

1. Report No. UMTRI-2013-14		2. Government Accession No.		3. Recipient's Catalog No.	
4. Title and Subtitle 美国汽车购买者年龄结构变化的营销启示				5. Report Date May 2013	
				6. Performing Organization Code 383818	
7. Author(s) Michael Sivak				8. Performing Organization Report No. UMTRI-2013-14	
9. Performing Organization Name and Address The University of Michigan Transportation Research Institute 2901 Baxter Road Ann Arbor, Michigan 48109-2150 U.S.A.				10. Work Unit no. (TRAIS)	
				11. Contract or Grant No.	
12. Sponsoring Agency Name and Address The University of Michigan Sustainable Worldwide Transportation				13. Type of Report and Period Covered	
				14. Sponsoring Agency Code	
15. Supplementary Notes Information about Sustainable Worldwide Transportation is available at http://www.umich.edu/~umtriswt .					
16. Abstract <p>本研究分析了年龄对于购买新的轻型车（轿车，皮卡，SUV，面包车）的几率的影响。通过对于 2007 年和 2011 年数据的分析，得到了相对和绝对的购车几率。</p> <p>主要结果如下：2007 年，最有可能购买新车的群体是 35 至 44 岁之间的驾车者。而在 2011 年，这个最易购车群体转移到 55 至 64 岁之间的驾车者。总体而言，在 2011 年，每 19.7 个驾照持有者购买一辆车。然而，年龄对于这个购买几率的影响很大。55 到 64 岁的司机购车几率最高（每 14.6 名司机购买一辆车），而 18 至 24 岁的司机购车几率最低（每 221.8 名司机购买一辆车）。前者是后者的 15 倍。</p> <p>这些研究结果表明，对于 55 至 64 岁司机的营销努力应具有相对最高的成功率。预期的人口老龄化和随之而来的老龄驾车者的增加将进一步支持对于相对老龄人群的营销努力。</p>					
17. Key Words 购车者、年龄、司机				18. Distribution Statement Unlimited	
19. Security Classification (of this report) None	20. Security Classification (of this page) None	21. No. of Pages 11	22. Price		