AUTOMOTIVE DEALER MARKET INTELLIGENCE

广州·广汽丰田

2026年全年 市场分析报告

广州（广东） | 2026年全年 | 本品在广州的经营与市场分析

报告委托单位

安途 iWisdom

分析区域 **广州（广东）**	经营品牌 **广汽丰田**
报告周期 **2026年全年**	数据口径 **全国乘用车上牌量数据 · 省市县三级**
报告编号 **ATD-2026102817174926**	生成日期 **2026-10-28**

提示 本报告部分数据因排版问题未能显示详细。完整版报告可登录分析平台查阅。

本报告基于上牌数据自动生成，供经销商内部经营分析使用；数据仅供参考，不构成经营决策的唯一依据。

扫码获取更多城市分析报告

M0 城市市场概览

背景框架

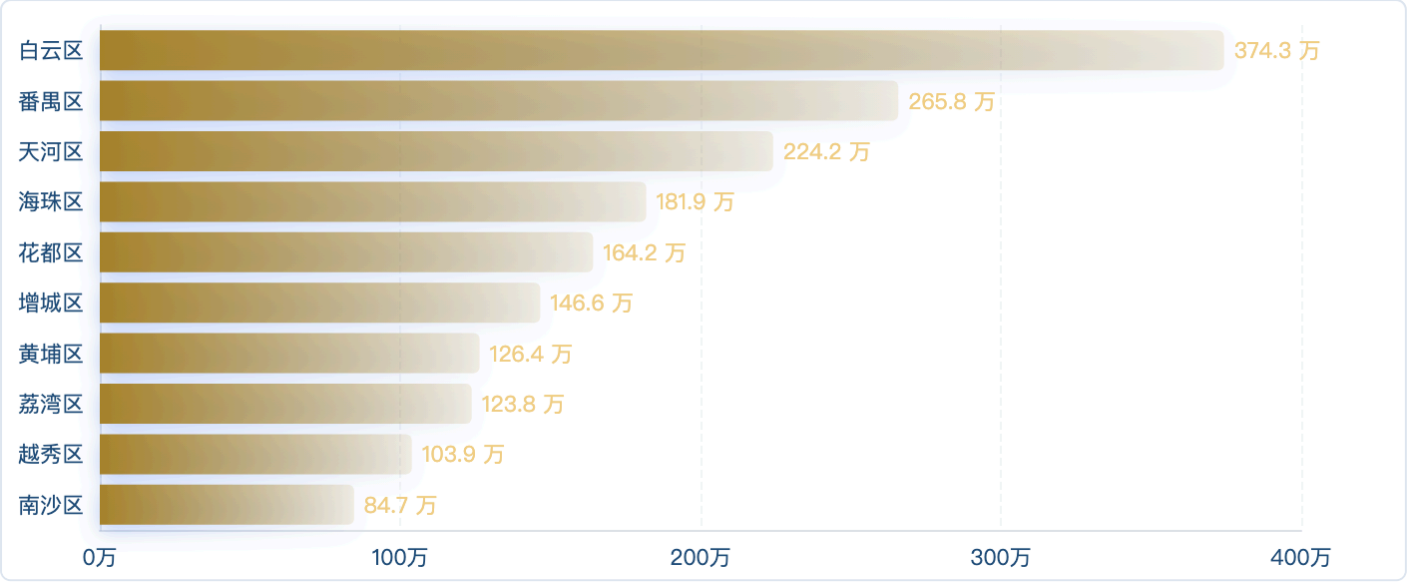
这座城市的市场底盘：人口规模决定消费基数，渠道密度决定触达效率。为后续所有经营数据提供背景框架。

城市常住人口	经销商网点总数	本品 4S+服务商	本品网点总数	每万人口经销商
人口	渠道	本品	本品	密度
1,867.7 万	**792 家**	**8 家**	**10 家**	**0.42 家**
全国第 5 位	截至 2026年三季度	占全市 1.3%	本市在售品牌第 1 位	全国 0.47 家/万 · 低于

01 人口与市场容量

广州地处广东，常住人口 **1,867.7 万人**，在全国统计城市中位列第 **5** 位，属千万级人口大市，汽车消费基盘雄厚。

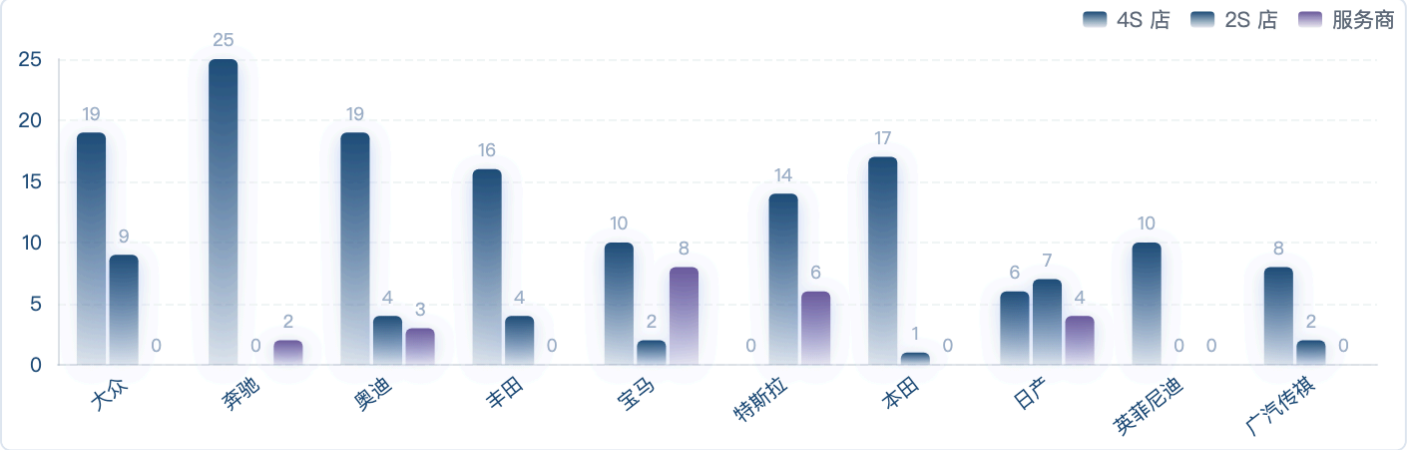
图 1 | 广州各区县人口分布 常住人口 · 万人 · TOP10



02 渠道总量与结构

截至 2026年三季度，广州共收录乘用车经销商 **792 家**，其中 4S 店 **431 家**（**54.4%**）、2S 店 **255 家**（**32.2%**）、服务商 **106 家**（**13.4%**）。平均每万人口拥有经销商 **0.42 家**，低于全国城市平均水平（**0.47 家/万人**），居省内第 **10 位**（共 **21 城**）。

图 2 | 品牌渠道规模 TOP10 4S 店 / 2S 店 / 服务商 网点数 · 家



03 渠道形态解读

渠道形态呈 4S 店与 2S 店、服务商并存格局：4S 店占 **54.4%**，授权经销体系完备；2S 店与服务商合计占 **45.6%**，快修保养网络密集、布点灵活。不同形态渠道在客户获取、服务半径与成本结构上形成互补，也为新能源品牌的商超店、交付中心等轻资产形态提供了进入空间。

04 本品渠道覆盖

本报告所选品牌「广汽丰田 · 丰田」在广州共收录 **10 家**网点，占全市收录网点总量的 **1.3%**，在本市在售厂商品牌中位列第 **1 位**（48 项并列）；其中 4S 店 **8 家**、2S 店 **2 家**、服务商 **0 家**。其 4S 店占比 **80.0%**，高于全市平均水平（**54.4%**），渠道形态偏重资产，品牌展示与售后服务能力更有保障，收录网点明细见附表。

口径说明：本报告网点数据来源于第三方渠道数据库的部分收录，并非品牌全量渠道台账；据此统计的网点规模、结构与位次可能与品牌实际渠道布局存在差异。完整、准确的经销商及服务商名录，请登录品牌主机厂官方网站查询。

数据来源 常住人口 | 客户提供经销商渠道数据（截至 2026年三季度）

附表 广汽丰田 · 丰田 · 广州 网点明细（4S 店 / 2S 店 / 服务商） 收录 10 家（4S 店 8 · 2S 店 2 · 服务商 0）

序号	类型	网点名称	地址
1	4S 店	广汽丰田广州和悦梅花园店	白云区梅园路4号
2	4S 店	广汽丰田广州金凯万博店	番禺区南村镇兴南大道741-757号(单数)101
3	4S 店	广汽丰田广州聚辉花都店	花都区镜湖大道10号
4	4S 店	广汽丰田广州骏龙店	天河区中山大道盈溪路151号
5	4S 店	广汽丰田广州亿升增城店	增城市荔城街324国道五一村路段
6	4S 店	广汽丰田广州长凯白云店	白云区新市机场高速黄石南入口侧
7	4S 店	广汽丰田广州长宁会展店	海珠区新滘东路615号(琶洲桥南行800米右转新滘东)
8	4S 店	广汽丰田广州长湾南沙店	南沙区黄阁镇市南大道129号101(地铁4号线黄阁站A出口往东300米)
9	2S 店	广汽丰田广州聚辉花都店花都区铂智体验店	花都区花都大道中150号之一1栋101铺201室
10	2S 店	广汽丰田广州亿升增城店增城区铂智体验店	增城区新塘镇广深大道西214号

经销商及服务商仅为部分收录，并非该品牌在本市的全部网点；完整、准确的网点名录请登录品牌主机厂官方网站查询。

已列出本库收录的全部 10 家网点（4S 店、2S 店及服务商）。 | 数据来源：客户提供经销商渠道数据（截至 2026年三季度）

M1 市场大盘（全国）

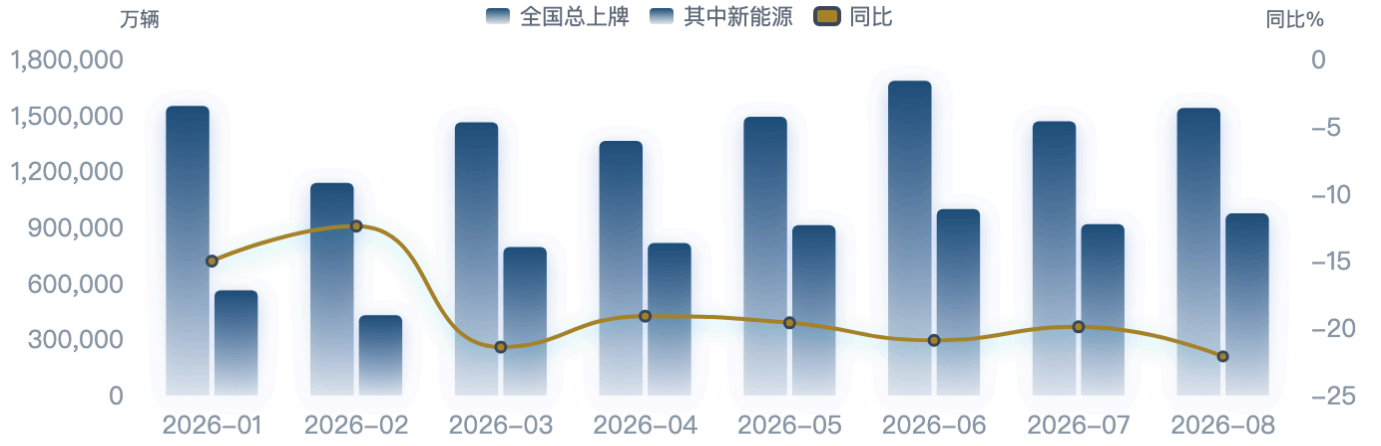
辅助陪衬

全国汽车市场现在是什么状况？为第二部分提供全国基准线。

全国当期上牌总量	全国新能源渗透率	全国市占率·广汽丰田 · 丰田
11,701,198	▼ 54.8%	3.62%
全国 2026 全年	▼ 新能源 6,407,686 辆	全国厂商第 7 名

