

中国商务车行业市场发展分析及前景趋势与投资机会研究报告(2026-2031版)

报告简介

2022年，国内新能源汽车市场呈爆发式增长，全年销量超过688万辆，同比增长93.4%，新能源汽车市场渗透率达到25.6%，提前完成《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》中提出的2025年发展目标。新能源商用车销量30.8万辆，同比增长83.6%，渗透率为10.2%，比2021年提高6.7个百分点。2022年，商用车出口58.2万辆，同比增长44.9%，其中新能源商用车出口2.7万辆，同比增长130%。尽管新能源补贴政策退出，但“双碳”和环保政策持续发力、新能源试点和绿色城配示范工程增加、路权等非财税政策出台有利于推动新能源商用车市场持续发展。

受经济下行、新冠疫情多点散发、国VI排放法规切换等多重因素叠加影响，2022年我国商用车市场大幅下滑，产销分别完成318.5万辆和330万辆，同比分别下降31.9%和31.2%。随着不利因素影响逐步减小，稳增长、促消费等宏观政策持续发力，商用车市场将逐步恢复。2023年销量或将达到384万辆，同比增长超过15%，在“十四五”期间有望达到410万~440万辆。

2023年1-

8月，商用车产销累计完成255.3万辆和256.8万辆，同比分别增长18%和16.4%。在商用车主要品种中，与上年同期相比，客车、货车产销均呈两位数增长，其中客车产销增速更为显著。1-

8月，在货车主要品种中，与上年同期相比，四大类货车品种产销均呈不同程度增长，其中重型货车产销增速更为明显。在客车主要品种中，与上年同期相比，三大类客车品种产销均呈两位数较快增长。据中国汽车工业协会统计分析，2023年1-

8月，销量排名前十位的MPV生产企业共销售54.2万辆，占MPV销售总量的81.8%。在上述十家企业中，与上年同期相比，广汽乘用车、上汽通用、比亚迪股份、广汽丰田、一汽丰田和上汽大通销量呈明显增长，其他企业呈不同程度下降。

从市场表现上看，凭借性价比、补能便捷度、产品认知度等优势，目前燃油车仍是MPV市场的销售主力。与传统燃油MPV车型相比，近两年新推出的新能源MPV车型多数主打豪华、舒适、智能化等标签。根据销售数据动态观察，中国品牌正在改写MPV赛道的竞争格局，新能源车型在市场中的话语权也不断提升。随着低端MPV市场加速萎缩，MPV车型向更加高端、智能、舒适、环保的方向转型，近两年新入市的新能源MPV车型基本都在朝高端、智能、舒适、环保的方向发力。

《中国商用汽车产业发展报告(2023)》显示，“十四五”时期，商用车市场进入新一轮调整期，总体进入存量竞争阶段，全球经济放缓、产业链受阻、原材料和油价高涨等因素持续影响行业发展。2023年，在我国稳经济、扩内需等一揽子政策推动下，国内商用车市场有望走出低位运行区间，逐步恢复正向增长。在国际车企积极布局我国市场的同时，中国商用车品牌在海外市场的影响力不断提升，商用车出口继续保持快速增长态势，为商用车行业发展带来新机遇。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、中国经济景气监测中心、中国汽车工业协会、乘用车市场信息联席会(CPCA)、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及商务车行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国商务车行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外商务车行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了商务车行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于商务车产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国商务车行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一章 中国商务车行业发展概况

第一节 中国商务车行业发展情况

一、商务车产业景气度分析

二、商务车产业的影响因素

第二节 商务车产业链分析

一、产业链模型介绍

二、产业链模型分析

第二章 全球乘用车行业市场运行分析

第一节 全球乘用车市场发展情况分析

第二节 世界主要国家乘用车市场分析

一、美国乘用车市场分析

二、欧洲乘用车市场分析

三、日本乘用车市场分析

第三章 中国商务车行业发展环境与渠道研究

第一节 全国经济发展背景分析

第二节 商务车上下游行业相关政策

第三节 中国商务车行业技术发展情况

一、中国商务车行业技术概述

二、中国商务车技术特点分析

三、中国商务车技术主要问题

四、中国商务车技术发展趋势

第四章 中国商务车市场分析

第一节 中国mpv市场现状分析

第二节 中国mpv市场规模分析

第三节 中国mpv市场结构分析

第四节 中国mpv市场发展动态

第五章 中国商务车行业供给和需求分析

第一节 中国商务车行业供给能力分析

一、中国商务车行业市场供给分析

二、中国商务车市场价格情况分析

三、中国商务车重点生产厂商情况

第二节 中国商务车市场供需形势调查分析

一、商务车市场的需求分析

二、商务车企业的竞争排名

三、商务车需求独特性分析

第六章 中国商务车市场结构研究

第一节 按价格划分的mpv细分市场分析

一、按价格划分的mpv细分市场发展概述

二、按价格划分的mpv细分市场主导品牌

三、按价格划分的mpv细分市场规模分析

第二节 按用途划分的mpv细分市场分析

一、商用mpv市场分析

(一)高档商用mpv市场分析

(二)中档商用mpv市场分析

(三)低档商用mpv市场分析

二、家用mpv市场分析

(一)高档家用mpv市场分析

(二)中档家用mpv市场分析

(三)低档家用mpv市场分析

第七章 商务车所属行业数据监测分析

第一节 中国商务车所属行业发展分析

一、2021-2026年中国商务车所属行业发展概况

二、2021-2026年中国商务车所属行业发展概况

三、中国商务车所属行业发展概况

第二节 2021-2026年中国商务车所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第三节 2021-2026年中国商务车所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第四节 2021-2026年中国商务车所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第五节 2021-2026年中国商务车所属行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第八章 中国商务车细分车型产销剖析

