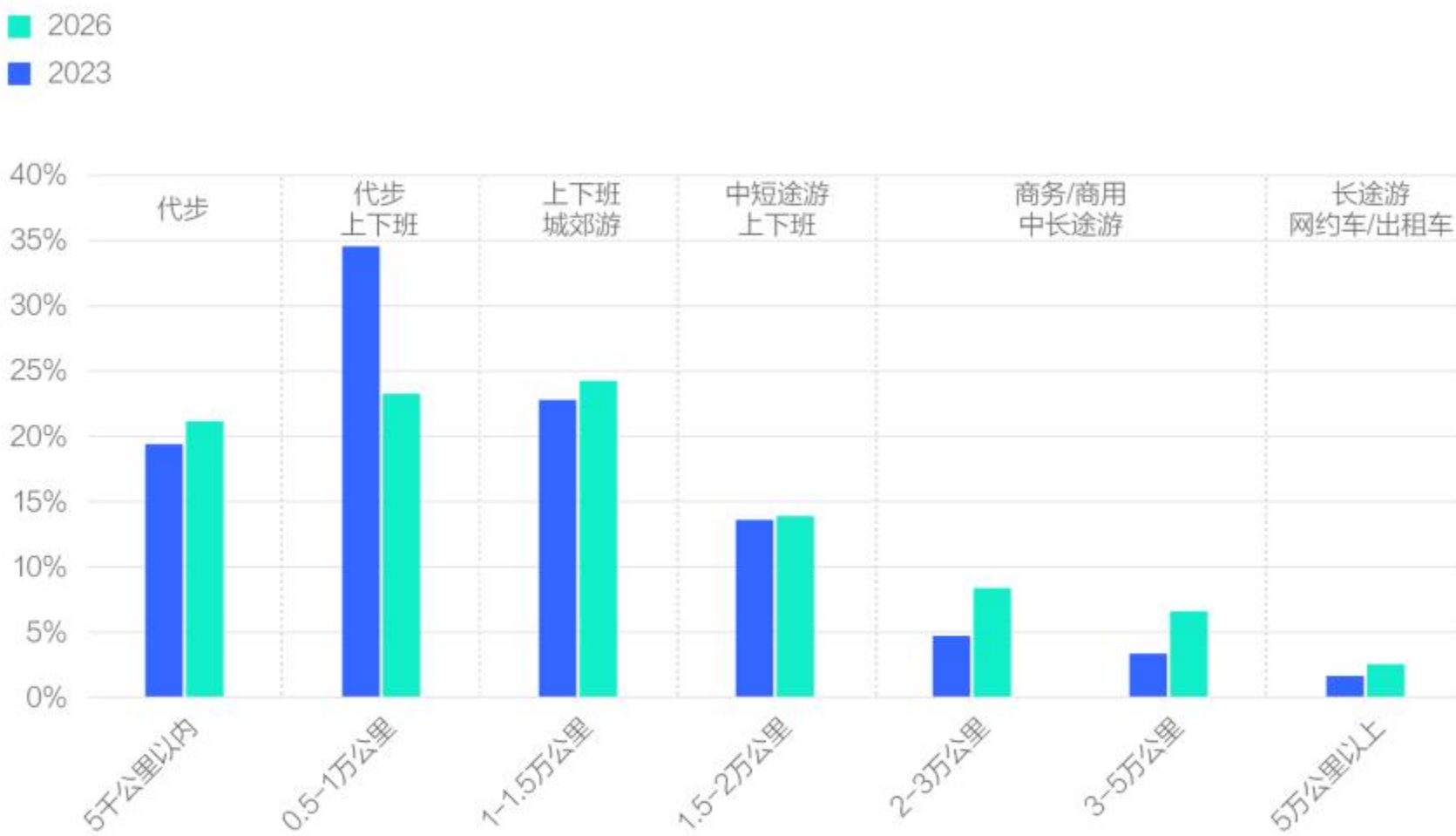
- 行驶里程越长，对车子的质量、性能等要求更高，相应车型的售价与单车利润也更高，意味着2023-2026年中国女性车市的含金量在大幅提升。十五五，如中国女性的年均行驶里程不断提升，1.5万公里以上的占比突破四成，中国女性车市的含金量将进一步提升，那些率先迎合了中国女性行驶里程不断提升之新趋势的车企，有望成为中国车市的新黑马。



2019-2026年
中国女性的年均行驶里程走势(万公里)



2023-2026年
中国女性的行驶里程分布



数据来源：腾易研究院
数据说明：2026年数据为截至8月底的近一年数据

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

从家庭收入看，中产与富豪女性的年均行驶里程提升更显著
2026年中产女性升至1.38万公里，富豪女性升至1.45万公里

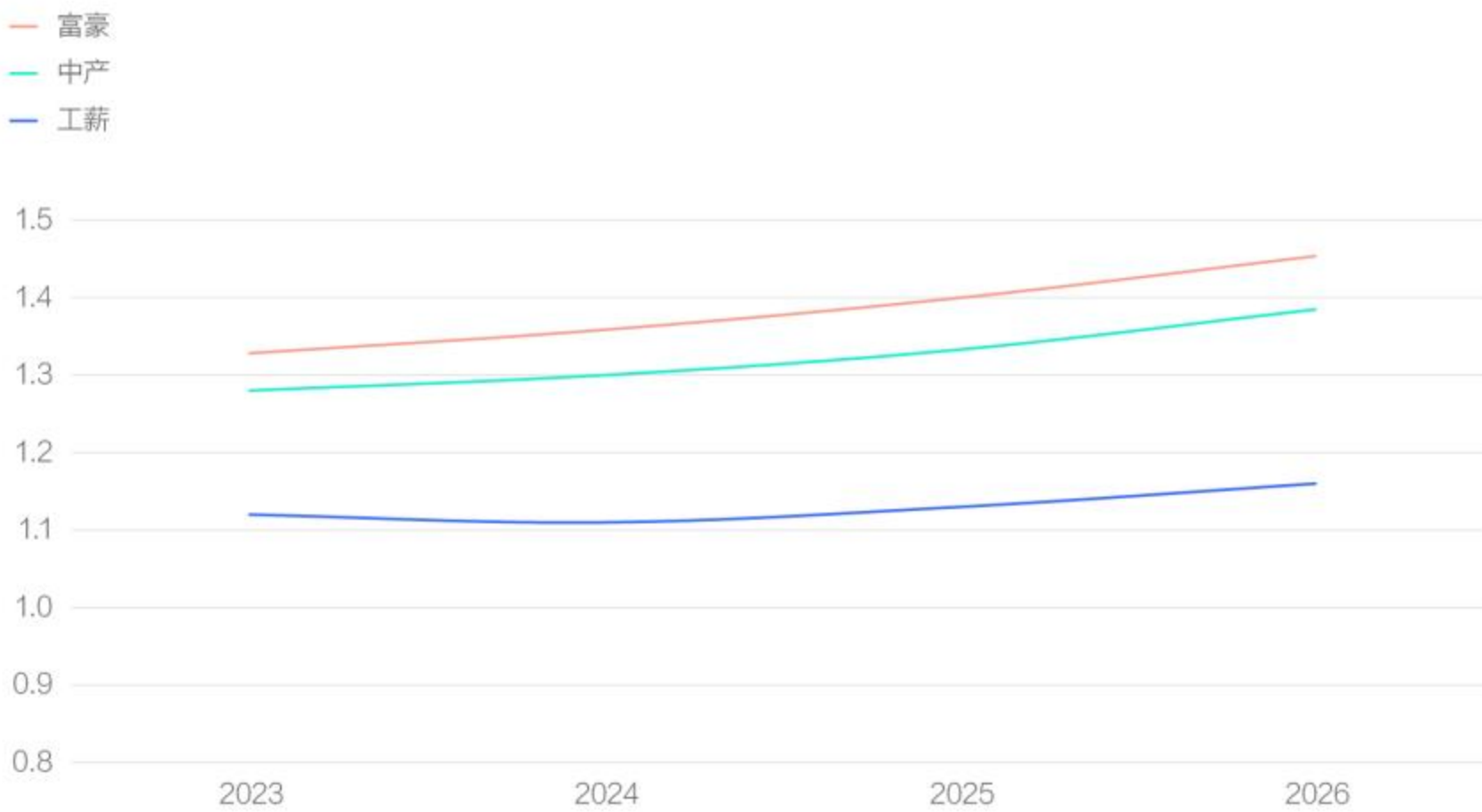
- 2023-2026年，从家庭收入看，虽然各阶层女性的行驶里程都有提升，但提升幅度差异显著，率先换购的中产与富豪女性提升更显著，前者升至1.38万公里，后者升至1.45万公里，个人首购为主的工薪女性的行驶里程小幅升至1.16万公里；

- 2026年各阶层中国女性的行驶里程分布各有特色：工薪女性的行驶里程更集中1.5万公里以内，占比近75%，以上下班通勤为主的1-1.5万公里占比最多，说明中国不少工薪女性也进入了私家车通勤的新阶段，其中工薪为主的大城女青年贡献较大。十四五，汽车成为越来越多刚大学毕业参加工作的大城女青年的必备通勤工具，十五五，该趋势有望向小城女青年下沉。工薪女性5万公里以上的占比绝对值并不高，但比值明显高于中产女性，关键因素不是自驾游，而是网约车；中产女性与工薪女性的行驶里程呈现错位分布，1.5万公里以内的各细分里程占比，中产女性不约而同低于工薪女性，1.5-5万公里的各细分里程占比，中产女性不约而同高于工薪女性，关键因素在中产女性的主要用车场景，正由代步与上下班，向自驾游渗透；富豪女性行驶里程分布较分化，占比最多的不是上下班为主的1-1.5万公里，而是代步为主的0.5万公里以下，近25%。3万公里以上的行驶里程占比，富豪女性明显高于工薪与中产，这与富豪女性的商务、长途自驾游等密切相关；

- 十五五，如工薪女性的1.5万公里以内的行驶里程占比维持在七成左右，有望持续助推小电动发展。关键变量在中产女性，如其1.5万公里以上的占比突破40%并挑战45%，大概率会持续提升中国女性的行驶里程与中国女性车市的含金量。富豪女性行驶里程相对分化的特征，有望给中国代步车市和自驾游车市注入更多活力，如激活电动小跑车、助推硬派车市等。



2023-2026年
各阶层中国女性的年均行驶里程走势(万公里)