本市当期上牌总量	全国大盘同比	本省当期上牌总量
320,279	▼ -49.4%	1,280,672
广州 全国城市第 4 名	▼ 本市 -49.0%	广东 占全国 10.9% · 省份第 1 名

图 3 | 全国月度上牌趋势：总上牌 + 新能源 + 同比 分析年度 · 万辆 / %



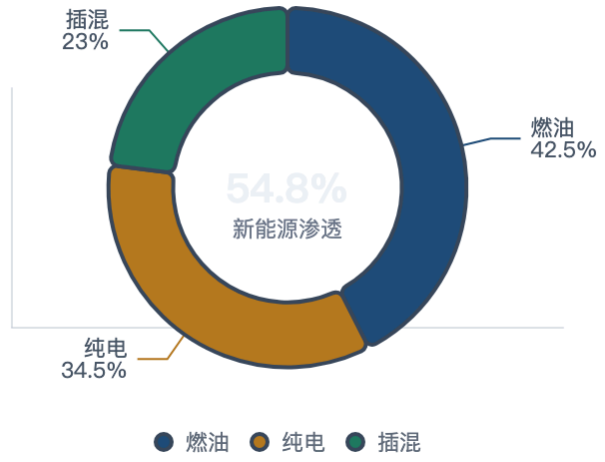
全国各月总上牌量（深蓝柱）与其中新能源（墨绿柱），金色折线为同比增速；用于判断全国大盘的销售节奏与电动化进程，为本品经营提供基准线。下方附表逐月列示总台次、新能源台次与同比增速，便于核对具体数值。

表 1 | 全国月度上牌结构：总台次 · 新能源台次 · 同比

单位：万辆（与上图一致）；同比为较上年同期的增速。本表与上图逐月对应。

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
销售台次	155.0	113.9	146.3	136.4	149.2	168.5	146.8	153.9
新能源台次	56.3	42.9	79.5	81.6	91.2	99.9	91.8	97.5
同比增速	-15.0%	-12.4%	-21.4%	-19.1%	-19.6%	-20.9%	-19.9%	-22.1%

图 4 | 全国动力结构　燃油 / 纯电 / 插混

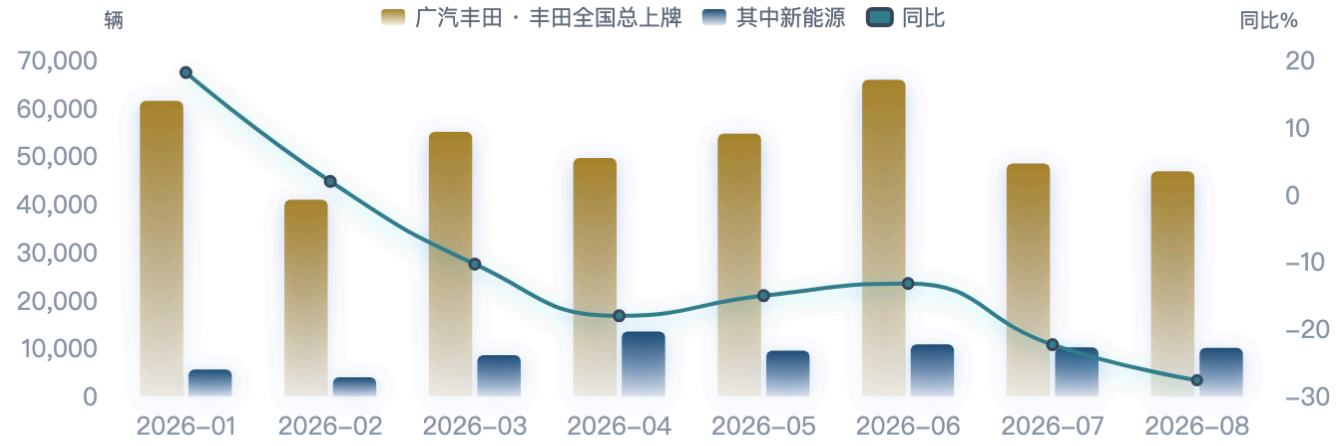


全国销量按燃油 / 纯电 / 插混的动力结构分布，观察全国动力结构重心与转型进度。

图 5 | 全国分省上牌排名 TOP10　当期总量 · 本省高亮

全国各省当期上牌量 TOP10，本省高亮；用于定位本省在全国省际竞争中的位次与体量差距。

图 6 | 本品全国月度上牌趋势：总上牌 + 新能源 + 同比　全国口径 · 辆 / %



本品在全国市场的逐月总上牌量（金色柱）与其中新能源（墨绿柱），青色折线为同比增速；与图 1 全国大盘（深蓝柱）同构对照，可判断本品全国基本盘的销售节奏、电动化进度，以及跑赢或跑输大盘的程度。

表 2 | 品全国月度上牌结构：总台次 · 新能源台次 · 同比

单位：辆（与上图一致）；同比为较上年同期的增速。本品全系新能源，故新能源台次与总台次相同；本表与上图逐月对应。

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
品月度上牌	61,541	40,997	55,107	49,661	54,740	65,991	48,507	46,870
品新能源上牌	5,619	3,965	8,597	13,508	9,517	10,857	10,191	10,117
同比数据	▲ +18.2%	▲ +2.0%	-10.3%	-18.0%	-15.0%	-13.2%	-22.3%	-27.6%

M2

本品 × 本市 × 周期 · 重点指标

★ 报告核心

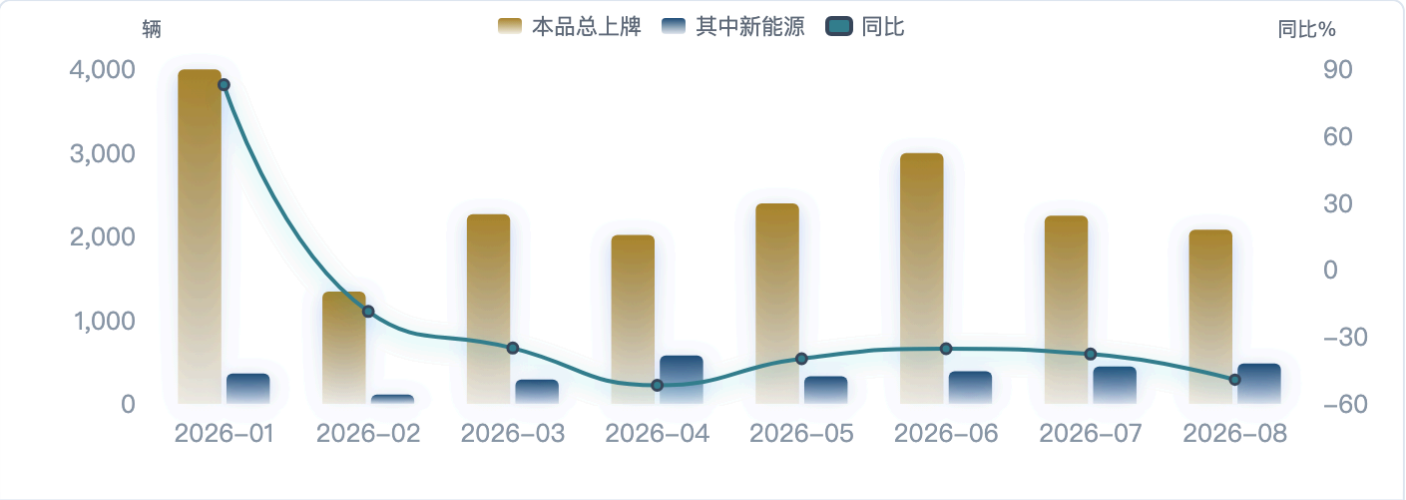
所选品牌在本市的经营全貌：核心指标、省内对比、畅销车型、车辆类别、月度走势、新能源专题、区县下钻。

A. 本品在本市 · 核心经营指标 CORE

本市当期上牌量	本市市占率	同比增速
本品	本品	本品
▼ 19,341	▲ 6.0%	▼ -58.0%
▼ 同比 -58.0%	▲ 强于全国大盘 3.6%	▼ 跑输本市大盘 -9.0pt

新能源赛道市占率	市内品牌排名	RSI 竞争指数
本品	本品	本品
▼ 1.6%	No.4	▲ 1.67
▼ 低于整体市占率 -4.4pt	本市共 108 个厂商	▲ 本地更强

图 7 | 本品逐月上牌趋势：总上牌 + 新能源 + 同比 分析年度 · 辆 / %



本品各月总上牌量（金柱）与其中新能源（绿柱），青色折线为同比；观察本品销售节奏与新能源占比变化。

表 3 | 本市月度上牌结构：总台次 · 新能源台次 · 同比

单位：辆（与上图一致）；同比为较上年同期的增速。本品全系新能源，故新能源台次与总台次相同；本表与上图逐月对应。

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
销售台次	3,996	1,340	2,266	2,019	2,396	2,996	2,248	2,080
新能源台次	362	111	291	577	330	390	447	482
同比增速	▲ +83.0%	-18.6%	-35.0%	-51.7%	-39.8%	-35.3%	-37.7%	-49.2%

