

腾易科技 | 腾易研究院

降低负债 助力中国车市跨越 “中产陷阱”

中国购车家庭收支洞察报告
之负债篇 (2025版)



团队成员

👤 周丽君

院长/首席分析师

👤 石本雅

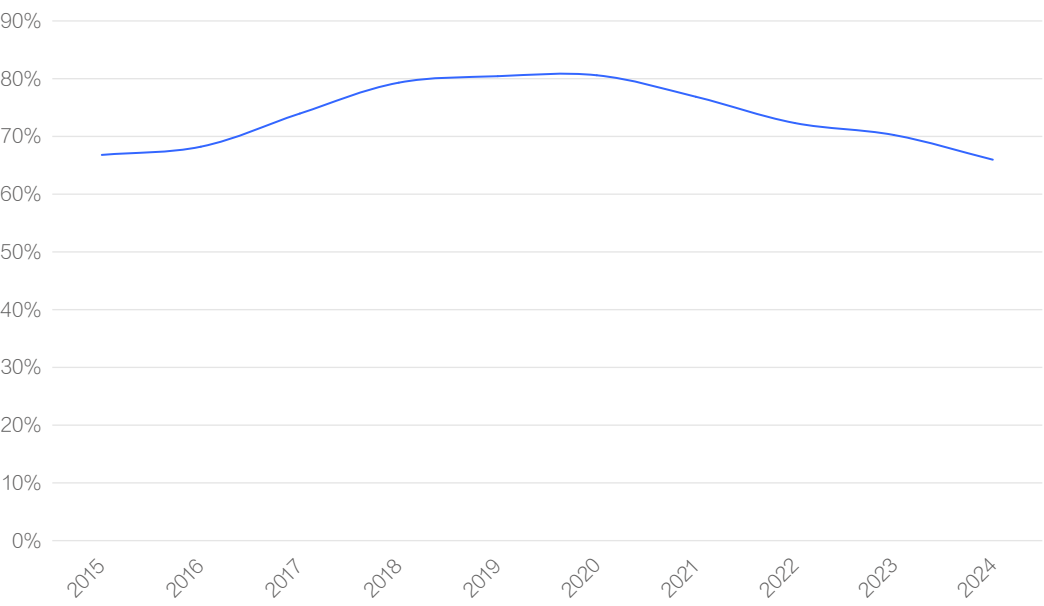
行业分析师

2024年中国购车家庭的负债渗透率降至65.97% 户均负债62万元，压力仍较大，警惕中国车市陷入“中产陷阱”

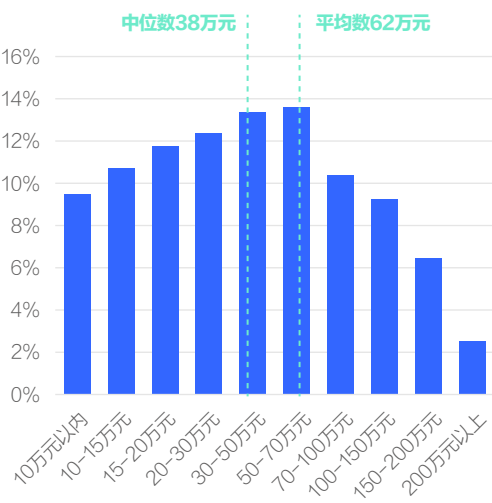
- ◆ 2015-2019年，由于房地产市场的持续火爆、P2P金融的不断暴雷等影响，中国购车家庭的负债渗透率快速提升，2019-2020年都突破了80%，即超八成购车家庭背负债务，就像头顶上空悬了把利剑，随时可能掉下来。新冠疫情后期才有所缓和，疫情结束后进一步下滑，2024年跌破70%，降至65.97%。2010-2019年购房的部分家庭，虽然贷款了20年或25年，但因利率波动、收入增加等，可能在贷款10年左右，提前还清了房贷，降低了负债。2020-2024年，中国各地的法拍房数量大幅提升，成为另一道风景；
- ◆ 2024年中国购车家庭的负债总额集中20-70万元，占比近四成，50-70万元最突出，占比逼近14%。负债超过70万元的占比大幅下滑，70-100万元降至10%多点，100-150万元降至9%多点，150-200万元降至6.5%多点。虽然负债200万元以上的占比不足3%，但绝对值较大，大幅拉升了平均值。2024年中国购车家庭户均负债仍高达62万元，如经济稳定，年收入二三十万元的中产家庭，每年拿出三分之一偿还债务，差不多也得6~10年才能还清债务，压力仍不小。2024年中国购车家庭负债的中位数为38万元，比平均值少一大截，但年收入在10万元以内的购车家庭，如拿出三分之一偿还，也得十年多点，并不轻松；
- ◆ 2020-2024年，中国乘用车(新车)市场加速中产化，中产占比由不足35%快速突破45%，中产家庭一跃成为中国车市的新主力。2025-2030年，一旦中国车市的中产占比持续提升，且中产负债没有改善，甚至进一步限制增换购，不排除中国车市陷入“中产陷阱”的可能，届时各家车企重中之重的高端化战略将面临严峻挑战。