第一节 mpv汽车按车型产量分析

一、国内制造mpv汽车产量

(一)按排量mpv产量

(二)按档型mpv产量

(三)按燃料mpv产量

二、ckdmpv汽车产量

(一)按排量mpv产量

(二)按档型mpv产量

(三)按燃料mpv产量

第二节 mpv汽车按品牌产量分析

一、2021-2026年mpv汽车按品牌产量

二、2021-2026年mpv汽车按品牌产量

三、mpv汽车按品牌产量

第三节 mpv汽车按企业产量分析

一、2021-2026年mpv汽车按企业产量

二、2021-2026年mpv汽车按企业产量

三、mpv汽车按企业产量

第四节 mpv汽车分车型销量分析

一、国内制造mpv汽车销量

(一)按排量mpv销量

(二)按档型mpv产量

(三)按燃料mpv销量

二、ckdmpv汽车销量

(一)按排量mpv销量

(二)按档型mpv销量

(三)按燃料mpv销量

第五节 mpv汽车按品牌销量分析

一、2021-2026年mpv汽车按品牌销量

二、2021-2026年mpv汽车按品牌销量

三、mpv汽车按品牌销量

第六节 mpv汽车按企业销量分析

一、2021-2026年mpv汽车按企业销量

二、2021-2026年mpv汽车按企业销量

三、mpv汽车按企业销量

第九章 中国商务车市场竞争格局分析

第一节 商务车行业集中度分析

一、mpv品牌集中度分析

二、低端市场占有率分析

第二节 商务车竞争力分析

一、mpv市场竞争特点分析

二、自主品牌竞争优势分析

三、自主品牌竞争策略分析

第三节 中国商务车行业竞争格局分析

一、商务车行业竞争情况分析

二、国内外商务车竞争分析

三、自主品牌在低端市场优势分析

四、自主品牌在高端市场劣势分析

五、自主品牌在高端市场竞争策略

六、自主品牌mpv竞争趋势分析

第十章 商务车领域标杆企业发展分析

第一节 上汽通用五菱汽车股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

第二节 东风柳州汽车有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

第三节 重庆长安汽车股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分布

五、企业竞争优势分析

第四节 北京汽车股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

第五节 上汽通用汽车有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

第六节 安徽江淮汽车集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分布

第七节 东风汽车集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

第八节 中国第一汽车集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

第九节 上汽大众汽车有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

第十节 广汽本田汽车有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

第十一章 中国商务车行业市场策略探讨

第一节 汽车消费者行为调查研究

一、汽车消费者的消费行为分析

二、潜在汽车消费者购物行为分析

第二节 中国商务车营销模式

一、汽车专卖店

二、汽车超市

三、汽车交易市场

四、汽车园区

第三节 中国商务车营销趋势分析

第四节 mpv市场广告投放必要性分析

第五节 中国商务车营销策略的比较

一、高端商务车营销策略比较分析

二、商务家用兼顾型营销策略比较

三、家用型商务车营销策略比较分析

四、商用、家用兼顾型营销策略比较

五、商用型商务车营销策略比较分析

第十二章 2021-2026年中国商务车行业发展趋势及影响因素

第一节 中国商务车市场前景分析

第二节 中国商务车发展方向分析

第三节 2021-2026年中国商务车行业供需预测

一、2021-2026年中国商务车行业供给预测

二、2021-2026年中国商务车行业需求预测

第四节 商务车生产企业发展策略分析

第十三章 2021-2026年商务车行业投资壁垒与风险分析

第一节 中国商务车行业进入壁垒分析

一、规模经济性壁垒

二、产品差别化壁垒

三、绝对成本障碍

四、沉没费用障碍

第二节 2021-2026年中国商务车行业投资风险分析

一、宏观经济风险

二、行业政策风险

三、同业竞争风险

四、市场竞争风险

图表目录

图表：商务车行业产业链

图表：商务车所属行业生命周期判断

图表：商务车所属行业区域市场分布情况

图表：商务车渠道策略示意图

图表：商务车产业链投资示意图

图表：商务车行业渠道格局分析

图表：商务车行业销售渠道控制五力模型

图表：全球商务车行业市场规模及增速

图表：中国商务车行业市场规模分析

图表：中国商务车行业市场供给

图表：中国商务车行业市场需求

图表：中国商务车行业市场规模

图表：中国商务车行业市场结构分析

图表：中国商务车行业需求集中度分析

图表：中国商务车行业竞争群组分析

图表：中国商务车所属行业全部企业数据分析

图表：中国商务车所属行业不同规模企业数据分析

图表：中国商务车所属行业不同所有制企业数据分析

图表：中国商务车行业各区域需求量分析

图表：中国华东地区商务车行业产量分析

图表：中国华北地区商务车行业产量分析

图表：中国华中地区商务车行业产量分析

图表：中国华南地区商务车行业产量分析

图表：中国东北地区商务车行业产量分析

图表：中国西部地区商务车行业产量分析

图表：2021-2026年中国商务车行业各区域需求量预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：463167

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20231011/463167.shtml>

在线订购：[点击这里](#)