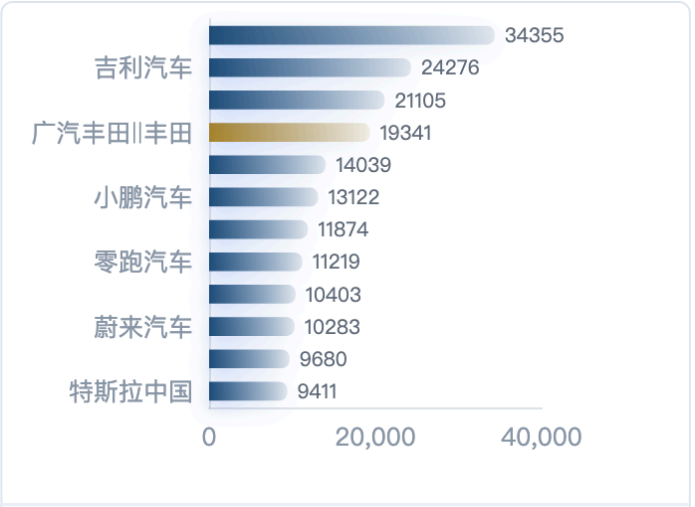
图 8 | 本品车型销量排名

本市口径 · 悬停看占比与全车型位次

本品各车型在本市销量降序排列，悬停可查看占比与在全车型中的位次；用于识别本品主力车型与尾部车型。

图 9 | 本市品牌销量排名

本品高亮 · 未进 TOP 则补入榜尾并标注真实排名

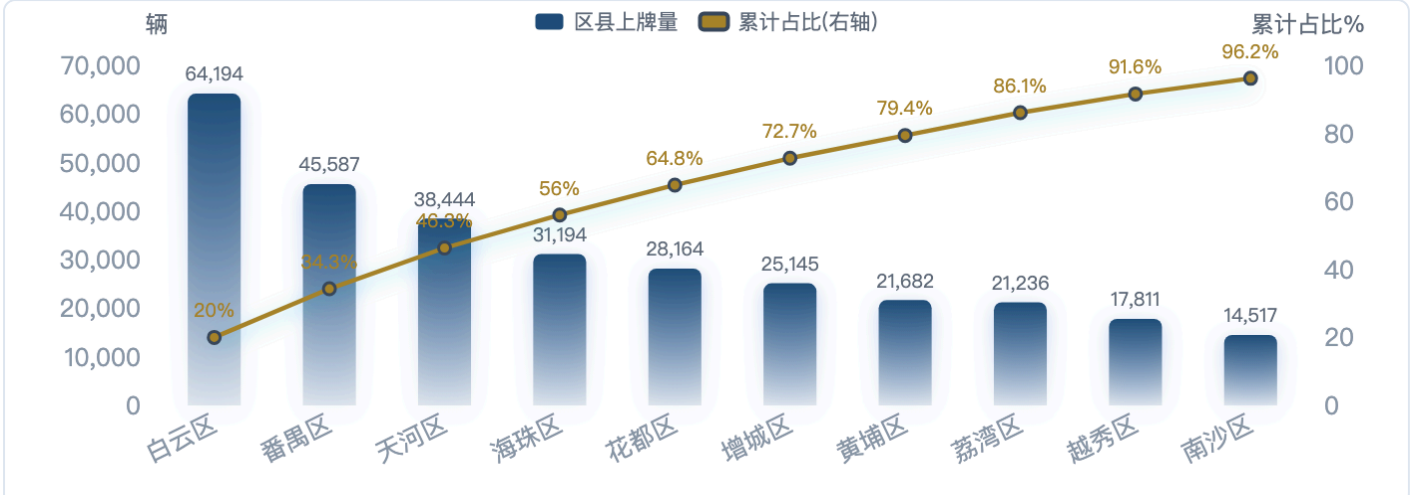


本市品牌销量排名，本品高亮（未进榜则补入榜尾并标注真实排名）；用于判断本品在本市竞争格局中的位置。

B. 区县下钻：本市 × 区县 COUNTY

图 10 | 区县销量排行 TOP10

柱=区县上牌量 · 线=累计占比（帕累托） · 悬停看占全市份额与本品估算销量



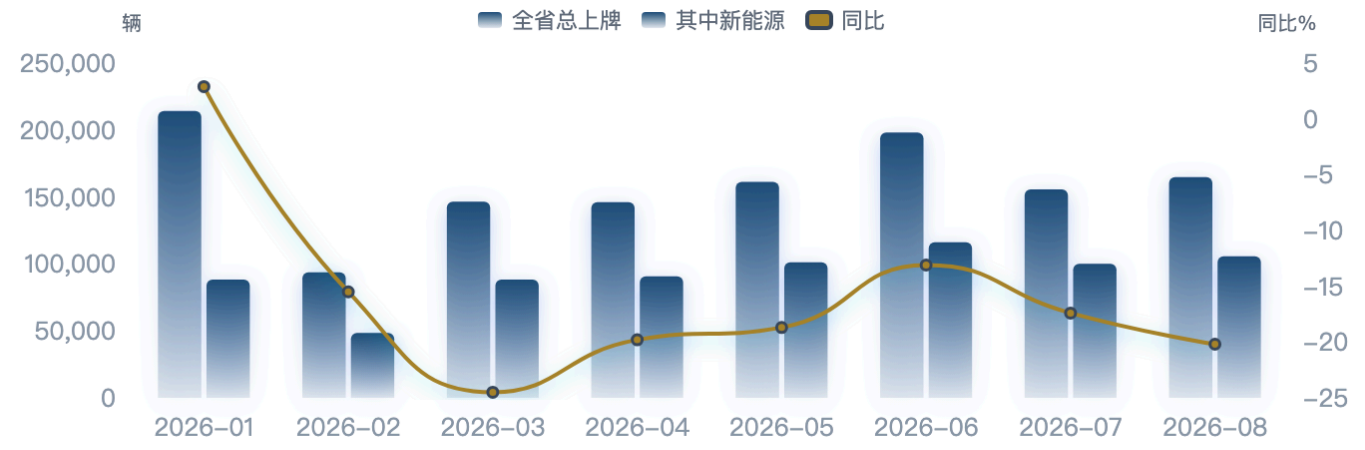
本市各区县上牌量 TOP10，柱为区县销量、线为累计占比（帕累托曲线）；用于识别本地市场重心与区县集中度。

C. 与省内其他城市对比 PROVINCE

本省当期上牌总量 本省	省内销量排名 省内	本省新能源渗透率 本省	本品占全省总量 本品	本市千人购买量 本品
1,280,672	**No.1**	**▲ 57.7%**	**1.5%**	**1.04**
广东 全国第 1 名	本市为省内核心	▲ 低于全国 +2.9pt	本市贡献为主	每千名常住人口本品上牌量

图 11 | 全省月度上牌趋势：总上牌 + 新能源 + 同比

分析年度 · 辆 / %



本省各月总上牌量与新能源结构、同比走势；作为本品在全省经营的大盘基准。

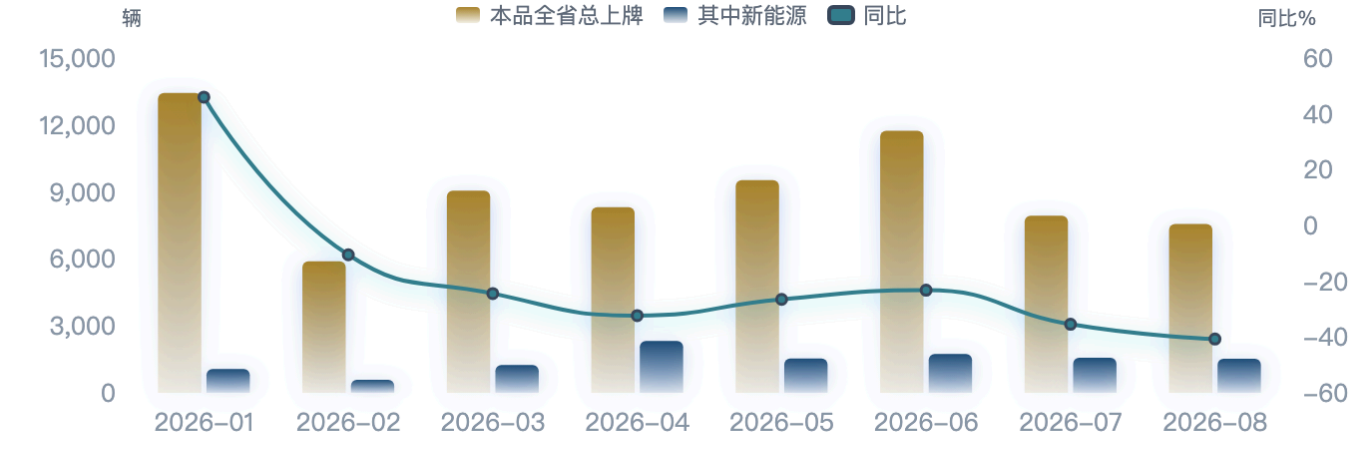
表 4 | 全省月度上牌结构：总台次 · 新能源台次 · 同比

单位：辆（与上图一致）；同比为较上年同期的增速。本表与上图逐月对应。

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
全省月度上牌	214,268	93,746	146,465	146,074	161,387	198,096	155,741	164,895
全省新能源	88,238	48,386	88,241	90,751	101,211	116,155	100,042	105,786
同比数据	▲ +2.9%	-15.5%	-24.5%	-19.8%	-18.7%	-13.1%	-17.4%	-20.2%

图 12 | 本品在全省月度上牌：总上牌 + 新能源 + 同比

分析年度 · 辆 / %



本品在全省各月总上牌量与新能源结构、同比走势；与本市节奏对照，判断本品在省内的销售形态。

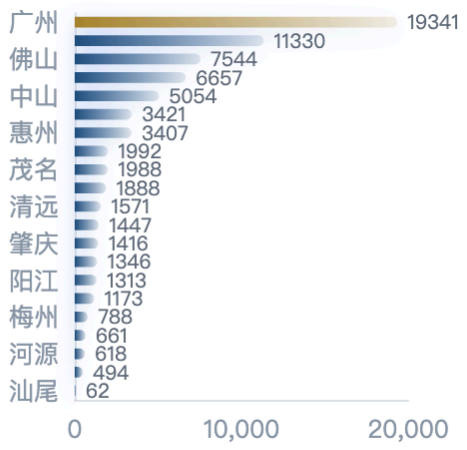
表 5 | 品在全省月度上牌结构：总台次 · 新能源台次 · 同比

单位：辆（与上图一致）；同比为较上年同期的增速。本品全系新能源，故新能源台次与总台次相同；本表与上图逐月对应。

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
品全省上牌	13,444	5,899	9,064	8,324	9,537	11,742	7,934	7,567
品新能源上牌	1,062	589	1,246	2,327	1,534	1,739	1,575	1,532
同比数据	▲ +46.0%	-10.5%	-24.4%	-32.3%	-26.5%	-23.2%	-35.4%	-40.7%

图 13 | 本品在省内各城市销量

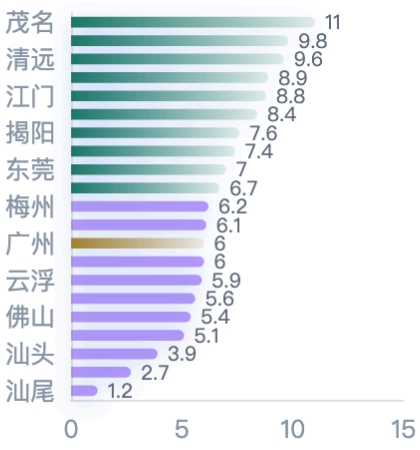
本市高亮



本品在省内各城市销量，本市高亮；观察本品省域布局的广度与结构。

图 14 | 本品在省内各城市市占率

本品销量 ÷ 城市大盘



本品在省内各城市的市占率（本品销量÷城市大盘），本市高亮；识别本品强势与弱势城市。

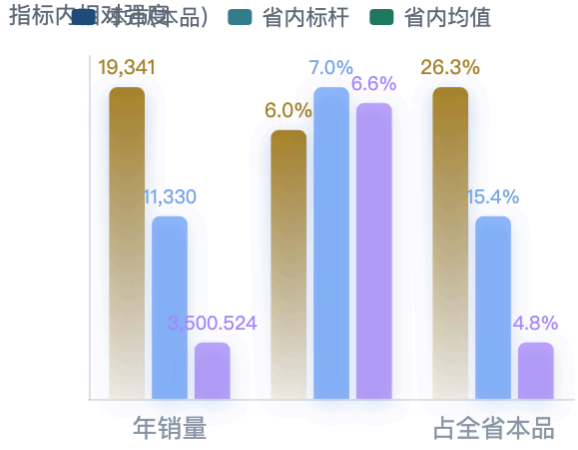
表 6 | 本品在省内各城市销量与市占率

单位：辆 / %（与上图一致）；市占率 = 本品销量 ÷ 城市大盘；按销量降序排列，本市行高亮。

城市名	广州（本市）	东莞	佛山	深圳	中山	江门	惠州	珠海	茂名	汕头
本品销量	**19,341**	11,330	7,544	6,657	5,054	3,421	3,407	1,992	1,988	1,888
本品市占率	**6.0%**	7.0%	5.4%	2.7%	7.4%	8.8%	6.1%	5.1%	11.0%	3.9%