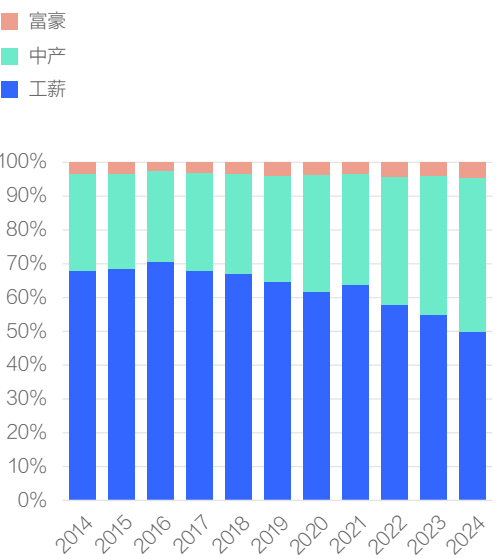
2015-2024年
中国购车家庭的负债渗透率走势



2024年
中国购车家庭的
负债额度分布



2014-2024年
中国乘用车(新车)市场的
各阶层购车用户占比走势



数据来源：腾易研究院
数据说明：工薪指家庭年收入低于15万元，中产介于15至50万元，富豪高于50万元

导致中国购车家庭高负债的核心原因就是买房

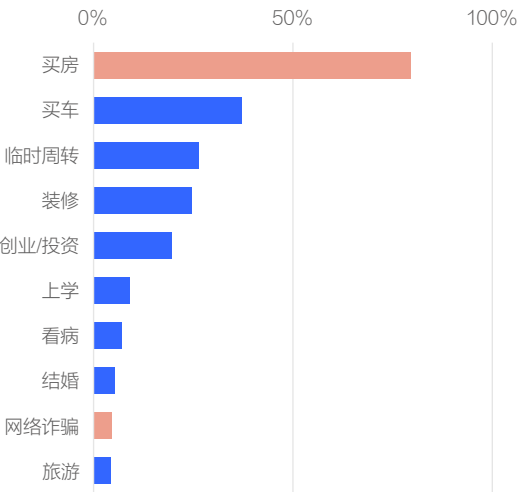
超85%中产因买房负债，上学负债位居第六

网络诈骗晋级TOP10

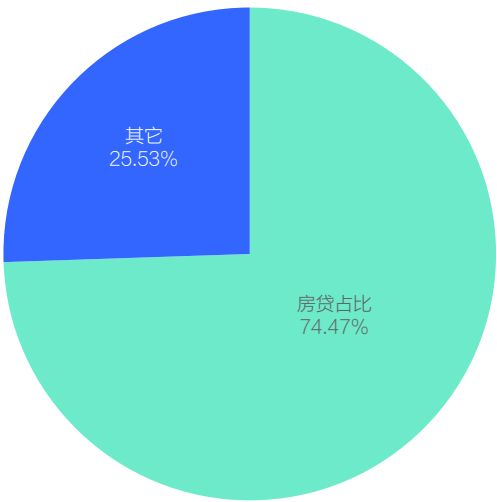
- ◆ 2024年仍有65.97%中国购车家庭背负债务，户均负债62万元，罪魁祸首就是买房，近八成购车家庭因买房负债，占比遥遥领先于买车、临时周转、装修与创业。中产与富豪的因买房负债渗透率双双突破85%，大幅高于工薪家庭。从实际金额看，2024年中国购车家庭的户均房贷余额46万元，占了家庭总负债的74.47%。擒贼先擒王，如要降低购车家庭的债务压力，首先要降低的就是房贷压力；
- ◆ 近几年，上学快速成为多数中国购车家庭的新负债主要原因，2024年占比超9%，排行第六，这与阴魂不散的高额课外补习、快速提升的民办大学学费等密切相关。截至2025年9月，民办大学的学费少则两三万元，多则四五万元，再加每月两三千的生活费，以及不确定性开支，多数家庭一年得为此付出四五万元的高额费用，压得不少家庭透不过气，被迫负债。家里如有两个孩子，一个上大学，一个上初中，压力就更大了。国内大学不能光顾着学费看齐欧美大学，你能不能先把学术水平提升下！
- ◆ 随着老年社会的快速到来与恶性病的不断年轻化，看病也成为中国购车家庭的主要负债原因之一，2024年占比超过7%；网络诈骗居然也堂而皇之晋级至中国购车家庭负债原因TOP10，2024年占比4.73%，位居第八，让人匪夷所思与毛骨悚然。其中工薪阶层渗透率超8%，成为网络诈骗的主要受害者。幸亏近几年中国政府重拳打击网络诈骗，否则后果不堪设想。2025-2030年希望相关部门再接再厉，把网络诈骗打出购车家庭负债原因TOP10，广大购车家庭更要提升防范意识，如小伙别赌博、大叔别裸聊、大妈别刷单，积极杜绝网络诈骗；
- ◆ 随着中国居民生活水平的不断提升，旅游晋级至中国购车家庭负债原因TOP10，有利于间接助推旅游产业发展，尤其是与自驾游相关的产业。