2026年
各阶层中国女性的行驶里程分布



数据来源：腾易研究院
数据说明：2026年数据为截至8月底的近一年数据；工薪＜15万元≤中产＜50万元≤富豪

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

从城市级别看，大城女性的年均行驶里程提升更显著
2026年新一线城市升至1.37万公里
一线城市升至1.40万公里

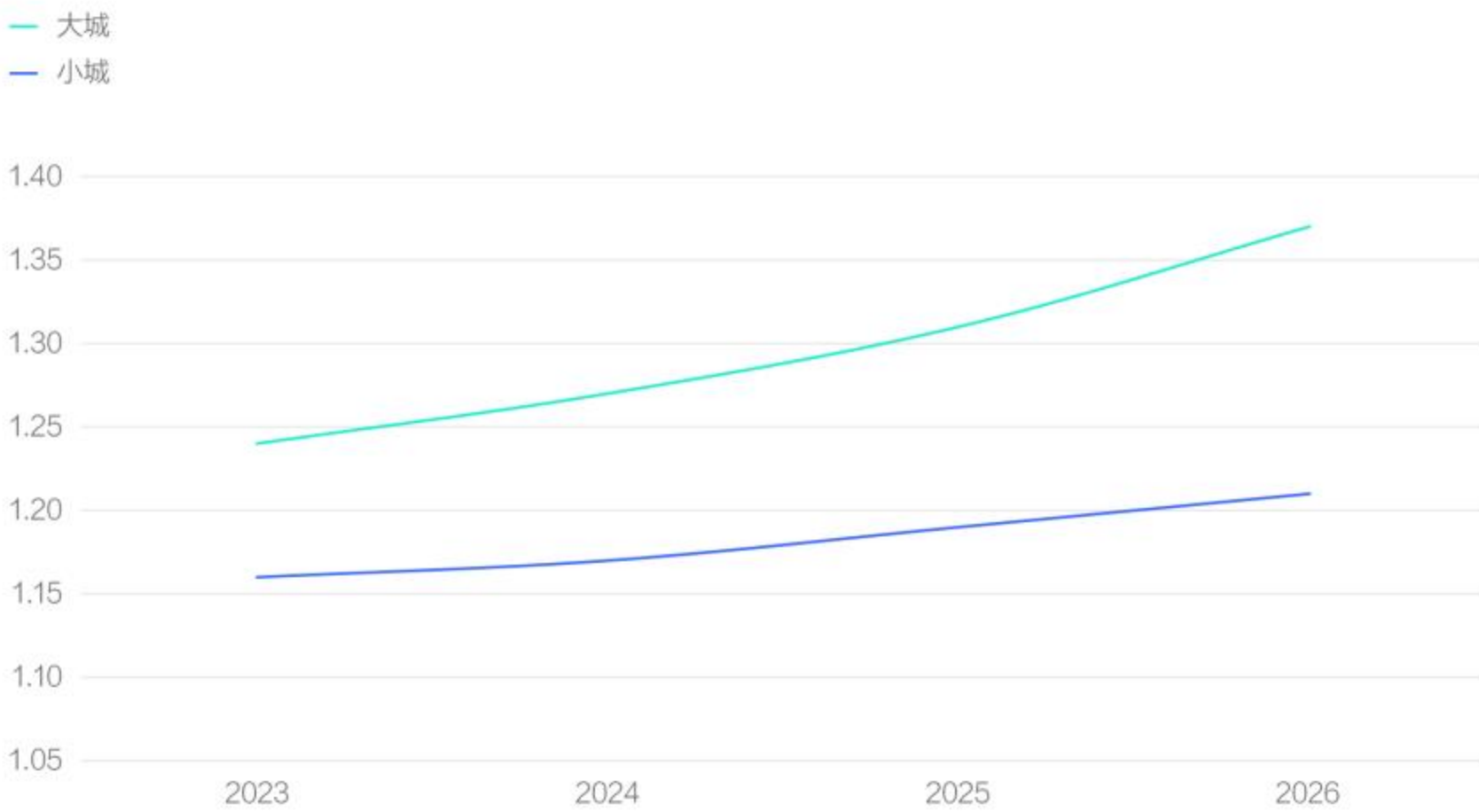
- 2023-2026年，从城市级别看，各级城市中国女性的行驶里程差异较大，其中由省会、副省级和直辖市等组成的大城女性的行驶里程提升更显著，升至1.37万公里，这与中产女性、富豪女性集中大城与大城女性率先掀起换购潮等密切相关。小城女性的行驶里程小幅升至1.21万公里，这与十四五期间的小城女性以个人首购为主和主要选购小电动等密切相关;

- 2026年各级城市的中国女性的行驶里程分布各有特色：一线城市行驶里程占比最多是0.5-1万公里，其次是0.5万公里以内，两者都以代步为主，以上下班通勤为主的1-1.5万公里占比较低，这与一线城市女性以地铁通勤为主密切相关。1.5万公里以上的各细分里程占比，一线城市都非常突出，说明一线城市女性的商务、自驾游等诉求更凸显；十四五，中国新一线和二线城市加速普及地铁，两者的女性行驶里程同样呈现由上下班通勤集中的1-1.5万公里向两边转移的特征。十五五，中国新一线和二线城市仍会持续普及地铁，两大城市的女性用车场景仍会向代步与自驾游等转移，1.5万公里以上占比仍有提升空间;

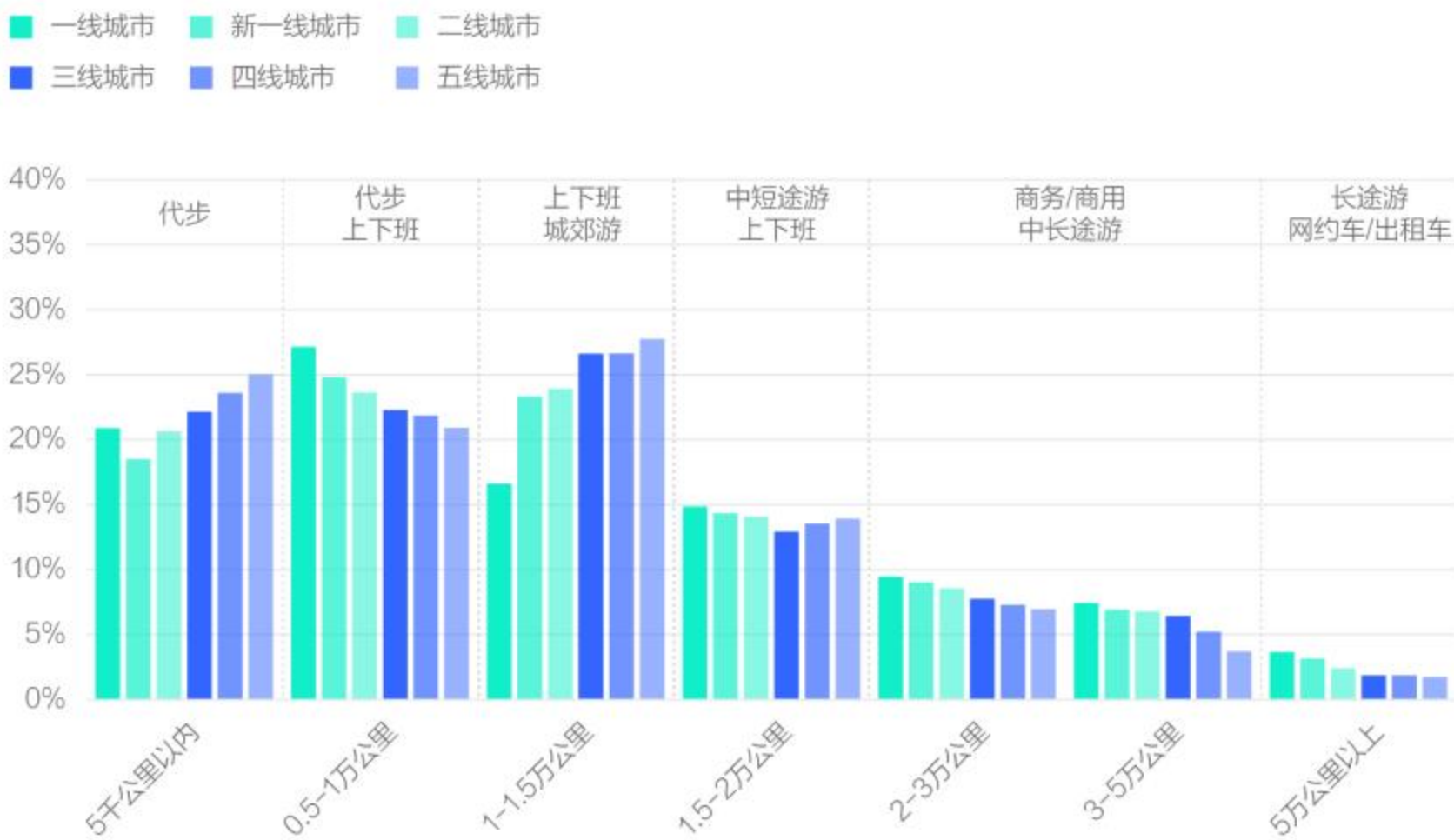
- 三四五线之小城女性行驶里程占比最高的，都是上下班为主的1-1.5万公里，说明不少小城购车女性属于职业女性，汽车已成为其通勤的必备交通工具，这见证了中国社会的快速进步。十五五，由于市区常住人口普遍低于300万人、一般公共财政预算收入普遍低于300亿元、GDP普遍低于3000亿元，广大小城的地铁建设仍会相对迟缓，汽车在小城女性通勤中将扮演越来越重要的角色，适合小城女性通勤的小电动等仍有较大发展空间。



2023-2026年
各级城市中国女性用户的年均行驶里程走势(万公里)



2026年
各级城市中国女性的行驶里程分布



数据来源：腾易研究院
数据说明：2026年数据为截至8月底的近一年数据；大城含一线、新一线和二线城市，小城含三线、四线和五线城市

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

从年龄看，各年龄段女性的年均行驶里程都有较显著提升
其中中年女性最长，2026年升至1.35万公里

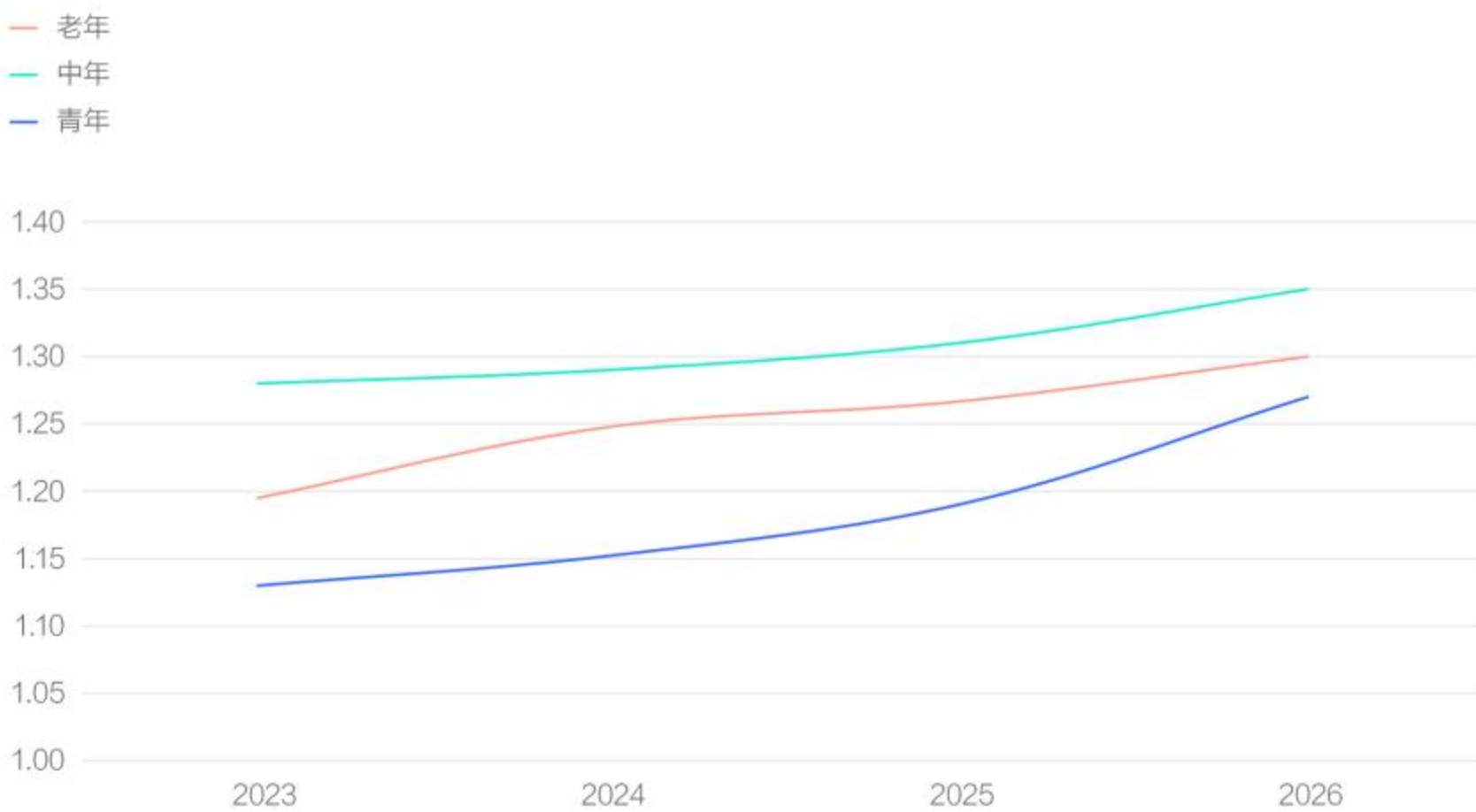
- 2023-2026年，从财富与城市级别看，中国女性行驶里程的提升都相对分化，但从年龄看，各年龄段的提升步调相对一致：青年女性由1.13万公里快速升至1.27万公里，这与中国青年女性更集中大城、受教育水平更高、自驾游意识更强等密切相关。十五五，如青年女性的行驶里程持续提升，再加女性已成中国青年新车市场的消费主力，预判中国青年车市的消费调性将发生较大变化。2025上半年至2026年8月，从MG 4的爆款到MG 07的高关注度，相信名爵等少数品牌，已强烈感触到女性主导中国青年车市的新趋势；率先开始换购的中年女性的行驶里程最长，升至1.35万公里，这与中年女性的高频率孩子接送、亲子游等密切相关。十五五，中国女性车市的消费重心大概率会进一步转向中年女性，期间中年女性大概率会持续提升中国女性的行驶里程，为大纯电、城市型硬派等更适合家庭女性自驾游的细分产品创造更多发展机遇；老年女性的行驶里程提升同样显著，2026年升至1.3万公里，这与越来越多退休老年女性积极开展自驾游等密切相关。十五五，大概率会有更多老年女性开展自驾游，老年女性的行驶里程有望持续提升；