图 15 | 与省内标杆城市差距

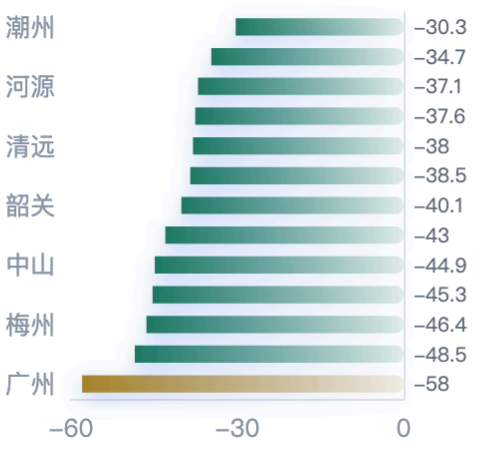
销量 · 市占率 · 占全省份额（各指标内归一，柱上为真实值）



本市与省内标杆城市在销量、市占率、占全省份额三维度的差距（各维度内归一，柱上标注真实值）；量化追赶空间。

图 16 | 本品在省内各城市同比增速

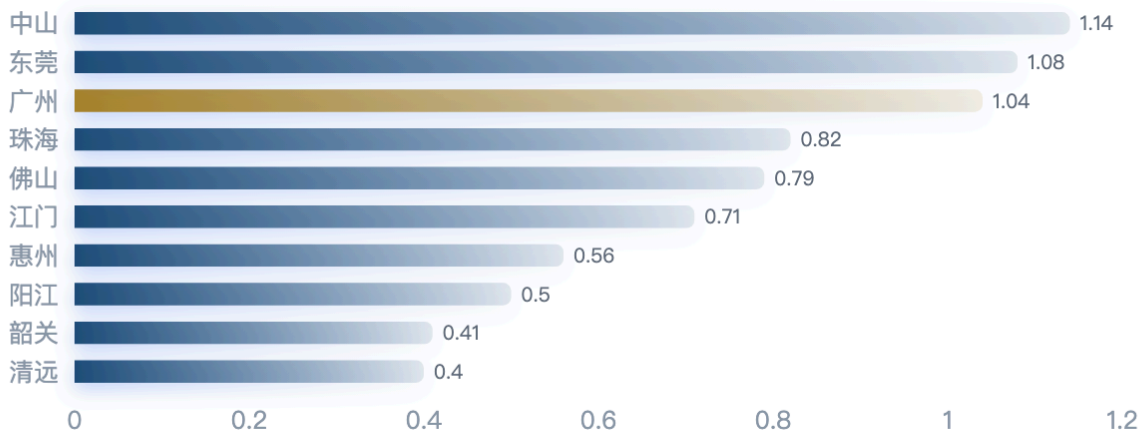
红涨绿跌 · 本市高亮



本品在省内各城市同比增速（红涨绿跌），本市高亮；判断本品增长的区域分布。

图 17 | 全省各城市 本品牌千人购买量 TOP10

千人购买量 = 本品上牌量 ÷ 常住人口 × 1000 · 剔除城市规模差异 · 本市高亮



全省各城市本品牌千人购买量 TOP10（本品上牌量÷常住人口×1000），剔除城市规模差异；识别本品渗透最深的城市。

表 7 | 全省各城市 本品牌千人购买量 TOP10 明细

千人购买量 = 本品上牌量 ÷ 常住人口 × 1000（与上图一致）；人口单位为万人；高亮行 = 本市。

城市	本品销量（辆）	常住人口（万人）	千人购买量
中山	5,054	441.8	1.14
东莞	11,330	1046.7	1.08
广州（本市）	**19,341**	**1867.7**	**1.04**
珠海	1,992	244.0	0.82
佛山	7,544	949.9	0.79
江门	3,421	479.8	0.71
惠州	3,407	604.3	0.56
阳江	1,313	260.3	0.5
韶关	1,173	285.5	0.41
清远	1,571	396.9	0.4

D. 与全国城市对比 NATION

品牌全国城市位次 全国

No.1

共 334 个有本品销量城市，按本品销量排

与品牌 TOP 城市差距 全国

0 辆

广州（全国第1）

渗透率对标·全国 全国

54.8%

全国平均

品牌全国市占率 全国

3.62%

全国厂商 No.7

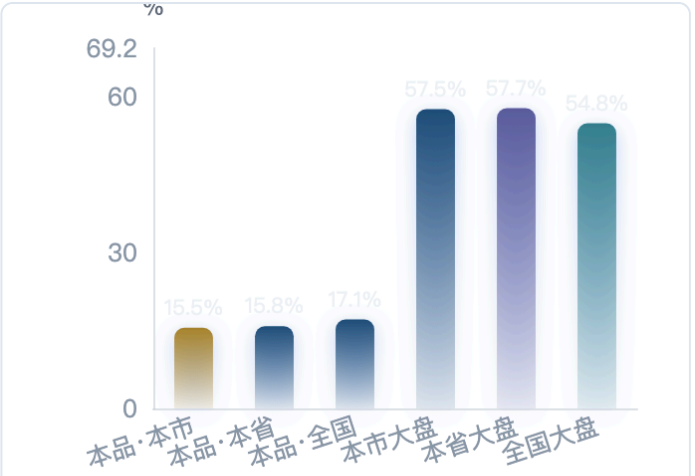
图 18 | 本品全国城市市占率 TOP10

本品必现：进榜金色 / 未进榜追加榜尾

本品在全国城市市占率 TOP10（本品必现：进榜为金色、未进榜追加榜尾）；定位本品全国层面的优势城市。

图 19 | 新能源渗透率对标

本品本市/本省/全国 vs 各级大盘（新能源上牌 ÷ 总上牌）



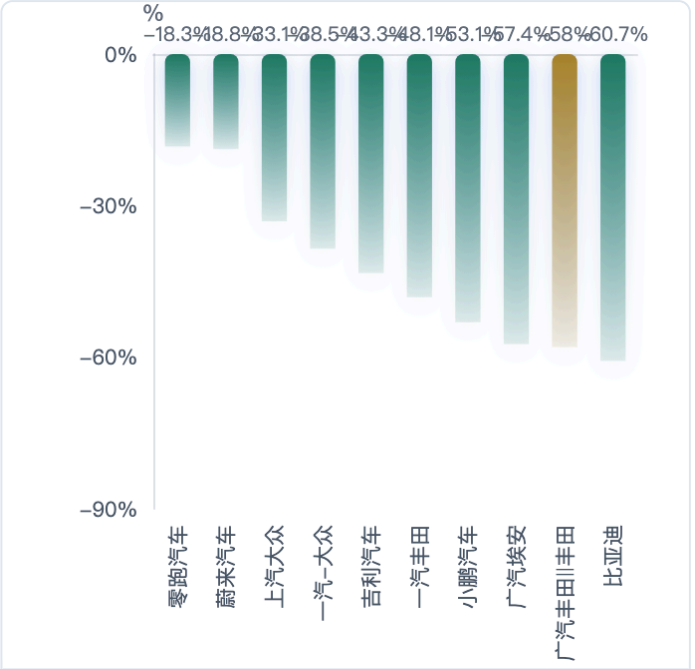
本品（本市 / 本省 / 全国）与各级大盘的新能源渗透率对比；判断本品电动化水平相对基准的强弱。