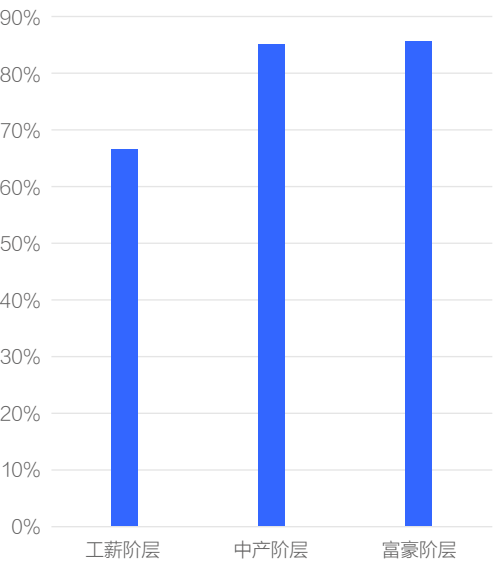
2024年
中国购车家庭
主要负债原因TOP10



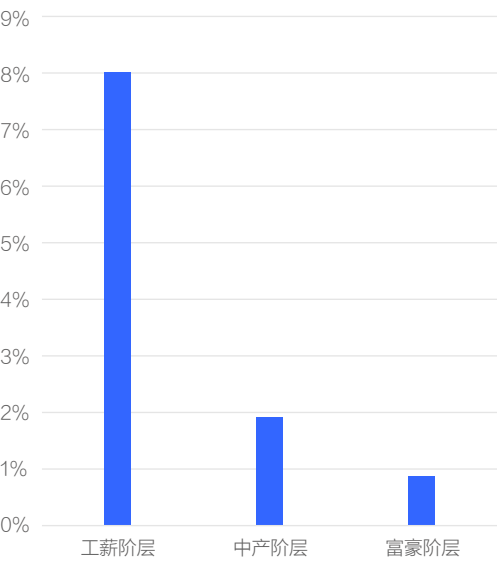
2024年
房贷占中国购车家庭
总负债的比例



2025年
各阶层购车家庭
因买房导致的负债渗透率



2025年
各阶层购车家庭
因网络诈骗导致的负债渗透率



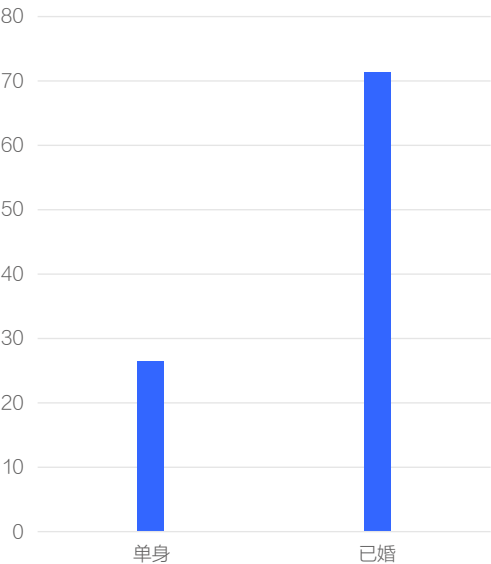
数据来源：腾易研究院
数据说明：工薪指家庭年收入低于15万元，中产介于15至50万元，富豪高于50万元

2024年中产主力之已婚购车家庭户均负债突破70万元 渗透率逼近70%，遥遥领先单身用户，“组建家庭”很有压力

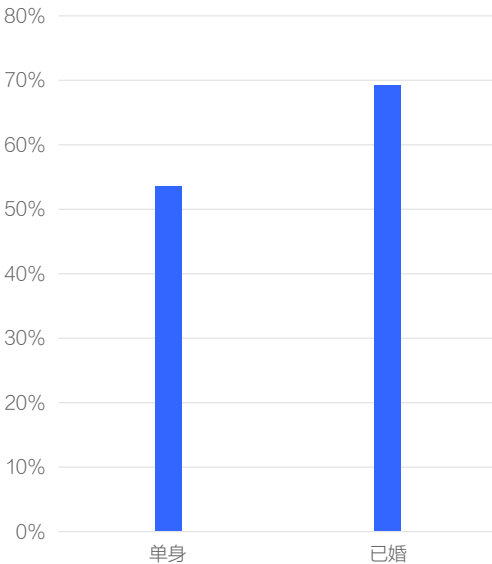
- ◆ 2024年中国已婚购车家庭的户均负债总额突破70万元，单身用户不足30万元，已婚家庭的负债渗透率逼近70%，单身用户仅50%多点。近几年，越来越多的中国青年选择不结婚，部分原因可能是个人兴趣爱好，喜欢自由自在，免得结完婚还得离婚，也有部分原因就是实实在在的成本问题，即结不起婚、养不起娃等；
- ◆ 2024年已婚购车家庭的最大负债原因就是买房，占比超八成，如果是在2016-2023年结婚买房，不少已婚家庭都得承受较高的房贷压力。其次是买车、装修，TOP3都与结婚强相关，它们就像一副副戴在已婚家庭脚上的沉重镣铐；
- ◆ 如男女都有工作，结婚后的家庭收入自然会有提升，甚至会晋级至中产，如能减少已婚家庭的负债压力，有利于涵养中产车市；
- ◆ 虽然单身购车用户的前两大负债原因也是买房与买车，但渗透率远低于已婚家庭，买房负债不足50%，买车负债仅30%，如果不考虑传宗接代，一个人生活轻松多了。目前，在不少城市，尤其是北上广深之一线大城市，单身男女买辆高端汽车和买套小户型，一个人快快乐乐过日子的案例越来越多，我不欠你钱，你不欠我情，没那么多烦恼的事情。除了网络诈骗，赌博也位列单身购车用户负债原因TOP10，太自由了或缺乏监督了，也有些副作用。



2024年
单身与已婚购车家庭的负债总额(万元)