- 2026年各年龄段中国女性的行驶里程分布各有特色：35岁以内的青年女性占比最多的是1-1.5万公里，该区间以上下班通勤为主城郊游为辅，这与中国女性的黄金工作年龄段集中20-35岁密切相关。过了35岁后，越来越多的女性因家庭会选择退出职场。青年女性0.5万公里以内的占比也不低，该群体以地铁通勤为主的大城女青年为主，理论上该群体也有强烈的自驾游诉求，一旦该情绪价值被点燃，将为青年女性行驶里程的大幅提升埋下伏笔；中年女性占比最多的是0.5-1万公里，该区间以代步为主上下班为辅，这与部分女性回归家庭密切相关。1.5万公里以上的各细分区间，中年女性的行驶里程占比都比较突出，说明中国中年女性的用车场景，正由传统的上下班通勤、孩子接送与代步，向追求诗和远方的自驾游延展；老年女性的行驶里程更集中0.5-1万公里，在1.5万公里以上的区域，老年女性的行驶里程占比非常接近中年女性，再加时间充裕，理论上同样会滋生出自驾游诉求；

- 十五五，青年女性、中年女性和老年女性的年均行驶里程有望携手突破1.4万公里，甚至携手挑战1.5万公里，同时1.5万公里以上的占比有望携手突破40%，释放出更多的换购与自驾游诉求，为新能源硬派、燃油硬派、城市型硬派、越野型硬派、小硬派、大硬派等偏自驾游的诸多细分产品，创造更好的发展环境。



2023-2026年
各年龄中国女性用户的年均行驶里程走势(万公里)



2026年
各年龄中国女性的行驶里程分布



数据来源：腾易研究院
数据说明：2026年数据为截至8月底的近一年数据；青年＜35岁≤中年＜55岁≤老年

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

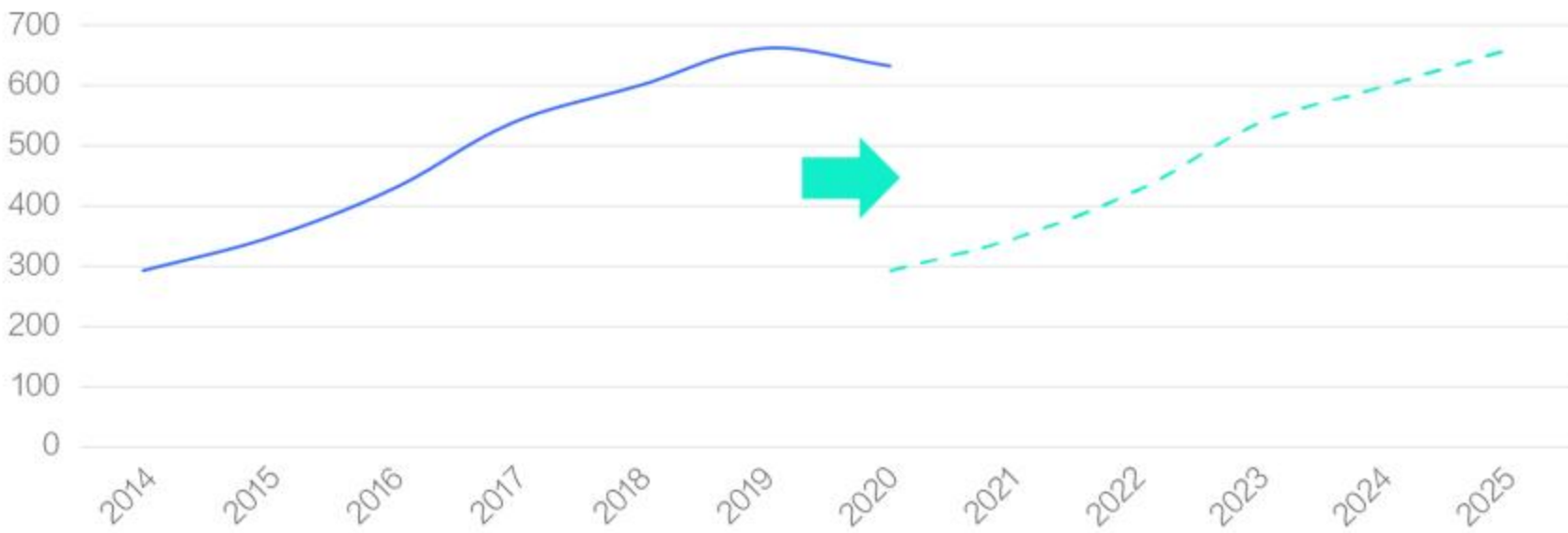
十四五，中国女性行驶里程提升的主要动力来自换购潮

2014-2020年，中国女性购车规模由不足300万辆飙升至600多万辆

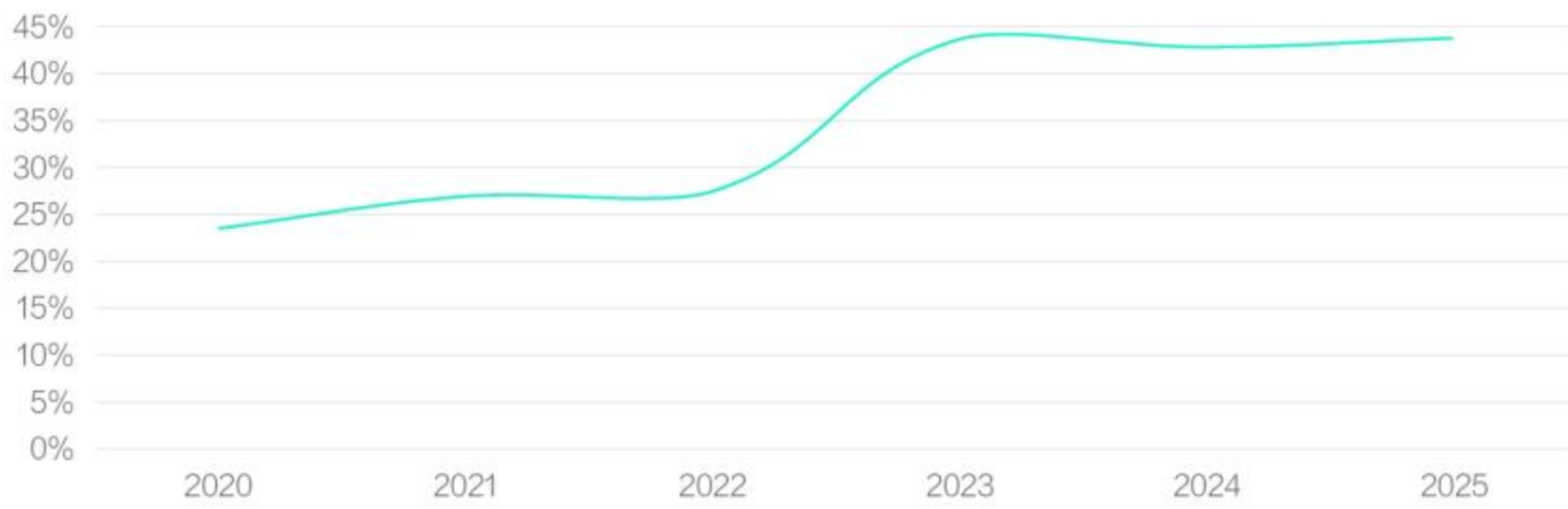
- 2023-2026年，中国女性的行驶里程之所以能强势反弹，且超过2019年水平，并加速提升，与中国女性掀起的换购潮密切相关;
- 2014年中国女性的购车规模升至293万辆，但仍不及300万辆，之后持续提升，2018年突破600万辆，实现翻倍增长，2019-2020年升至650万辆上下。如按六七年的换车周期推演，十四五期间(2021-2025年)，中国女性车市将掀起换购潮，尤其是中产、富豪、大城与中年等消费能力更强的女性;
- 中国女性的个人首购诉求以代步和上下班为主，大规模涌现的换购诉求自然会向自驾游渗透。2023年起，中国女性的自驾游诉求强势提升，2025年升至43.76%，超过代步与上下班，成为中国女性的首要购车诉求;
- 由于自驾游往往对应更长的行驶里程，在该诉求大规模涌现之际，自然会提升中国女性的行驶里程。2026年用车集中工作日的中国女性的行驶里程仅有1.21万公里，集中节假日的升至1.26万公里，集中节假日与工作日的升至1.37万公里。用车兼顾工作日与节假日的行驶里程大幅高于集中节假日的，说明中国女性的自驾游仍以白领家庭的亲子游和城郊游为主;
- 除了换购潮与自驾游诉求，2023-2026年，少部分女性涌入网约车市场，也小幅提升了中国女性的行驶里程。



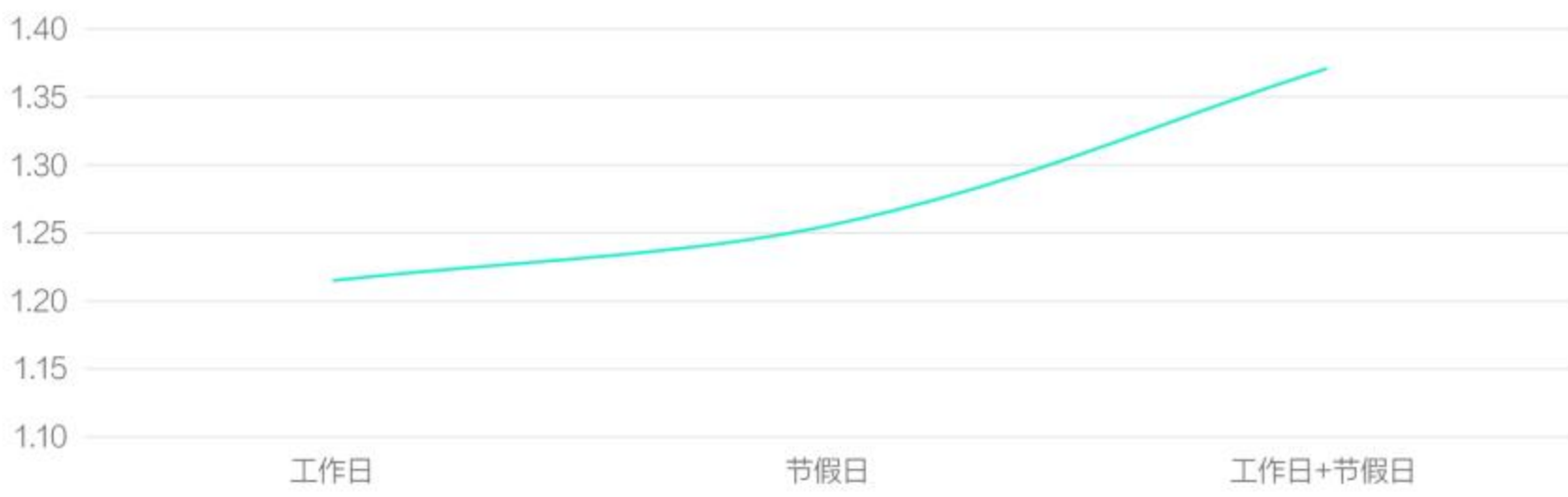
2014-2020年
中国女性车市终端销量走势(万辆)



2020-2025年
中国女性购车用户自驾游诉求走势



2026年
中国女性主要用车节点的年均行驶里程(万公里)