E. 与本市其他品牌对比 COMPETITION

图 20 | 本品 vs 本市 TOP 竞品销量 本品高亮

本品与本市主要竞品销量对比，本品高亮；观察本品与核心竞品的体量差距。

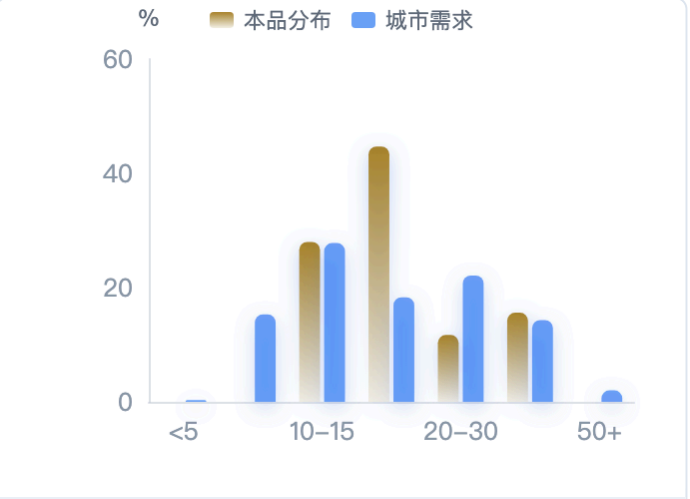
图 21 | 本品 vs 竞品 同比增速 红涨绿跌



本品与主要竞品的同比增速对比（红涨绿跌）；判断本品增长相对竞品的快慢。

图 22 | 本品结构 vs 城市需求（价格段）

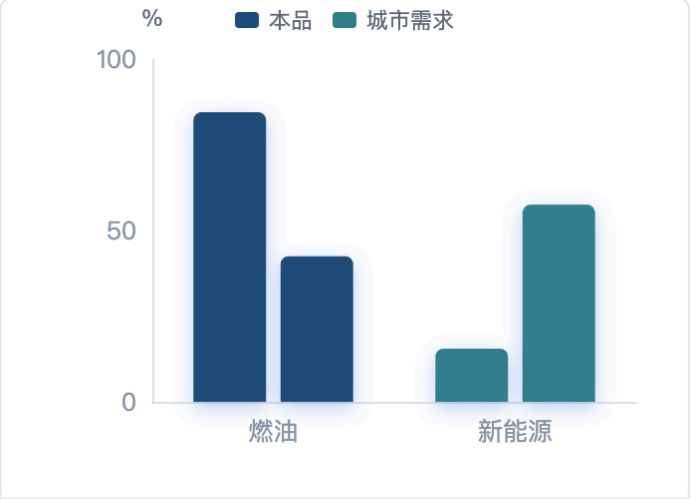
找错配



本品销量结构与城市市场需求在价格段上的分布对照；识别产品价位与本地需求的错配环节。

图 23 | 动力结构对比

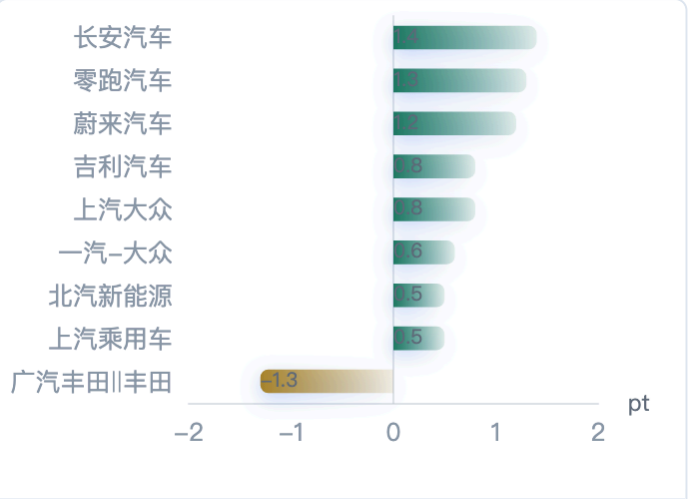
燃油 / 纯电 / 插混



本品与竞品在燃油 / 纯电 / 插混上的动力结构对比；评估动力组合的竞争适应性。

图 24 | 本品 vs 竞品份额此消彼长

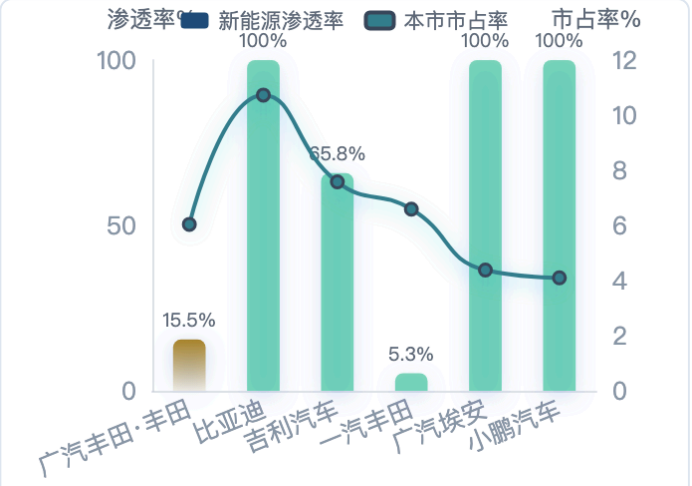
较上年份额变化 pt



本品与竞品份额变化（较上年增减，单位百分点）；观察竞争格局的此消彼长。

图 25 | 本品 vs 竞品 新能源渗透率

柱=渗透率 · 线=本市市占率



本品与竞品的新能源渗透率（柱）与本市市占率（线）；识别电动化与份额的联动关系。

E2. 畅销车型：本市 / 本省 / 全国 MODEL BENCH

本市畅销车型榜首 本市

卡罗拉

8,678 辆

本品上榜车型 本品

1 款

本市 TOP10 中

本省畅销榜首 本省

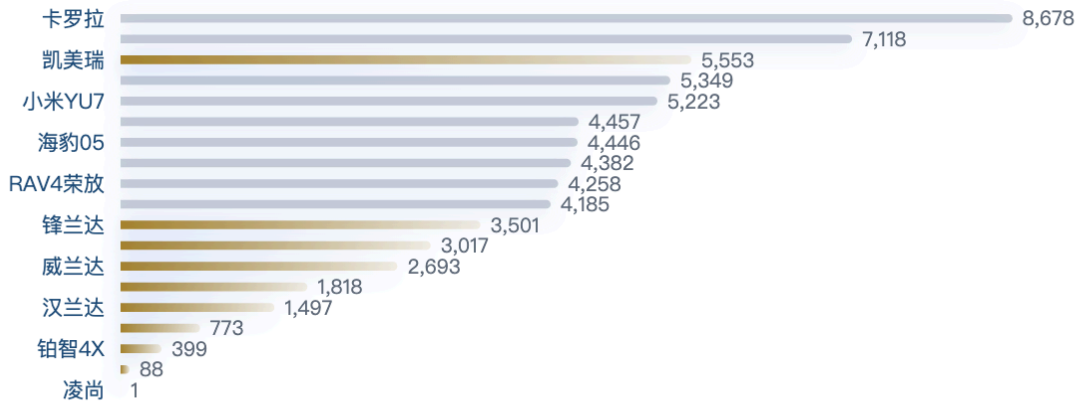
卡罗拉

全国畅销榜首 全国

星愿

图 26 | 本市畅销车型 TOP

金色=本品在售 · 本品未进榜则补入榜尾 · 悬停看本市/本省/全国销量



本市畅销车型 TOP（本品在售车型金色高亮，未进榜则补入榜尾），悬停查看本市 / 本省 / 全国销量；判断本品车型与热销阵营的差距。

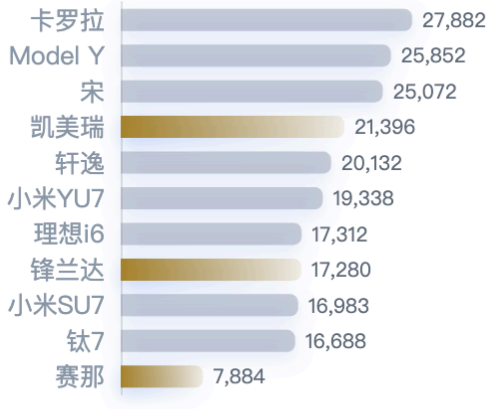
表 8 | 本市畅销车型销量及名次

单位：辆（与上图一致）；「第 N」为本市全部车型中的年度销量名次；共 10 个车型：本品销量前 5（不足 5 个时全部展示），其余名额由本市畅销车型 TOP 按名次补齐；高亮列 = 本品在售车型。

车型	卡罗拉	Model Y	凯美瑞	宋	小米YU7	小米SU7	锋兰达	赛那	威兰达	铂智3X
销售量	8,678	7,118	**5,553**	5,349	5,223	4,457	**3,501**	**3,017**	**2,693**	**1,818**
排名第	第 1	第 2	**第 3**	第 4	第 5	第 6	**第 17**	**第 25**	**第 27**	**第 48**