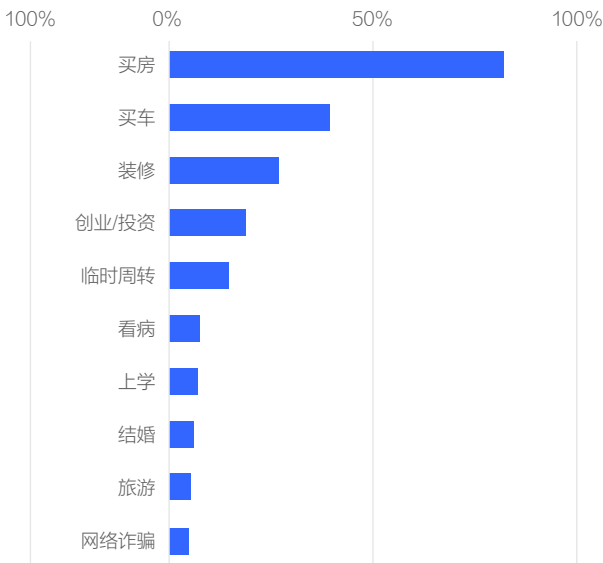
2024年
单身与已婚购车家庭的负债渗透率



2024年
单身购车家庭主要负债原因TOP10



2024年
已婚购车家庭主要负债原因TOP10

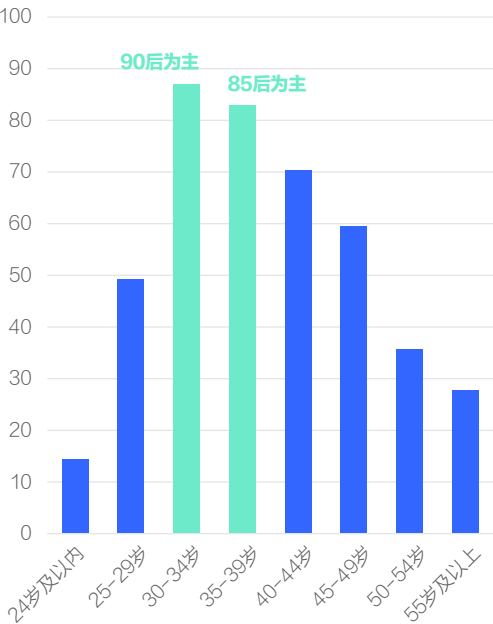


2024年中产主力之85后与90后购车家庭的 户均负债均突破80万元，渗透率均逼近80% 三十而立的“青年家庭”压上加压

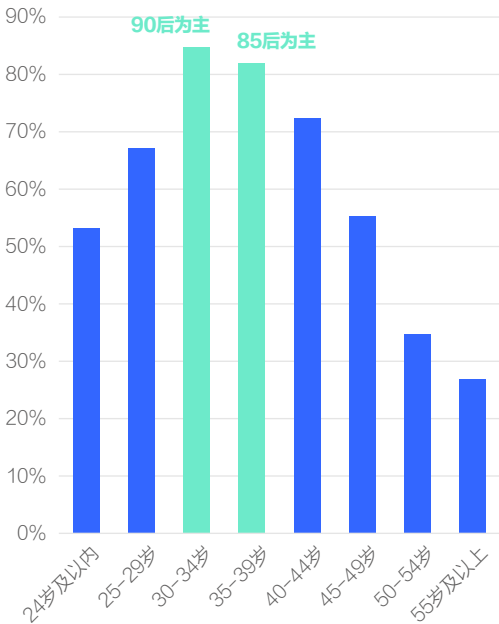
- ◆ 2024年不同年龄段的中国购车家庭的负债总额差异显著：单身为主的24岁及以内的购车用户负债较少，不及15万元；25-29岁年龄段的购车用户陆陆续续开始组建家庭，开始买房买车，平均负债立马逼近50万元；30-34岁年龄段(以90后为主)和35-39岁年龄段(以85后为主)的用户，是目前中国结婚的主体，也是中产阶层的主体，两大年龄段购车家庭的平均负债双双突破80万元；40岁后负债快速下滑，40-44岁降至70万元，45-49岁降至60万元以内，50-54岁降至36万元，55岁及以上降至30万元以内；
- ◆ 不同年龄段购车家庭的负债渗透率同样差异显著，85后和90后两大年龄段同样大幅领先，双双突破80%；
- ◆ 虽然30-39岁年龄段(目前以85后与90后为主)购车用户的主要负债原因也是买房、买车、装修、创业、短期周转等常规项目，但占比明显高于大盘，位居榜首的买房占比突破85%，买车近48%，装修突破30%；
- ◆ 如果说“组建家庭”很有压力，三十多岁的“青年家庭”就是压上加压。