数据来源：腾易研究院
数据说明：2026年数据为截至8月底的近一年数据

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

十五五，中国女性的换购潮与自驾游诉求有望持续高涨
继小电动、高端纯电后，又会衍生出哪些新机遇？

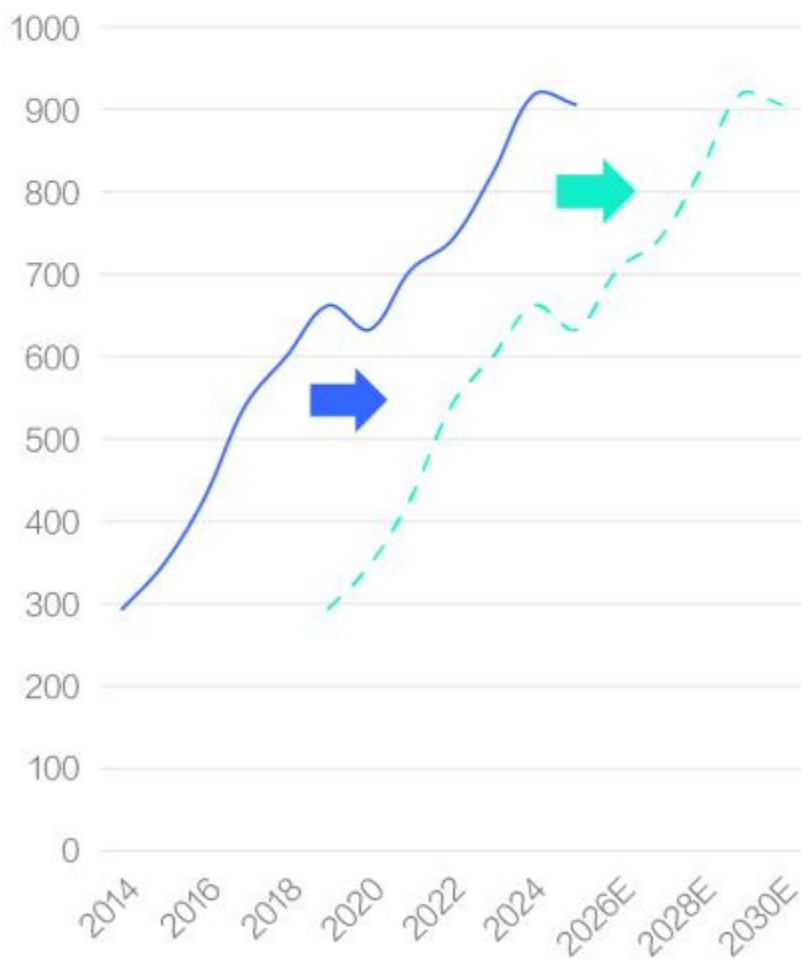
- 十四五，中产、富豪、大城、中年等部分女性率先掀起的换购潮，对中国车市形成了较大影响，不仅激活了代步车市，而且助推了特斯拉、小米、蔚来等新锐高端品牌的发展。十五五，中国女性的换购潮只会持续高涨，因为十四五期间中国女性车市的规模持续扩大，并突破900万辆，上述用户的换购诉求将集中十五五释放;

- 2025年，自驾游超越代步与上下班，成为中国女性的第一购车诉求。十五五，换购规模更大、自驾游意识更强的中国女性，大概率会不断夯实自驾游的第一购车诉求的位置。十五五，无论是城郊游、亲子游，还是长途自驾游，将会不约而同提升中国女性的行驶里程，具体值有望挑战1.45万公里;

- 由于行驶里程与产品形式有强相关性，随着行驶里程的不断提升，中国女性车市的消费结构也会不断演变。十四五，中国女性车市衍生出小电动、高端电动车等新机遇，十五五，又会衍生出哪些新机遇?



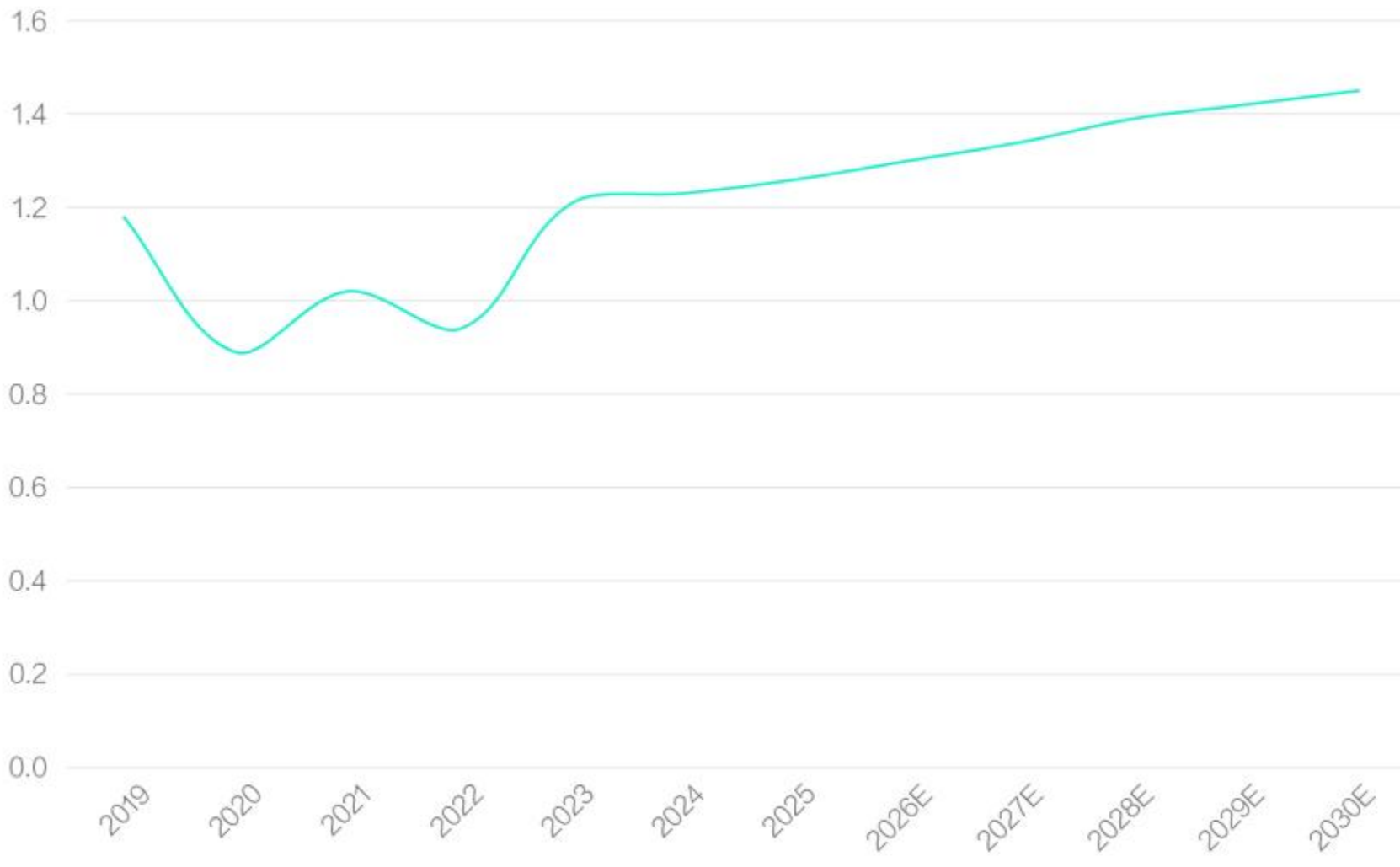
2014-2025年
中国女性车市终端销量走势(万辆)



2020-2030年
中国女性购车用户自驾游诉求走势预判



2019-2030年
中国女性用户的年均行驶里程走势预判(万公里)



数据来源：腾易研究院
数据说明：2026年数据为截至8月底的近一年数据

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

十五五，随着换购潮与自驾游诉求持续高涨
中国女性有望成为中大型与大型车市的新增长点

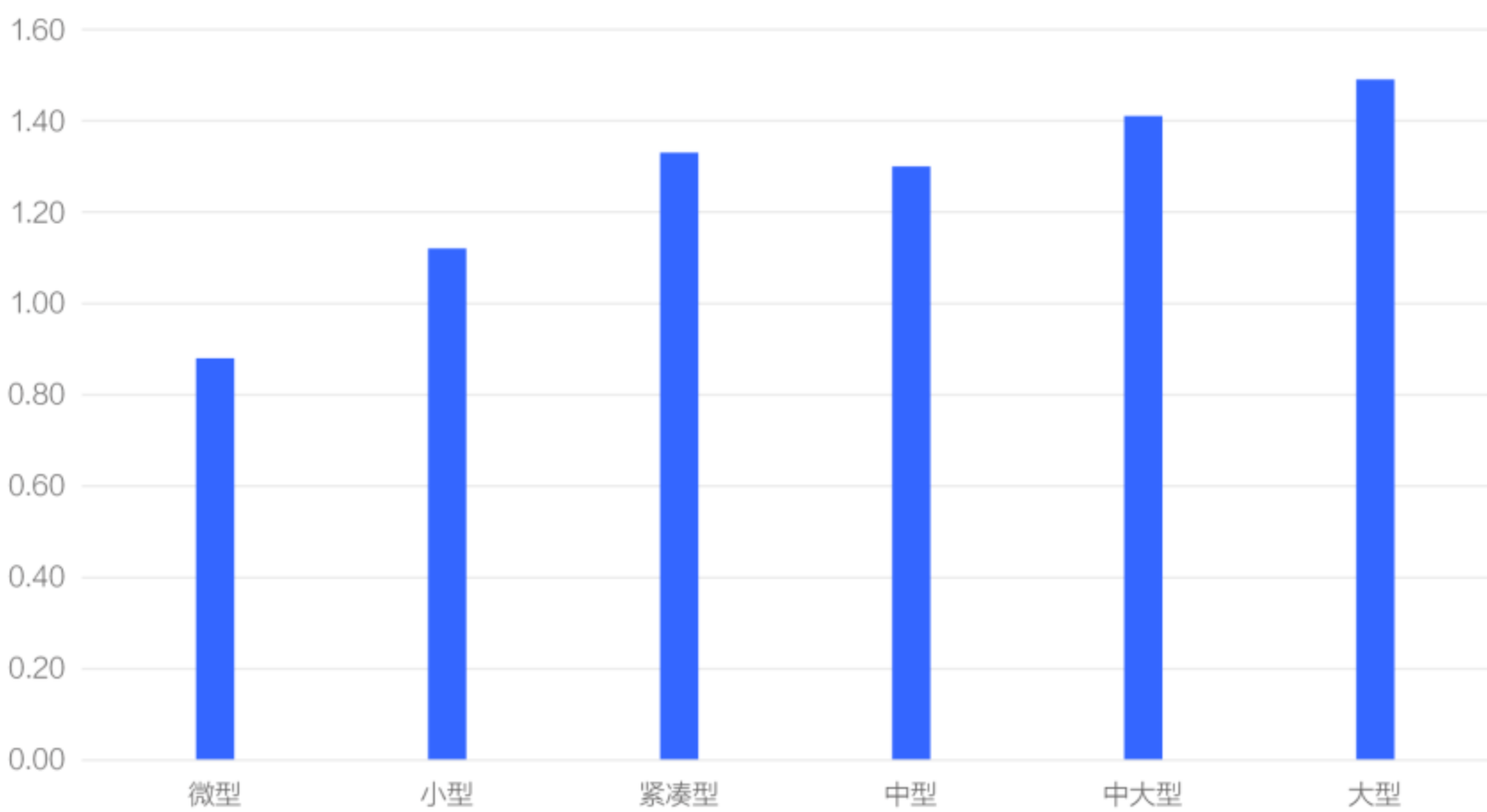
- 2026年中国女性驾驭的不同级别车型的行驶里程差异显著，整体呈现车型尺寸越长年均行驶里程越长的特征：以代步为主的微型和小型的行驶里程都非常短，前者不足9千公里，后者仅1.12万公里；兼顾上下班与代步，且含少部分网约车的紧凑型的行驶里程升至1.33万公里，小幅高于以上下班通勤为主的中型；中大型与大型的行驶里程相对突出，前者超过1.4万公里，后者逼近1.5万公里；

- 十四五，随着中产、富豪、大城、中年等部分中国女性率先释放出换购与自驾游诉求，中国女性车市的级别消费重心，不断向中型及以上的大车转移，大车占比由不足30%快速升至46%。Model 3、奥迪A4L、奔驰C级和宝马3系等组成的中型占比超三成，首次超过紧凑型，成为中国女性选购最多的产品。虽然中大型与大型的占比绝对值不高，合计15%多点，但增长显著，蔚来ES8、乐道L90等少数车型率先受益于女性用户，2026上半年女性占比突破三成；