图 27 | 本省畅销车型 TOP

金色=本品在售



本省畅销车型 TOP（本品在售车型金色高亮）：提供省内车型竞争基准，识别本品在省内市场的相对位置。

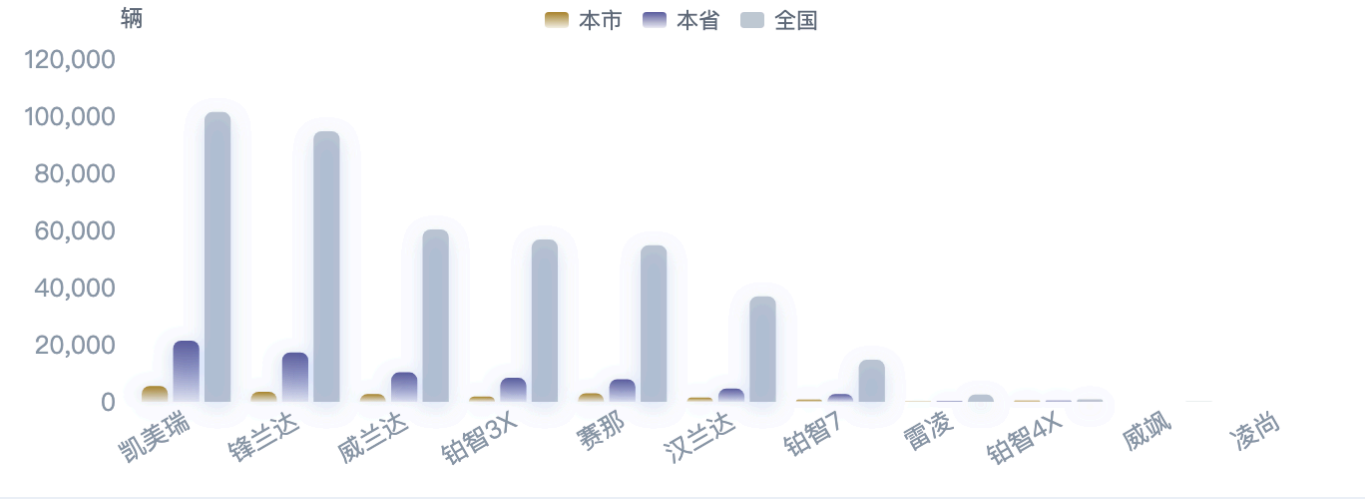
图 28 | 全国畅销车型 TOP

末位补本品前三（金色）

全国畅销车型 TOP（末位固定补入本品前三，金色）；提供全国车型竞争基准。

图 29 | 本品分车型销量：本市 / 本省 / 全国

占本品当地总量份额 %

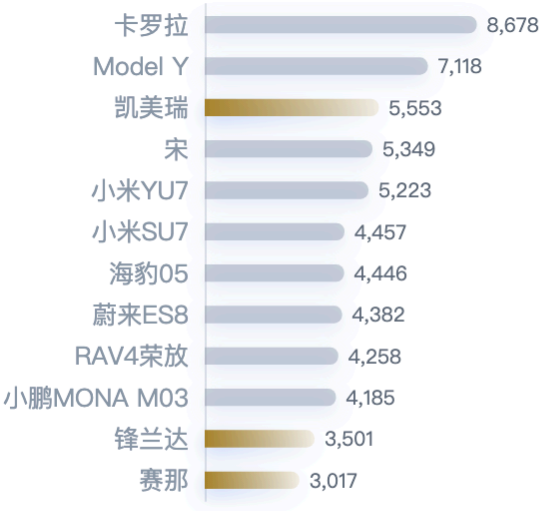


本品各车型在本市 / 本省 / 全国三层级的销量与占本品当地总量份额；定位本品车型的区域贡献结构。

E3. 车辆类别：车身 × 级别 × 电动化 VEHICLE CLASS

图 30 | 车型综合 TOP10

本市全部车型按本年度销量降序 · 本品高亮



本市全部车型按本年度销量降序 TOP10，本品高亮；完整呈现本市车型竞争全景。

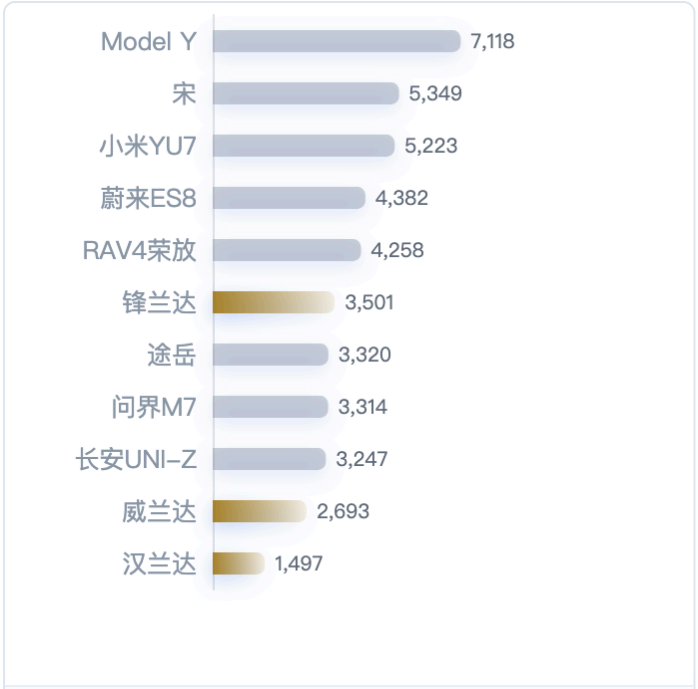
图 31 | 轿车畅销车型 TOP10

本市全部轿车（按车型名识别）· 本品未进榜则补入榜尾

本市轿车畅销车型 TOP10（本品未进榜则补入榜尾）；观察轿车细分的热销格局。

图 32 | SUV 畅销车型 TOP10

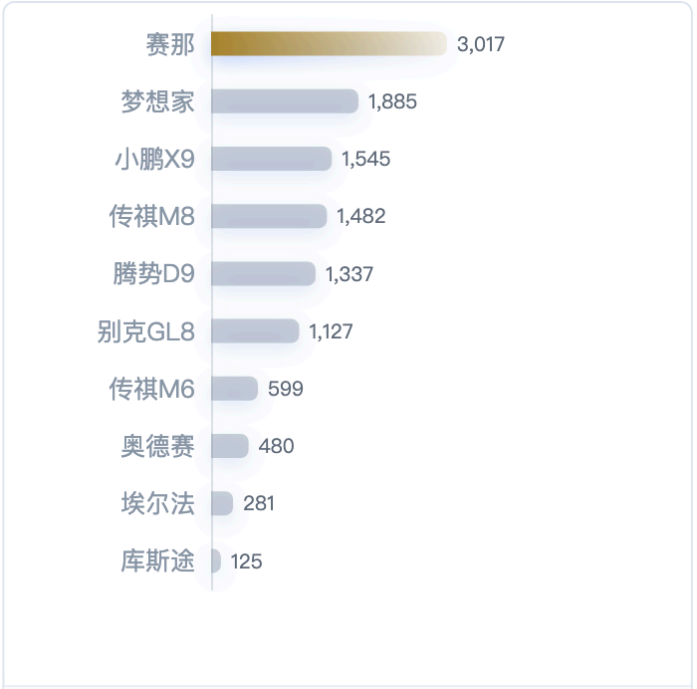
本市全部 SUV（按车型名识别）· 本品未进榜则补入榜尾



本市 SUV 畅销车型 TOP10（本品未进榜则补入榜尾）；观察 SUV 细分的热销格局。

图 33 | MPV 畅销车型 TOP10

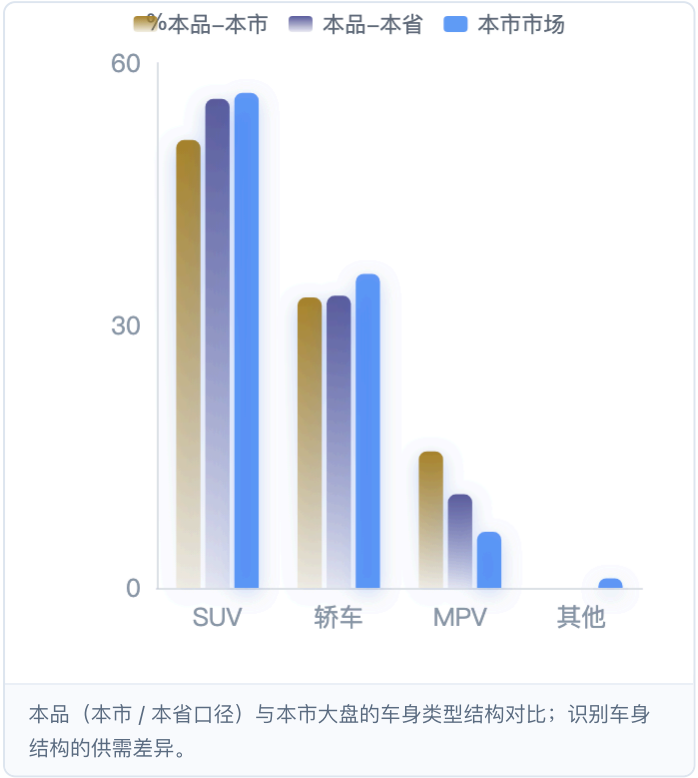
本市全部 MPV（按车型名识别）· 本品未进榜则补入榜尾



本市 MPV 畅销车型 TOP10（本品未进榜则补入榜尾）；观察 MPV 细分的热销格局。

图 34 | 车身类型结构对标

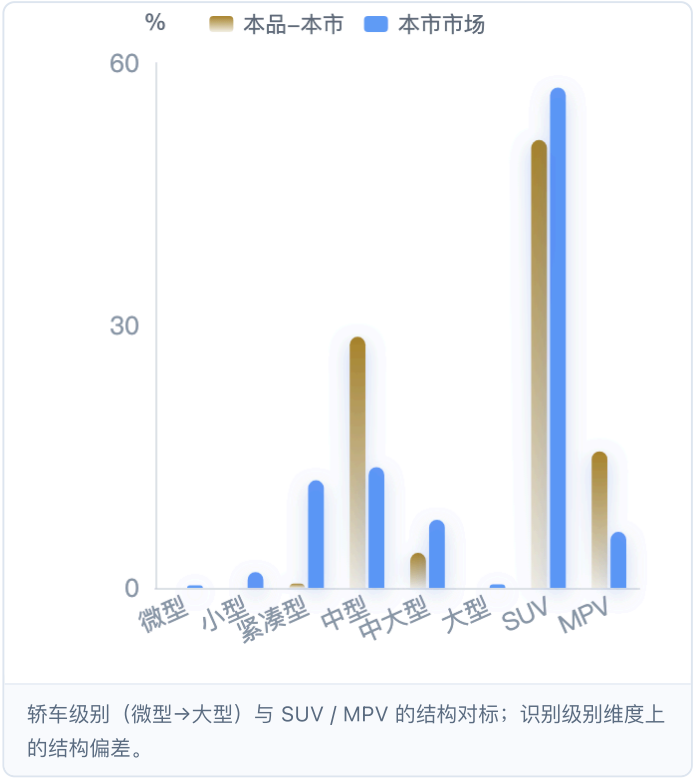
本品-本市 / 本品-本省 / 本市



本品（本市 / 本省口径）与本市大盘的车身类型结构对比；识别车身结构的供需差异。

图 35 | 级别 × 车身结构对标

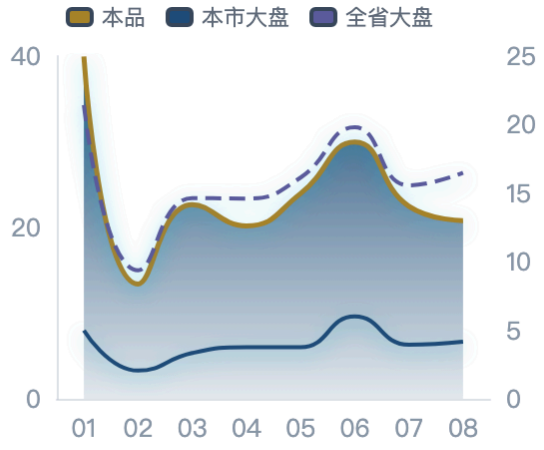
微型 → 大型（轿车级别） + SUV / MPV



轿车级别（微型→大型）与 SUV / MPV 的结构对标；识别级别维度上的结构偏差。

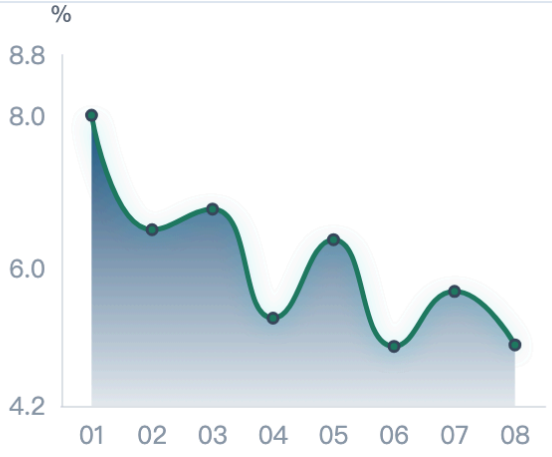
F. 月度走势 × 大盘 / 全省对标 MONTHLY

图 36 | 本品 vs 本市大盘 vs 全省 双轴



本品（左轴·百辆）与本市、全省大盘（右轴·万辆）的双轴对比；综合判断本品在本地市场的相对位置。

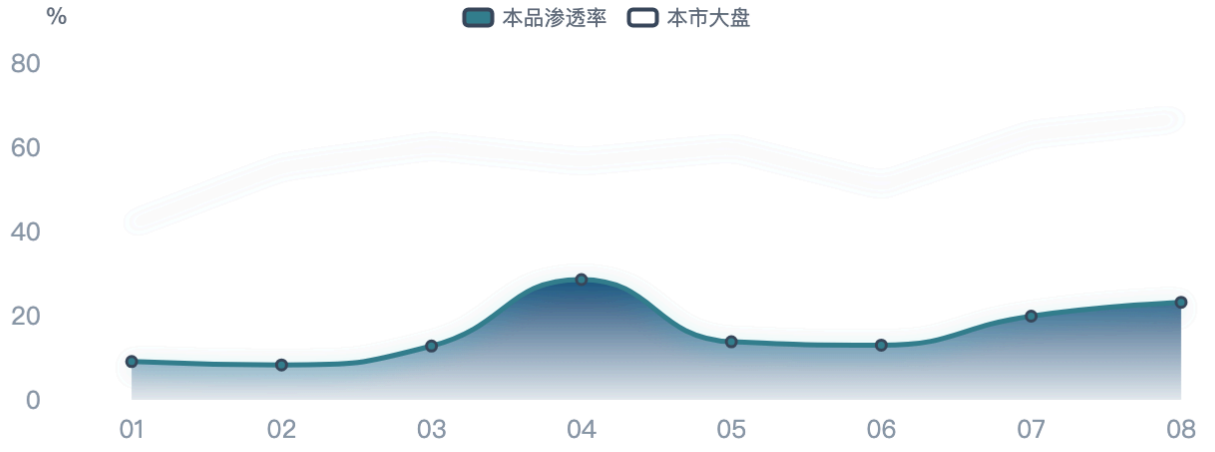
图 37 | 本市内市占率逐月走势 份额升跌



本市市占率逐月走势：结合图 34 判断本品「量增带份额」或「存量抢份额」。

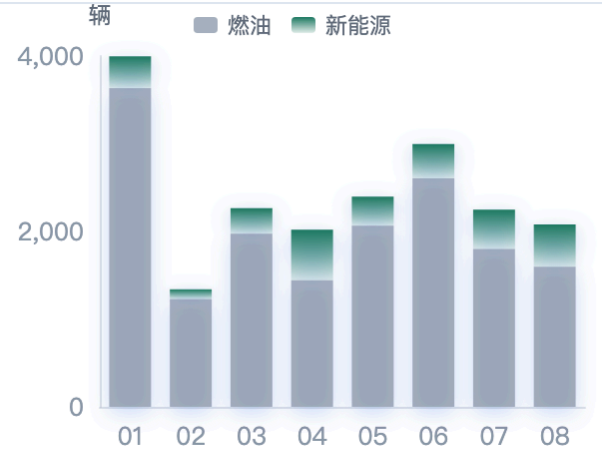
G. 新能源 vs 燃油专题 NEV

图 38 | 本品渗透率逐月走势 虚线=本市大盘



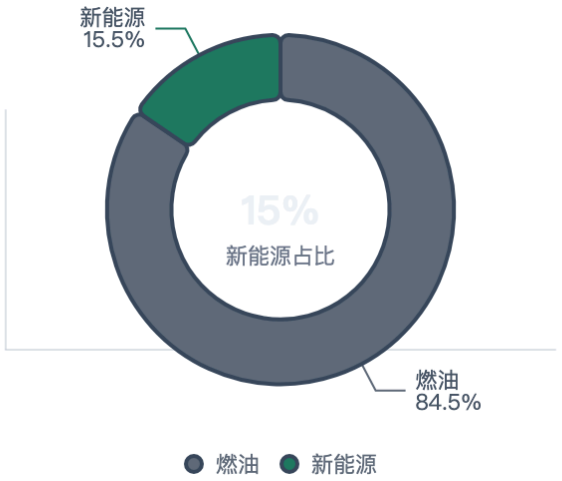
本品新能源渗透率逐月走势（虚线为全市大盘）；判断本品电动化节奏相对城市的快慢。

图 39 | 燃油基本盘逐月变化　燃油是否被替代



本品燃油基本盘逐月变化；监测燃油基本盘是否被新能源替代及替代速度。

图 40 | 本品动力结构　燃油 / 纯电 / 插混



本品动力结构（燃油 / 纯电 / 插混）占比；呈现本品当前的能源组合，配合左侧逐月趋势图监测电动化替代进程。

表 9 | 对标分析 | 同比 · 基准对照 · 判定

判定规则：优于基准=优 / 持平=平 / 弱于基准=差

指标	本期值	同比	环比	对标基准	判定
本市上牌量（辆）	19,341	-58.0%	–	省内第 1	差
本市市占率	6.0%	≥全国	–	全国 3.6%	优
同比增速	-58.0%	–	–	-49.0%	差
新能源渗透率	15.5%	-42.0pt	–	本市 57.5%	差
市内品牌排名	No.4	–	–	榜首：比亚迪	平
RSI 竞争指数	1.67	–	–	100=本地均衡	优

