

2016年

# 90后汽车消费群体 研究报告



汽车消费群体年轻化

1

90后车主青睐的汽车网站

2

出行分析

3

驾驶行为分析

4

# 90后群体画像

根据全国第六次人口普查数据，90后人口的总数为1.74亿，那么作为当代社会中最鲜活、最具生命力的群体，他们的生活消费及媒介习惯又是怎样的呢，我们为大家呈现了90后群体画像。



## 装备族

向往兴趣相关的高科技产品和装备



## 数字控

交流消费依赖数字信息服务



## 互联网原住民

日均上网时长11.45小时



## 新生活意识

享受生活，尊重自己的选择



## 流行时尚

购买新潮流行的商品



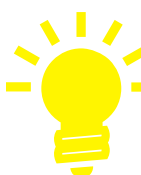
## 利他主义

乐于分享以及无偿帮助



## 现实控

和朋友联系频繁喜欢聚会



## 积极乐观

生活不仅是为了找到好工作



数据来源：国家统计局

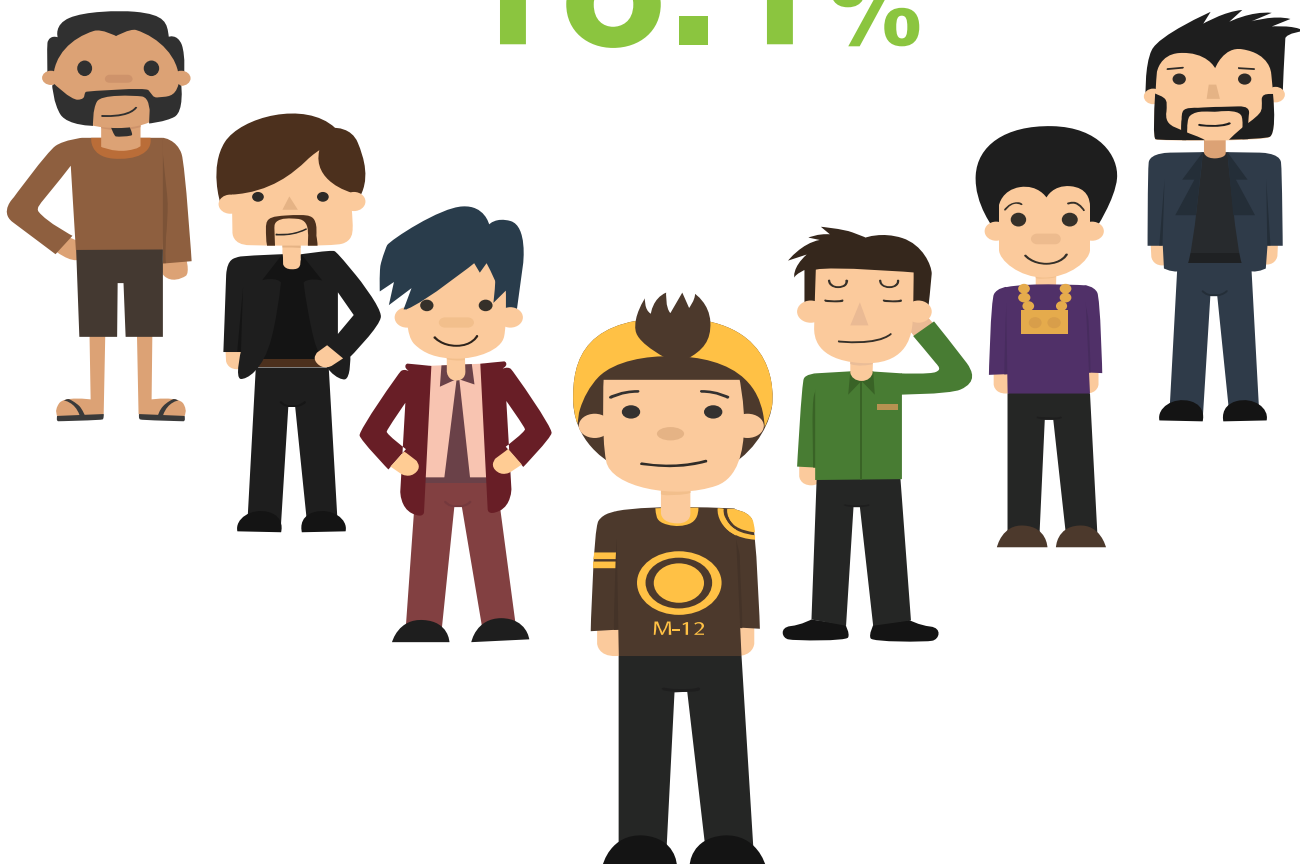
# 汽车消费群体年轻化

## 未来90后将成为汽车消费主力军

随着90后开始迈入职场，并有了稳定的收入，90后进入主流社会的浪潮也拉开大幕，这不仅意味着90后开始成为工作人群、消费人群的生力军，也意味着人们的主流生活方式、社会文化和营销传播形式内容即将全面改变。

### 90后新车车主比例

18.1%



数据来源：汽车工业协会

# 90后车主青睐的汽车网站

## 易车网成为90后群体最青睐的汽车网站

在互联网熏陶下成长的90后，获取的信息更具便捷性、系统性，也更会利用互联网来为自己的需求服务。针对汽车消费而言，在汽车信息的获取、汽车购买等方面，互联网都将与90后的行为更为紧密的结合。

### 90后车主最常光顾汽车网站Top5

		月度覆盖人数
1		404.3
2		392.2
3		386.0
4		381.9
5		169.7
		单位：万人

数据来源：艾瑞iUserTracker用户网络行为监测数据库（2016年4月数据）

# 90后车主出行分析

出行次数多 驾驶里程长 驾驶时间久

艾瑞数据监测显示，90后车主人均每月出行116.6次，最长单次出行里程为153.2公里，日均出行时长为100.5分钟。总结就是出行次数多，驾驶里程长，驾驶时间久。



来源：艾瑞iDriverTracker车主行为监测数据库。

# 90后车主驾驶行为分析

## 驾驶速度偏低 低速行驶占比近五成

艾瑞数据监测显示，90后车主驾驶习惯较为平缓，平均时速偏低，低速行驶占比近五成，受道路交通状况不佳抑或是驾驶技术不成熟的影响。



平均时速 **28.7**km/h



低速行驶占比 **47.8%**



高速行驶占比 **1.4%**



来源：艾瑞iDriverTracker车主行为监测数据库。

注释：1、低速行驶：行驶速度小于20km/h

2、高速行驶：行驶速度高于80km/h

iDriverTracker

汽车用户行为监测

—Tell U More





# 公司介绍/法律声明

## 公司介绍

艾瑞集团是专注于中国互联网及全球高成长领域的洞察咨询与企业服务集团，业务领域包括大数据洞察与预测、行业研究与企业咨询、投资与投后服务等。

艾瑞咨询成立于2002年，是最早涉及互联网研究的第三方机构，累计发布数千份互联网行业研究报告，为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。2015年艾瑞咨询在海外建立研究中心，研究范围扩展至全球高成长领域，建立中国与世界优秀企业的链接。

## 版权声明

本报告为艾瑞集团制作，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。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

## 联系我们

咨询热线 400 026 2099

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>

## 微信公号：





生活梦想 科技承载  
TECH DRIVES BIGGER DREAMS