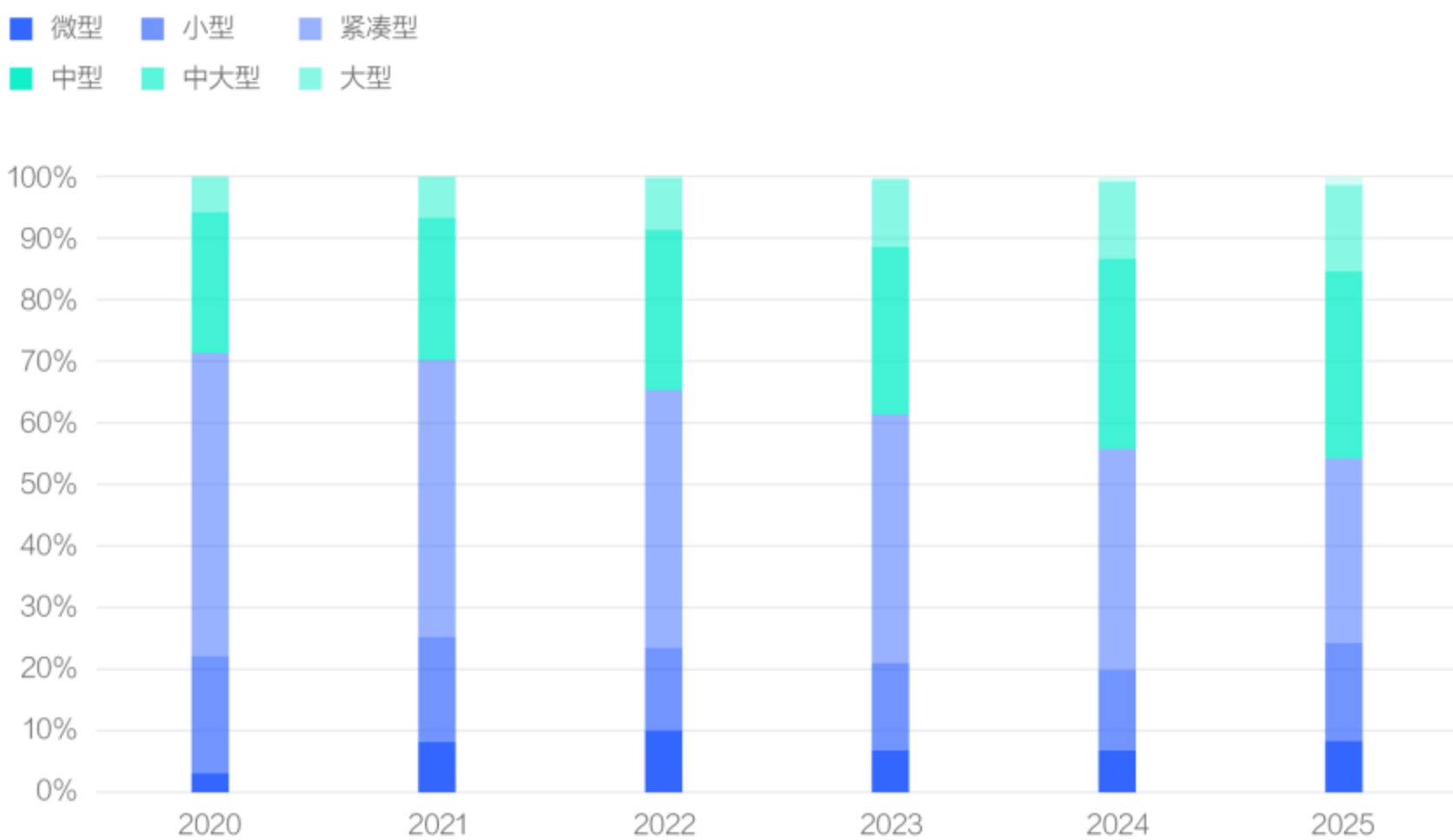
- 十四五，在男性换购需求的助推下，9系和8系集中的中大型与大型车市，成为中国增长最快的细分车市之一。十五五，随着换购潮与自驾游诉求持续高涨，中国女性有望成为中大型与大型车市的新增长点，两者在女性车市的销量占比有望挑战25%，期间相关车企的大五座等辅助型旗舰产品，可积极迎合准备换购的女性用户。



2026年
中国女性各级别车型的年均行驶里程 (万公里)



2020-2025年
中国女性车市各级别车型终端销量占比走势



数据来源：腾易研究院
数据说明：2026年数据为截至8月底的近一年数据

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

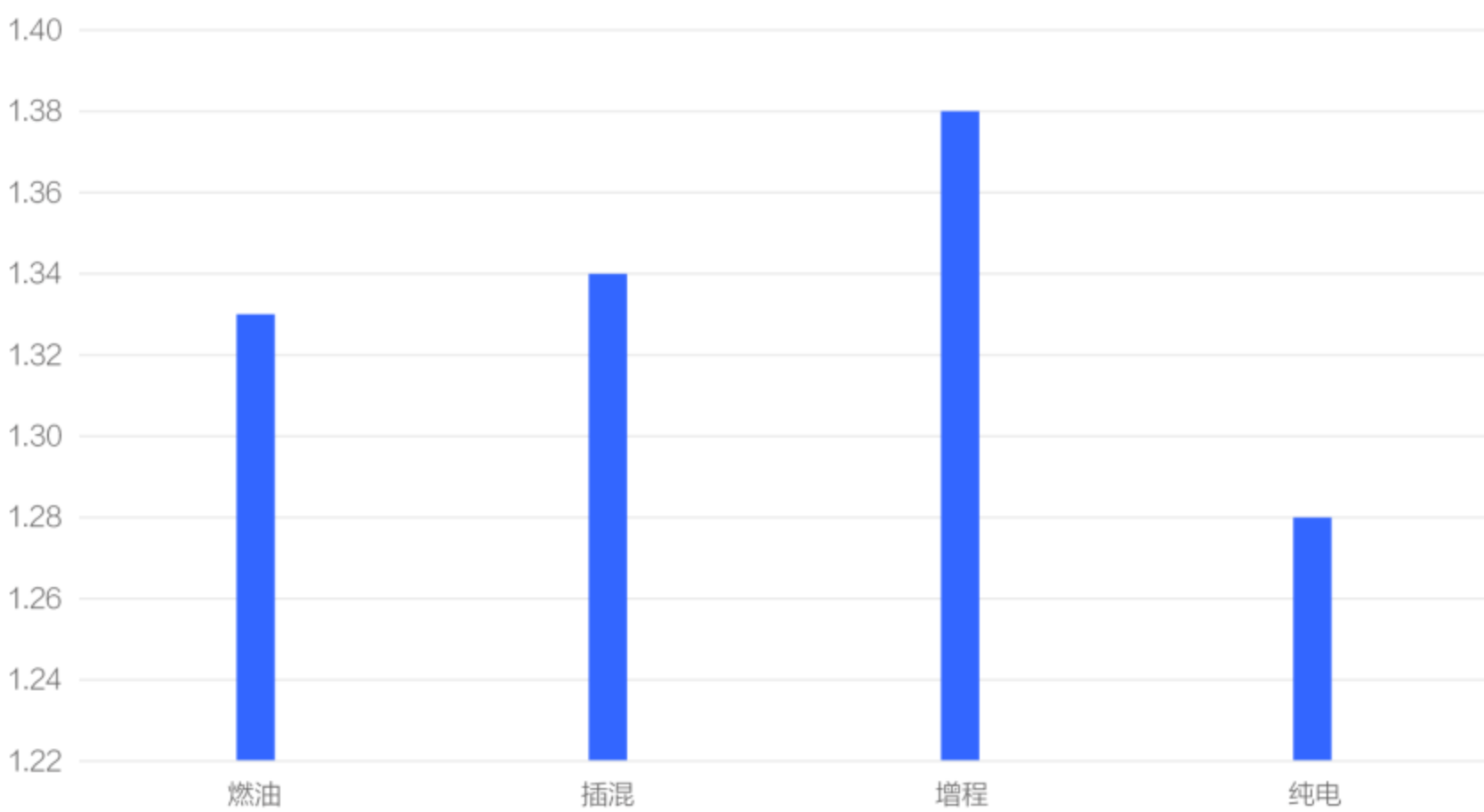
十五五，随着换购潮与自驾游诉求持续高涨
中国女性有望助推大纯电与长续航纯电的发展

- 2026年中国女性驾驭的不同能源车型的行驶里程差异显著：增程行驶里程最突出，接近1.38万公里，这与目前(截至2026年8月底)增程销量仍以大车为主，和增程车也能满足城郊游等密切相关；插混紧随其后，行驶里程1.34万公里。十四五，插混仍以紧凑型之入门车型为主，十五五，随着更多中型及以上的大插混涌入，插混的行驶里程有望提升；十四五，燃油车的行驶里程虽不如增程与插混，但高于整体水平，这与燃油车以紧凑型及以上车型销售为主、适合长途自驾游等密切相关。十五五，紧凑型燃油车市场大概率会进一步萎缩，不断被小电动替代，同时燃油车会加速HEV进程，提升自驾游体验，燃油车的行驶里程有望提升；纯电的行驶里程虽含少部分网约车，且不乏小米SU7、小米YU7、蔚来ES8、乐道L90等部分走量型大纯电，但目前销量主体仍是行驶里程较低的小电动，使得纯电的行驶里程较低;

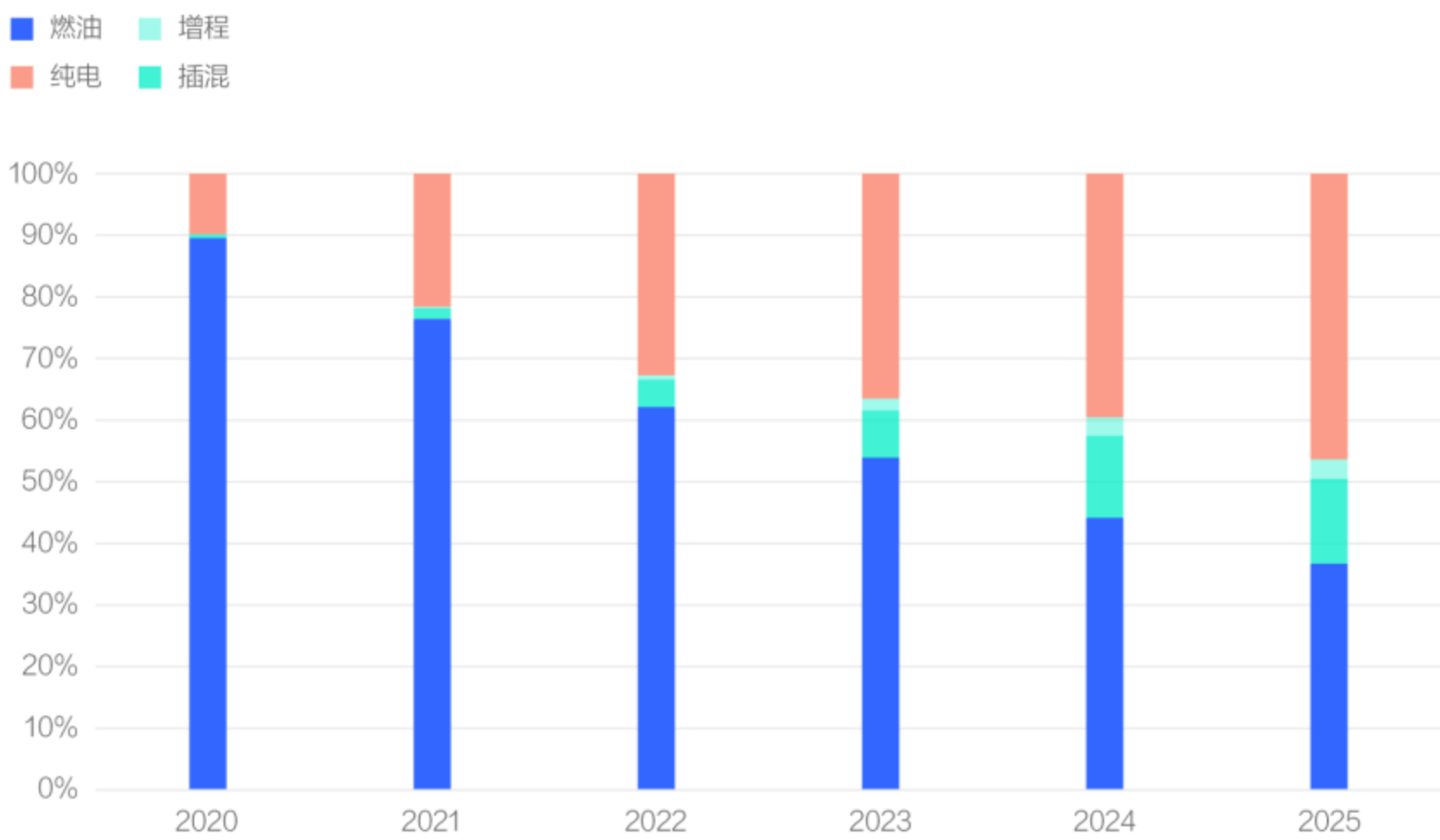
- 十四五，新能源快速成为中国女性车市的主力产品，市占率超六成，纯电近五成，其中小电动是主体。十五五，基本预判中国女性车市的纯电占比有望持续提升，期间，小电动在满足女性的代步需求方面，仍将发挥关键作用，同时随着女性换购潮与自驾游诉求的持续高涨，大纯电、长续航纯电等新细分产品，有望迎来更好发展机遇。



2026年
中国女性各能源的年均行驶里程(万公里)