✓ 亮点识别

- 销量同比 **-58.0%**，弱于本市大盘 -9.0pt；
- 新能源赛道市占率 **1.6%**，低于本品整体市占率 4.4pt，赛道表现偏弱
- 市内厂商排名 **No.4**，RSI 1.67（本地强势）

⚠ 问题诊断

- 新能源赛道市占率低于本品整体市占率 **4.4pt**，在本地新能源市场相对弱势

风险与建议

- 新能源赛道相对薄弱，建议评估纯电/插混产品导入节奏

M3 本市整体 + 与本品对比

辅助陪衬

这座城市盘子多大、需求结构如何？为 M2 提供「城市需求」那半边对照。

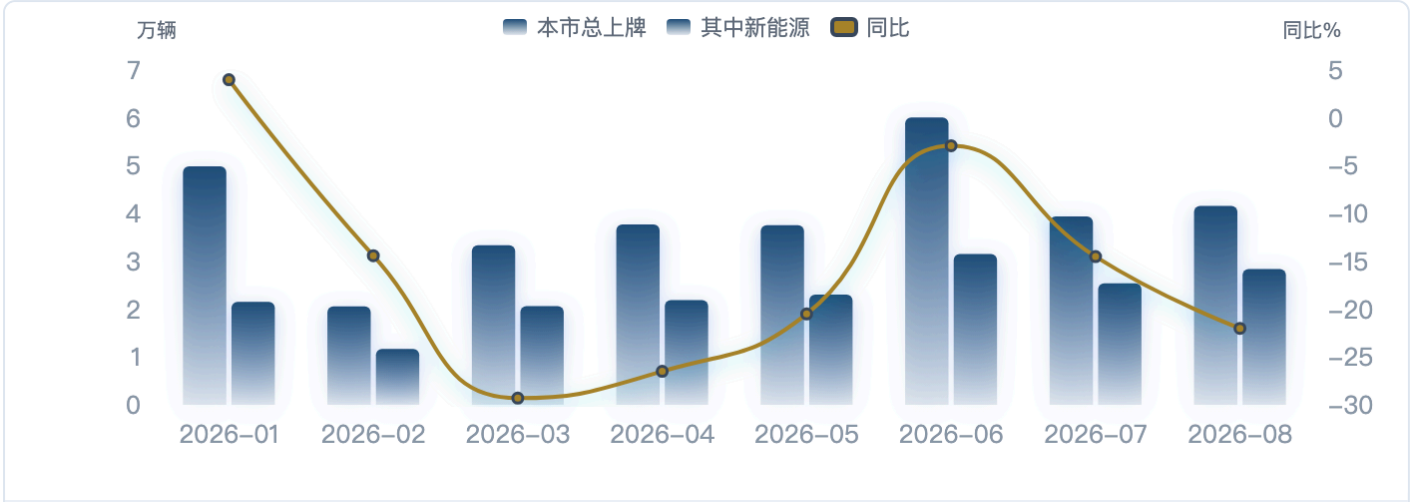
本市当期上牌总量 本市
▼ 320,279
▼ 同比 -49.0%

本市新能源渗透率 本市
▲ 57.5%
▲ 高于全国 +2.7pt

本市全国城市排名 本市
No.4
稳居第一梯队

本市占全国比重 全国
2.7%
全国大盘

图 41 | 本市月度上牌趋势：总上牌 + 新能源 + 同比 分析年度 · 万辆 / %



本市各月总上牌量与新能源结构、同比走势；作为本品在本市经营的大盘基准。

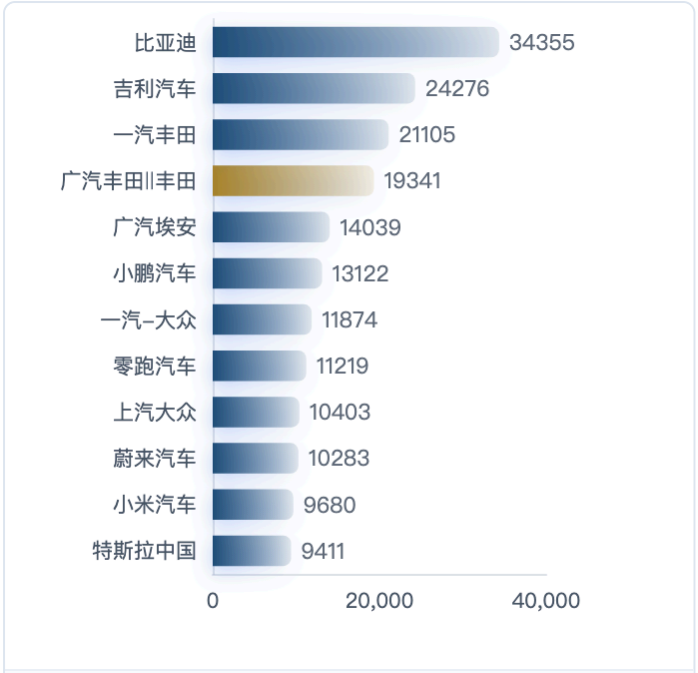
表 10 | 本市大盘月度上牌结构：总台次 · 新能源台次 · 同比

单位：万辆（与上图一致，保留两位小数）；同比为较上年同期的增速。本表与上图逐月对应。

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
本市上牌	4.99	2.06	3.34	3.77	3.76	6.01	3.94	4.16
新能源上牌	2.16	1.17	2.06	2.19	2.30	3.15	2.54	2.84
同比数据	▲ +4.0%	-14.4%	-29.3%	-26.5%	-20.5%	-2.9%	-14.5%	-22.0%