2020-2025年
中国女性车市各能源车型终端销量占比走势



数据来源：腾易研究院
数据说明：2026年数据为截至8月底的近一年数据

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

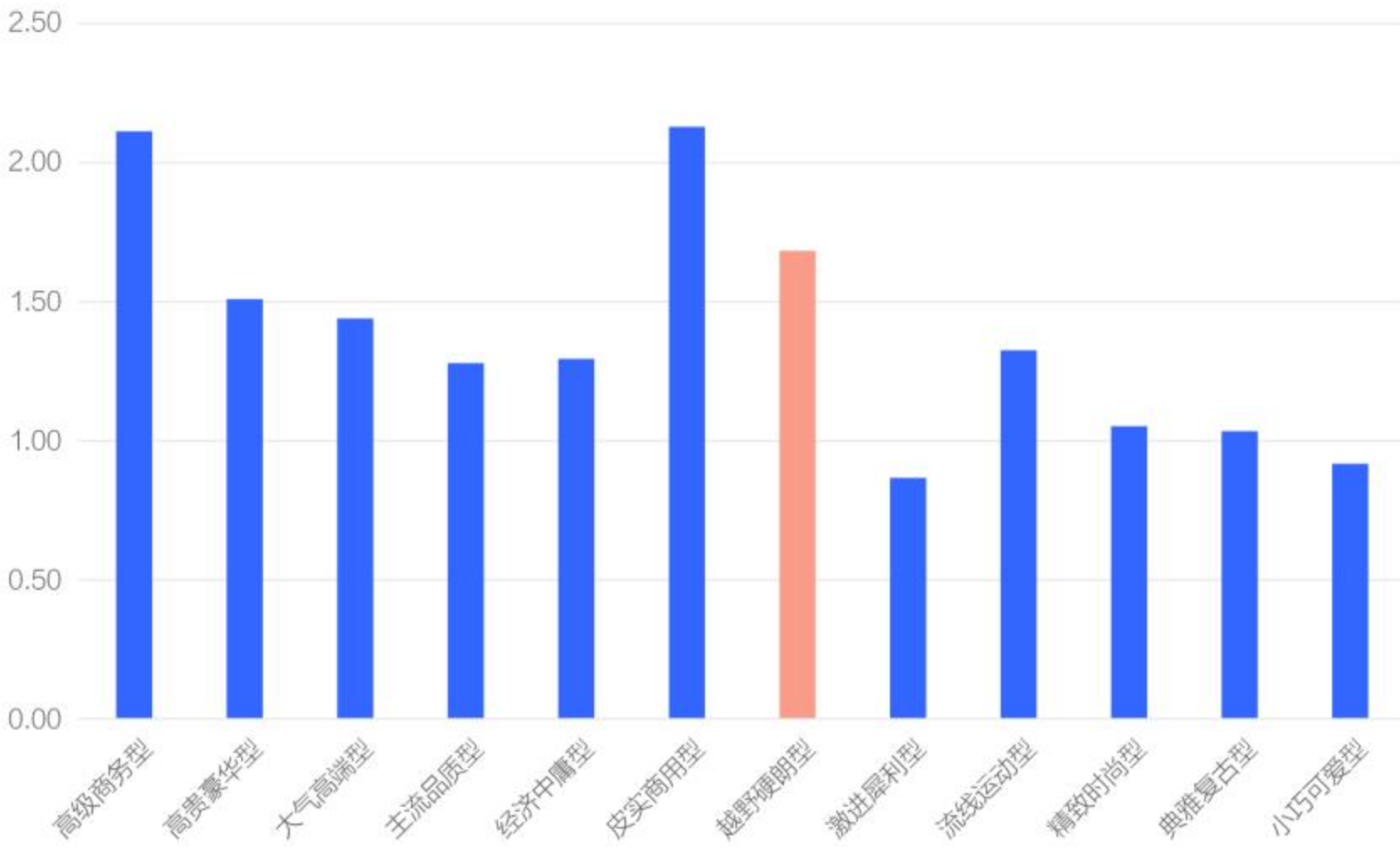
十五五，随着换购潮与自驾游诉求持续高涨
中国女性有望点燃越野硬朗型产品的消费热情

- 2026年中国女性驾驭的不同特征车型的行驶里程差异显著：高级商务型与皮实商用型的行驶里程最突出，不约而同突破2万公里。两者的行驶里程一旦成型，会相对比较稳定，十五五估计不会有太大变化；私家车领域，中国女性行驶里程最突出的是越野硬朗型产品，高达1.68万公里，春江水暖鸭先知，越野硬朗型产品应是中国女性行驶里程不断提升的最直接感知者；流线运动型的行驶里程高于整体水平，升至1.33万公里，该类产品以Model 3、小米SU7等运动轿车，和Model Y、小于YU7等轿跑型SUV为主，十五五，如流线运动型产品的续航更有保障，基于自身能更好吸引女性用户的颜值优势，有可能成为女性换购与自驾游诉求的主要受益车型；精致时尚型、典雅复古型和小巧可爱型等以小电动为主的代步型产品的行驶里程较低，整体在1万公里上下；

- 十四五，代步型和颜值型产品是中国女性车市的主要增长点，十五五，即便中国女性的行驶里程持续提升，但核心诉求大体仍是代步，为上述产品提供广大发展空间。十四五，中国女性车市萎缩最剧烈的是经济中庸型产品，与代步型和颜值型产品形成鲜明的此消彼长走势，十五五，经济中庸型产品大概率仍会萎缩，甚至会加速萎缩。十四五，虽然越野硬朗型产品在中国女性车市的市占率非常低，仅有5%，但增长显著，且随着钛3、钛7等更适合女性的城市型硬派的大量涌入，十五五，只要中国女性的换购与自驾游诉求持续高涨，越野硬朗型产品仍将持续受益，助推该类产品的在华销量挑战200万辆。



2026年
中国女性各特征车型的年均行驶里程(万公里)



2020-2025年
中国女性车市各能源车型终端销量占比走势



数据来源：腾易研究院
数据说明：2026年数据为截至8月底的近一年数据

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

十五五，随着换购潮与自驾游诉求持续高涨
女性消费重心有望向SUV转移
有望提升MPV成为宝妈车的潜质

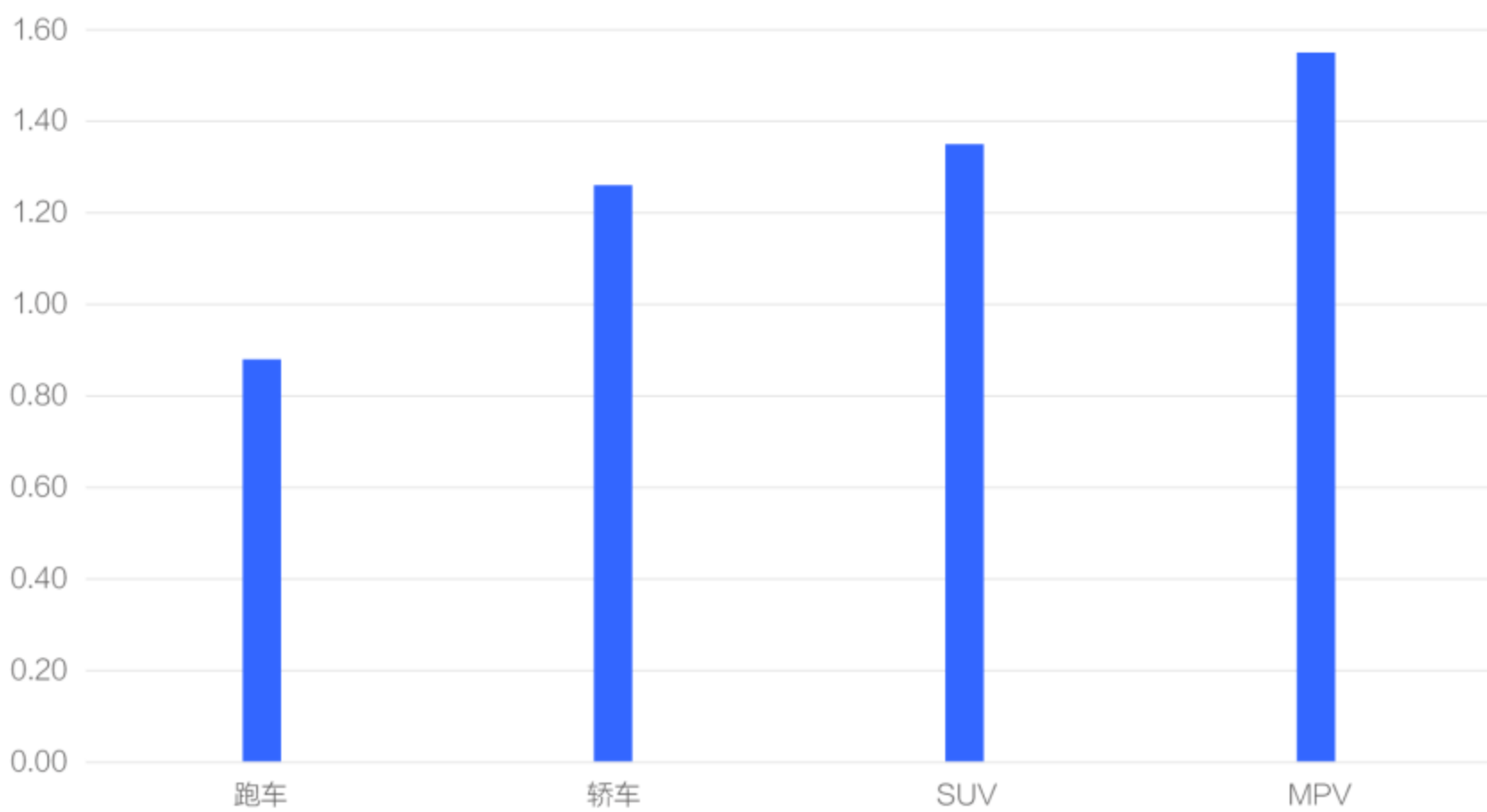
- 2026年中国女性驾驭的不同品类车型的行驶里程差异显著，其中销量稀少的跑车与MPV，位居女性行驶里程排序中的两端，前者不足0.9万公里，行驶里程最短，后者突破1.5万公里，行驶里程最长。十五五，随着换购潮与自驾游诉求持续高涨，MPV成为宝妈车的潜质会更大。含大量小电动的轿车的行驶里程为1.26万公里，低于整体水平，也低于更适合换购与自驾游的SUV，后者行驶里程为1.35万公里；

- 十四五，轿车与SUV几乎携手瓜分了中国女性车市的份额，大体六四开，轿车拿大头。十五五，随着换购潮与自驾游诉求持续高涨，轿车与SUV的均衡格局有望被打破，中国女性车市的销量重心有望向SUV快速倾斜。十四五，在男性换购潮的助推下，中国车市的SUV销量快速超越轿车，十五五，在女性换购潮的持续助推下，中国车市的销量重心有望进一步转向SUV；