图 42 | 本市品牌需求 TOP 榜

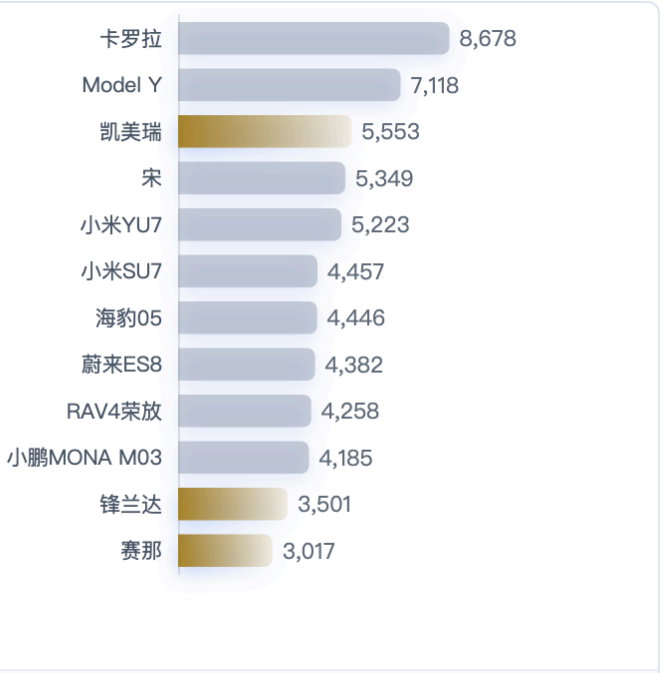
本品必现：进榜高亮 / 未进榜追加榜尾



本市品牌需求 TOP 榜（本品必现：进榜高亮 / 未进榜追加榜尾）；呈现本市品牌竞争格局与本品位次。

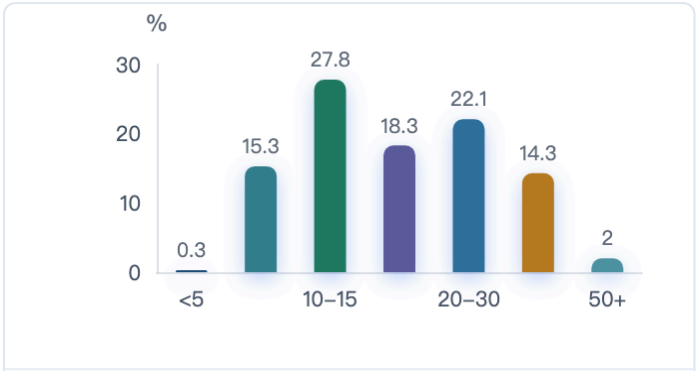
图 43 | 本市热门车型 TOP

固定纳入本品 3 款主力车型



本市热门车型 TOP（固定纳入本品 3 款主力车型）；将本品主力车型置于城市热销语境中评估。

图 44 | 本市需求结构 价格带



本市需求按价格带的结构分布；反映本地市场的消费档次重心，与本品价格带布局对照寻找结构错配。

图 45 | 本市新能源 vs 燃油月度结构 堆叠柱 + 渗透率线

本市新能源与燃油月度结构（堆叠柱）与渗透率（线）；跟踪城市电动化进程。

图 46 | 本品牌在本市各区县销量分布 按销量降序 · 最多 白云区 3877 辆 · 最少 从化区 743 辆

M4 所选品牌在全国的情况

辅助陪衬

把镜头拉到全国：这个品牌在全国处于什么地位、结构如何？为 M2 的全国对标提供背景。

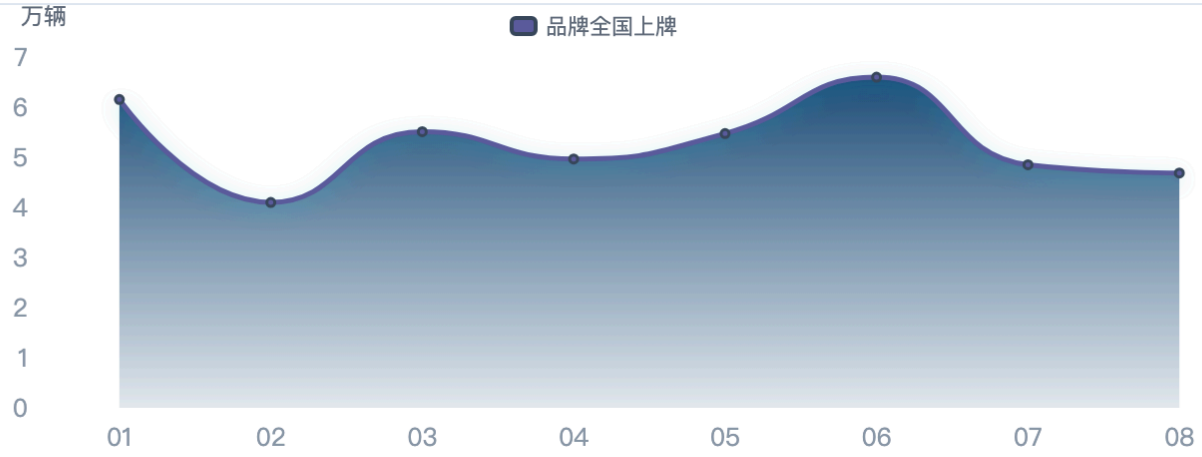
品牌全国上牌总量 全国
423,414
全国 2026 全年

全国市占率 全国
3.62%
全国厂商 No.7

全国新能源渗透率 全国
54.8%
全国平均

本市占全国比重 本品
4.6%
本品全国主力市场

图 47 | 品牌全国月度趋势 分析年度 · 万辆

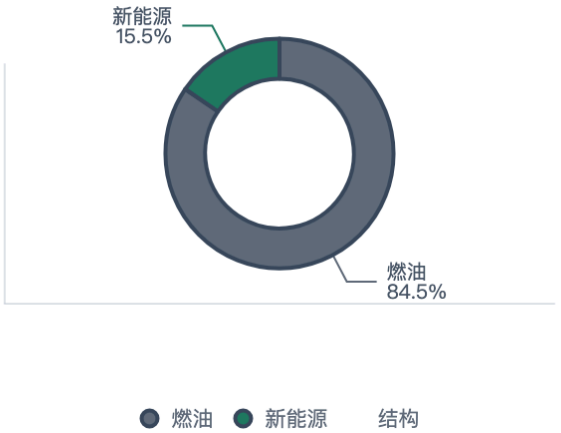


品牌全国各月上牌量走势；作为品牌全国基本盘与本市对照的参照。

图 48 | 品牌全国车型 TOP 本品在售（全国为估算）

品牌全国车型 TOP（本品在售，全国为估算口径）；观察本品车型在品牌内的位次。

图 49 | 品牌结构：能源 / 级别 / 价格带 本品口径



品牌在能源 / 级别 / 价格带上的结构分布（本品口径）；呈现品牌整体产品结构。

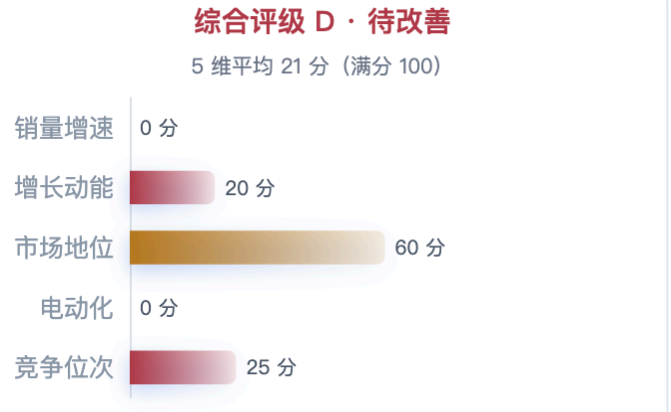
M5 经营质量 + 机会与风险

辅助陪衬

从「看数」到「给行动」：本品在这座城市经营质量如何，机会与风险在哪？服务于 M2 的结论收口。

图 50 | 经营质量分维度评分

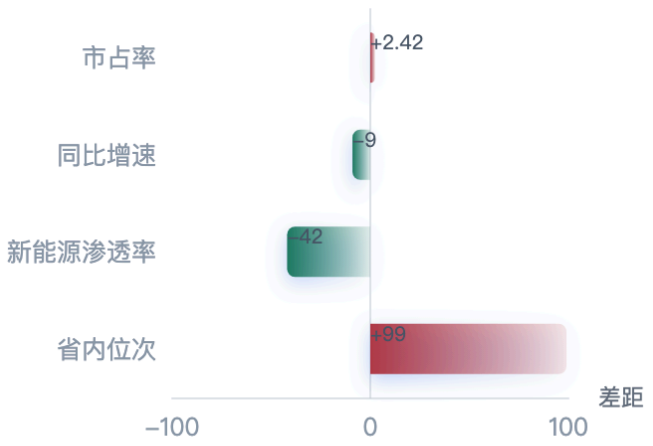
5 维评分 + 综合等级（规则透明）



经营质量五维评分与综合等级（评分规则透明）；对本期经营状况给出结构化总评。

图 51 | 关键指标与基准差距

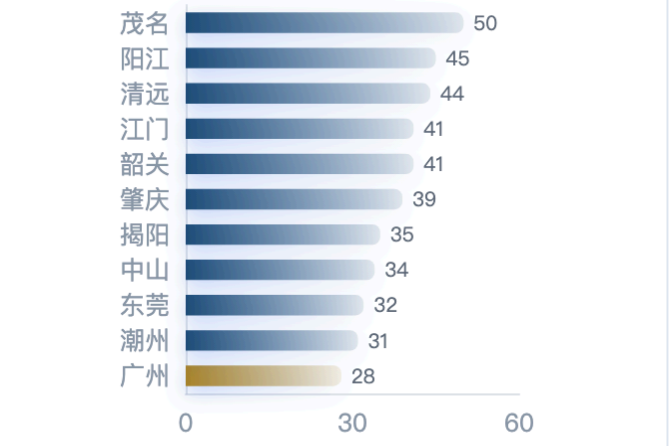
正值=优于基准 · 负值=弱于基准



关键指标与基准的差距（正值=优于基准、负值=弱于基准）；逐项定位经营短板。

图 52 | 省内各城市经营质量排位

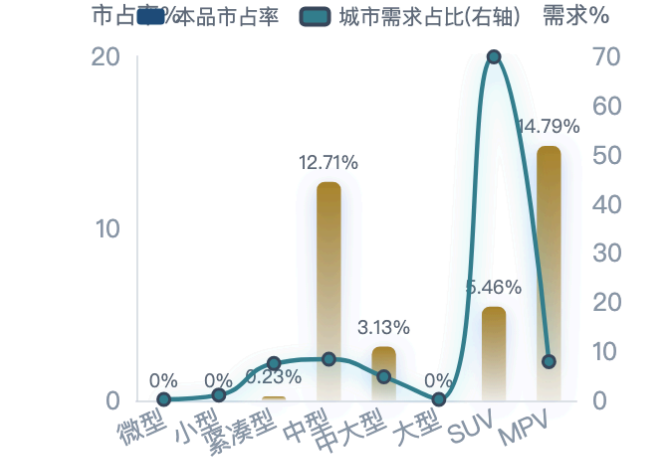
市占率 × 增速 · 本市高亮



省内各城市经营质量排位（市占率×增速），本市高亮；判断本市在省内的相对经营水平。

图 53 | 机会与风险：本品各级别市占率

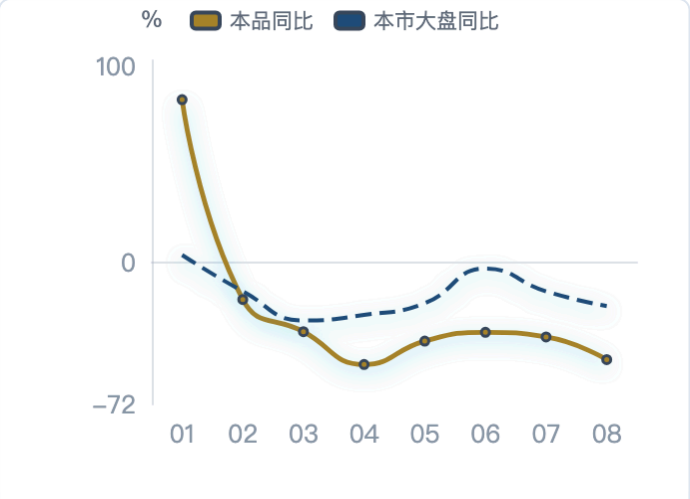
柱=本品市占率 · 线=城市需求结构 · 需求高份额低即为机会



各级别机会与风险：柱为本品市占率、线为城市需求结构；需求高而份额低即为潜在机会。

图 54 | 本品 vs 本市大盘 月度同比

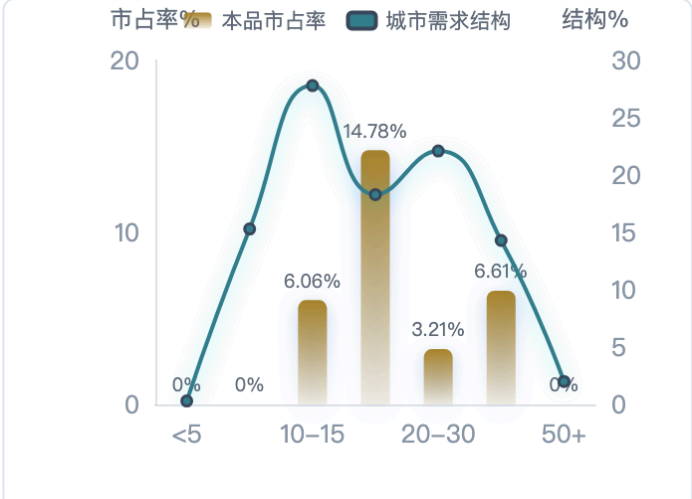
谁跑得更快



本品与本市大盘的月度同比增速对照；判断本品跑赢或跑输本地大盘。

图 55 | 本品各价格带市占率

柱=市占率 · 线=城市需求结构



本品各价格带市占率（柱）与城市需求结构（线）；识别份额与需求错配的价格带。

行动建议清单

- **赛道位势**：本品占本市新能源大盘 1.6%，低于其整体市占率 6.0%（-4.4pt），新能源赛道相对薄弱，建议评估纯电/插混产品导入节奏。
- **份额防守**：本市市占率 6.0%（全国 3.62%），本地强于全国，宜巩固 No.4。
- **增速对标**：本品同比 -58.0%，跑输本市大盘 -9.0pt。
- **车型机会**：本品在售 10 款主力车型，结合本市畅销 TOP 榜查缺补漏。

数据来源：全国乘用车上牌量数据（安途AI iWisdom · atdts.com）· 数据洞察 · 驱动区域经营增长 | 咨询电话 4000282050 | 业务邮箱 AI@atdts.com。本报告为经销商内部经营分析用途，数据仅供参考，不构成经营决策的唯一依据。

提示 本报告部分数据因排版问题未能显示详细。完整版报告可登录分析平台查阅。

DTS · 安途AI iWisdom
数据洞察 · 驱动区域经营增长
汽车经销商 AI 智能体决策支持平台

咨询电话：**4000282050**
业务邮箱：**AI@atdts.com**
官方网站：**www.atdts.com**

扫码获取更多城市分析报告