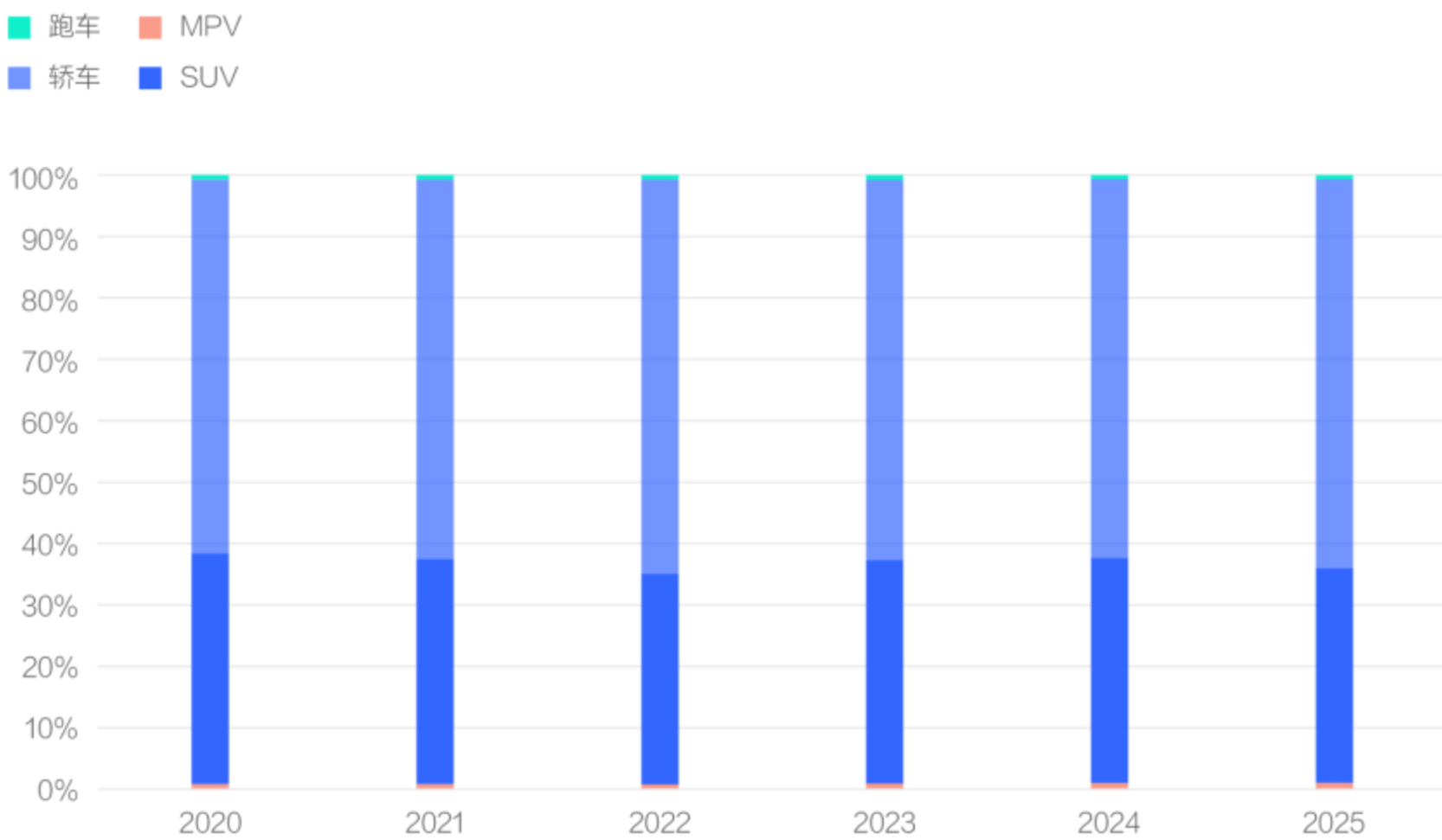
- 十五五，在女性的换购潮与自驾游诉求中，中国的跑车与MPV车市也可能迎来新变数，前者有望吸引更多代步型女性，实现在华销量的突然崛起，后者有望吸引更多有强烈空间诉求的女性，实现MPV用户结构的优化。



2026年
中国女性各品类的年均行驶里程(万公里)



2020-2025年
中国女性车市各品类终端销量占比走势



数据来源：腾易研究院
数据说明：2026年数据为截至8月底的近一年数据

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

十五五，随着换购潮与自驾游诉求持续高涨
中国女性有望助推高端车市的内部结构持续演变

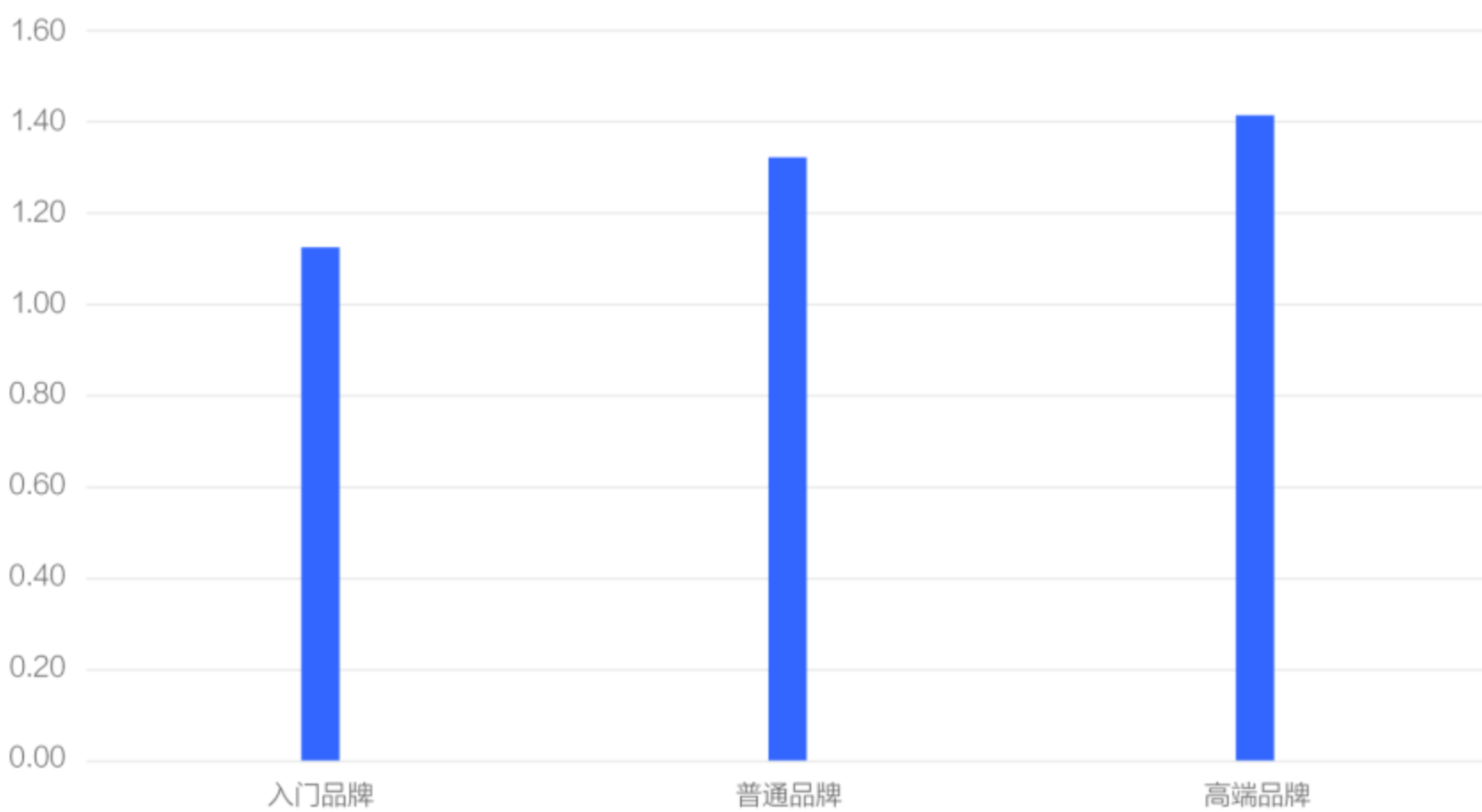
- 2026年中国女性驾驭的不同级别品牌的行驶里程差异显著，整体呈现品牌越高端年均行驶里程越长的特征：入门品牌的行驶里程仅有1.13万公里，这与不少入门品牌以小电动吸引女性密切相关；普通品牌的行驶里程升至1.32万公里，与整体水平差不多；高端品牌的行驶里程升至1.41万公里，这与高端品牌的女性用户以中产、富豪、大城与中年为主密切相关；

- 十四五，中国女性车市各级品牌的份额相对稳定，入门、普通与高端品牌的销量占比，大体维持在两成、五成和三成的比例，但内部结构演变剧烈，加速转向新能源产品，尤其是电动车，积极选购小电动、流线运动型电动车等。十五五，随着中国女性的换购潮与自驾游诉求持续高涨，高端品牌的占比有望由三成升至四成，内部结构有望加速向适合自驾游的产品倾斜。十三五，中国女性积极选购奥迪、奔驰与宝马之主流高端品牌，十四五，中国女性积极选购选购特斯拉、小米、蔚来等新锐高端品牌，十五五，哪类高端品牌会成为中国女性的“新宠”？

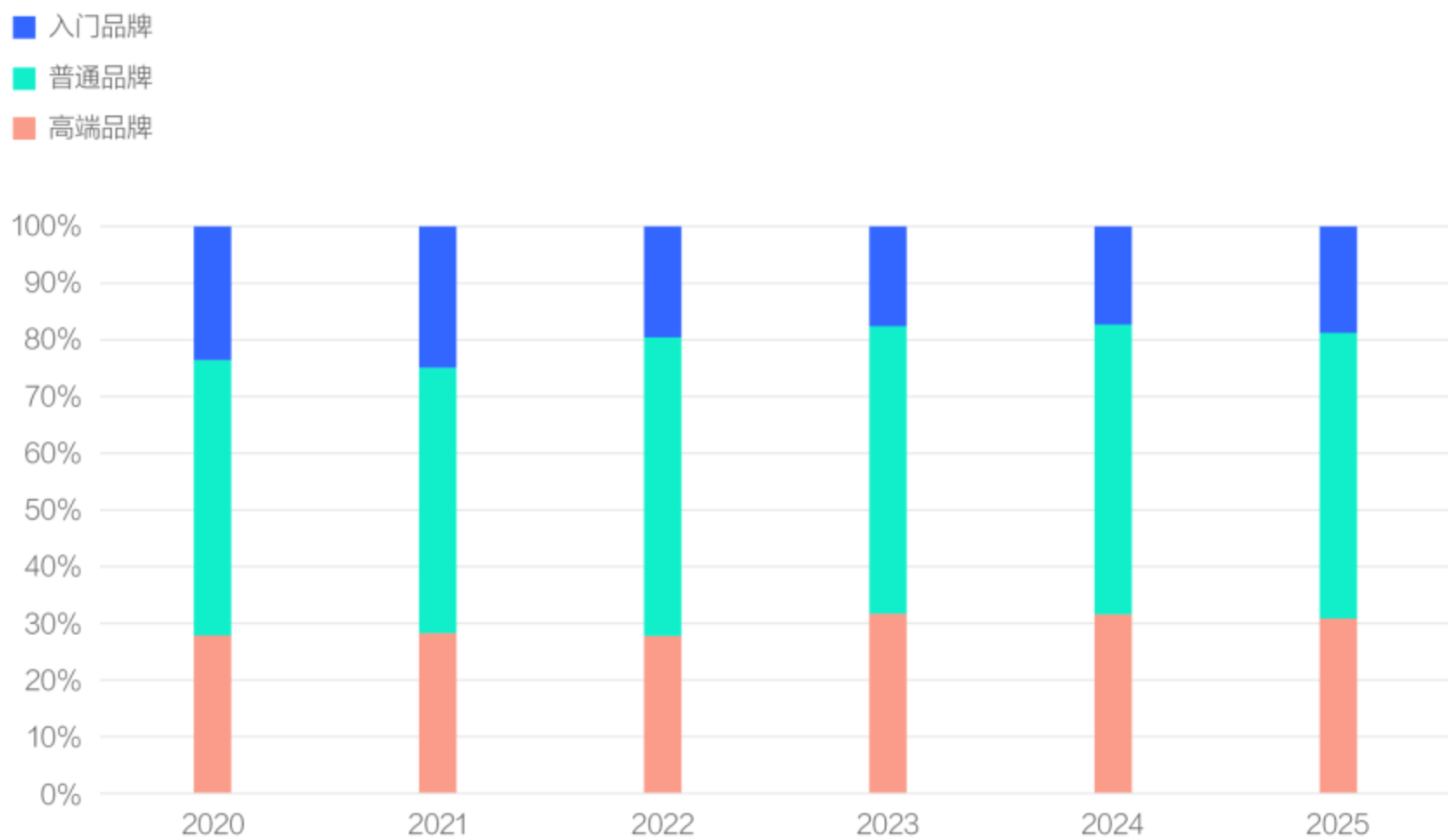
- 十五五，随着换购潮与自驾游诉求持续高涨，在助推高端车市持续演变之际，普通车市的内部结构也有望加速演变，适合女性自驾游的产品，有望迎来更好发展机遇。



2026年
中国女性各类别品牌的年均行驶里程(万公里)



2020-2025年
中国女性车市各类别品牌终端销量占比走势



数据来源：腾易研究院
数据说明：2026年数据为截至8月底的近一年数据

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

十五五，面对换购潮与自驾游诉求持续高涨的趋势
主销硬派、大车、高端等的品牌
更得积极满足中国女性“爱开车”的夙愿

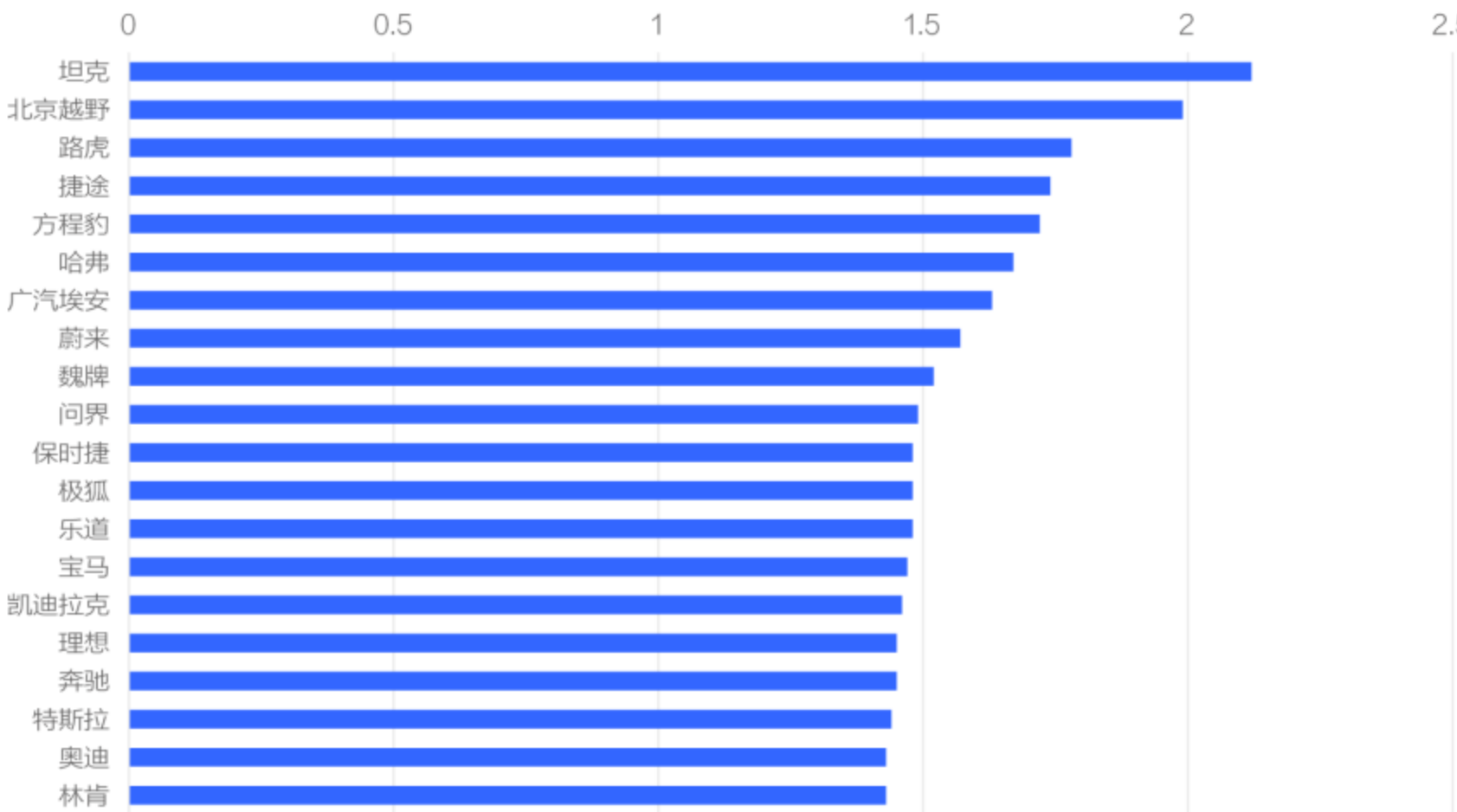
- 2023-2026年，中国女性的行驶里程加速提升，且超越2019年水平，升至1.31万公里，中国女性越来越“爱开车”；
- 从家庭收入看，中产与富豪女性的年均行驶里程提升更显著，2026年中产女性升至1.38万公里，富豪女性升至1.45万公里；从城市级别看，大城女性的年均行驶里程提升更显著，2026年新一线城市升至1.37万公里，一线城市升至1.40万公里；从年龄看，各年龄段女性的年均行驶里程都有较显著提升，其中中年女性最长，2026年升至1.35万公里；
- 2014-2020年，中国女性购车规模由不足300万辆飙升至600多万辆，助推了十四五期间中国女性的换购潮，助推了中国女性行驶里程的提升。十四五，中国女性车市的规模持续扩大并突破900万辆，将助推十五五期间中国女性的换购潮与自驾游诉求持续高涨，将助力更多产品破局与爆款；
- 十五五，随着换购潮与自驾游诉求持续高涨，基本预判中国女性有望成为中大型与大型车市的新增长点，有望助推大纯电与长续航纯电的发展，有望点燃越野硬朗型产品的消费热情，有望夯实SUV的销量主体地位，有望提升MPV成为宝妈车的潜质，有望助推高端车市的内部结构持续演变……
- 2026年，坦克引领中国女性行驶里程排行，主销硬派、大车、高端等产品的品牌，主导了TOP20，十五五，面对换购潮与自驾游诉求持续高涨的趋势，上述品牌更得积极满足中国女性“爱开车”的夙愿。



十五五中国女性行驶里程提升链

核心动力	主要用户	主要产品
换购潮 自驾游	中产 富豪 大城 中年	中大型/大型 越野硬朗 SUV/MPV 大纯电/长续航 高端产品

2026年
中国车市主流品牌的女性行驶里程(万公里)



数据来源：腾易研究院
数据说明：2026年数据为截至8月底的近一年数据；主流品牌为2025年在华终端销量超过3万辆的汽车品牌

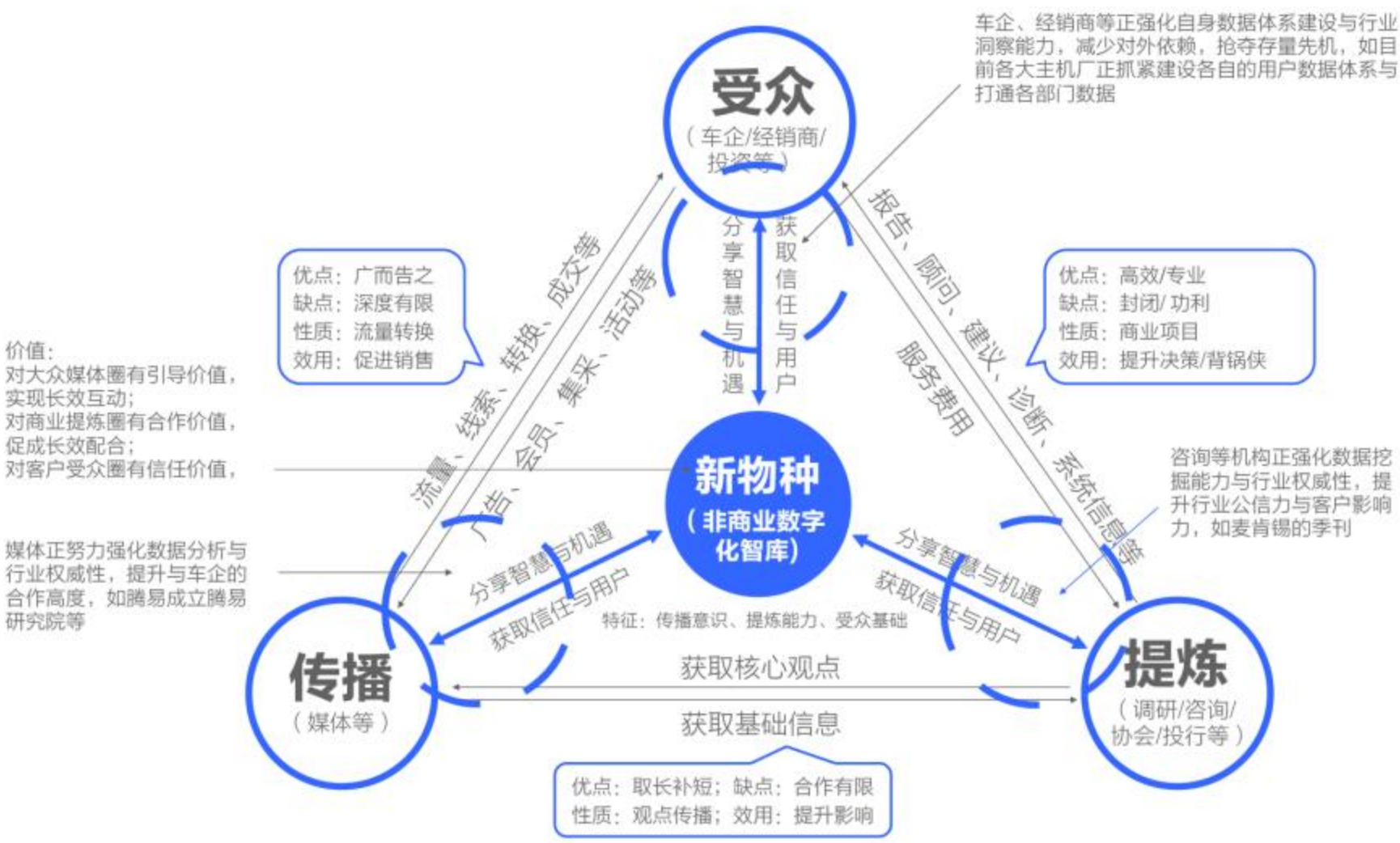
更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

版权声明

- 本报告为腾易研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有；
- 未经过本公司许可，任何组织和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用；
- 如有转载或引用，需及时与我们联系并注明出处，且不得进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

腾易研究院定位：非商业数字化车市智库
腾易研究院使命：助力易车客户更好读懂中国车市

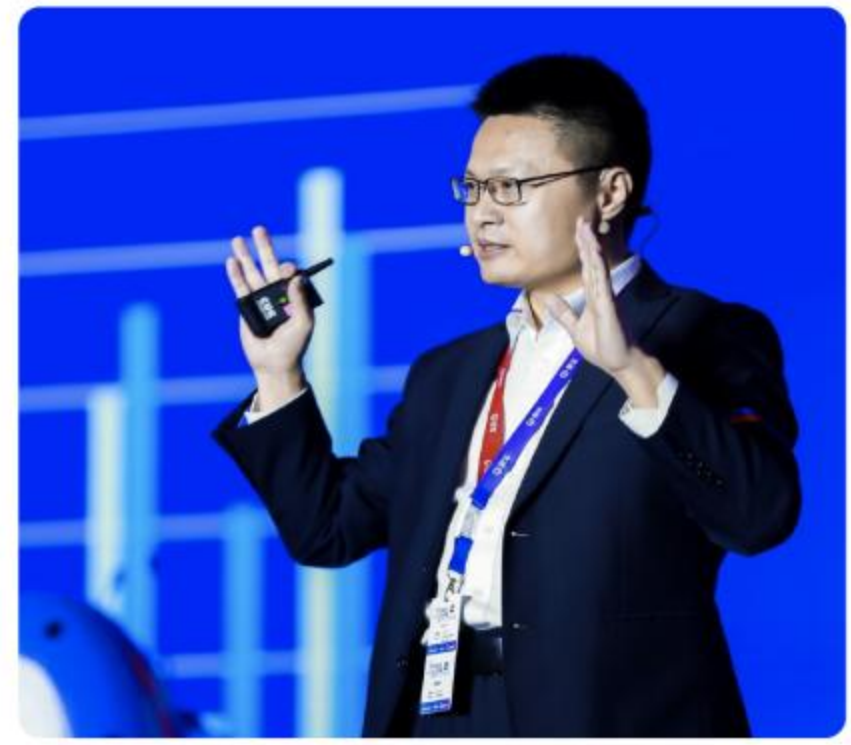
- 目前腾易研究院不做商业报告，全力为车企、经销商等腾易客户赋能；
- 基于腾易的数据优势，腾易研究院的核心特征，就是用数据说话，就事论事，有一说一；
- 我们观点未必对，行业分析仁者见仁智者见智，不足之处，大家多指点与批评，让我们求同存异。



汽车行业巡回交流项目 —— 洞若观火

2026年5月-2026年10月，腾易研究院将正式启动第十二期“洞若观火”汽车行业走势分析全球巡回交流项目，本期核心主题为“探究存量之争”，助力车企、经销商等腾易科技客户更好角逐存量车市。

- 交流对象：以车企、经销商等腾易科技的客户为主，一对一交流
- 交流主题：探究存量之争
- 交流时间：2026年5月-2026年10月
- 报名方式：微信号yicheresearch
  （请提供姓名+职务+企业+手机）



汽车行业分析系列书籍 ——《见微知著》

近六七年，在电气化、智能化如火如荼推进之际，中国车市的存量之争暗流涌动，前者凸显全球化色彩，后者彰显中国特色。《见微知著2026上》积极探究中国车市的存量之争，便于车企、经销商等腾易科技的核心客户优化2026年计划与十五五规划(2026-2030年)。



获取方式

- 车企、经销商等腾易科技广大客户，可向腾易科技服务人员索取；
- 非腾易科技客户的读者，可联系腾易研究院 (微信号：yicheresearch)

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

联系我们

石本雅　腾易研究院 行业分析师

Mobile：188 0118 7009

Mail：yicheresearch@yiche.com

微信：yicheresearch

关注我们

微信阅读号

易车研究院

君临车市

君临车市