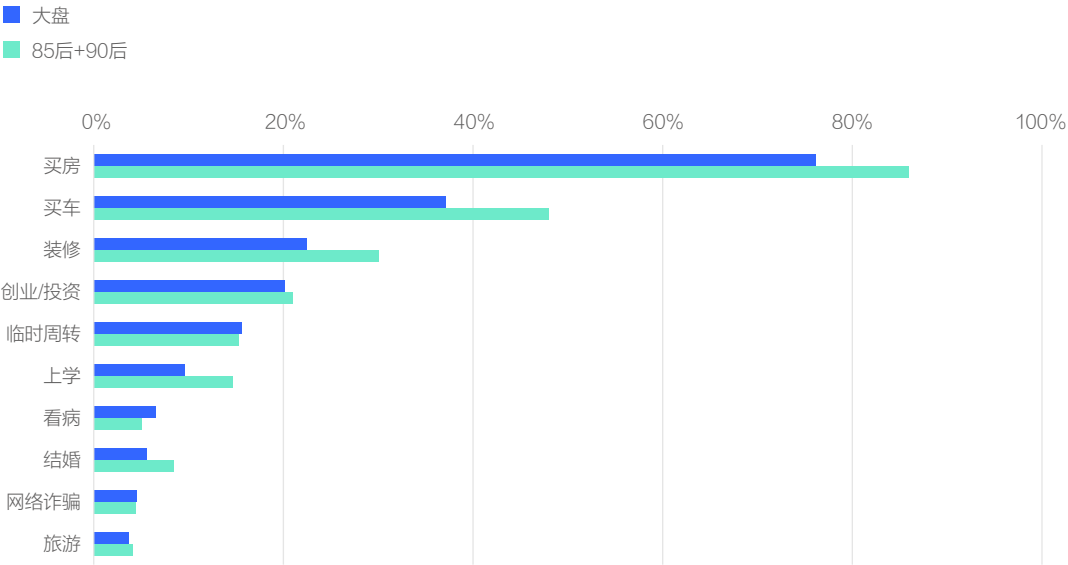
2024年
各年龄段购车家庭的负债总额(万元)



2024年
各年龄段购车家庭的负债渗透率



2024年
85后与90后购车家庭主要负债原因TOP10

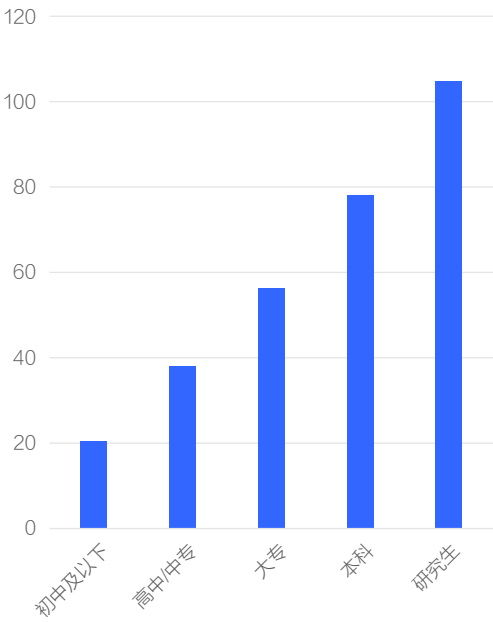


2024年中产主力之研究生与一线城市购车家庭的 负债突破100万元，北上广深“优秀青年家庭”压力山大

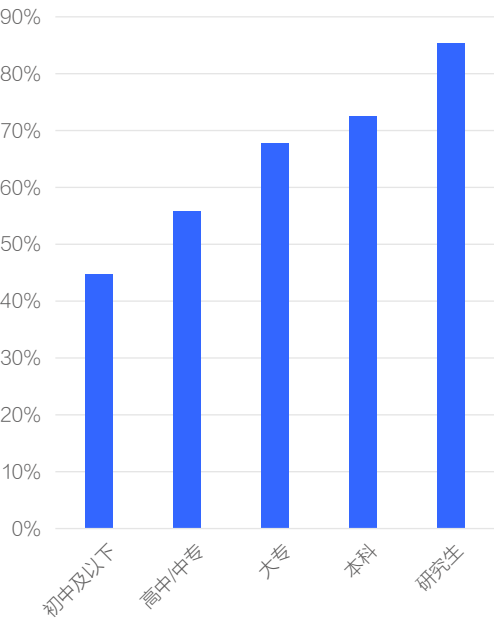
- ◆ 中国购车家庭的负债总额与学历有强相关性，学历越高负债越高，2024年本科逼近80万元，研究生一举突破100万元。购车家庭的负债渗透率也与学历有强相关性，整体随学历提升而提升，本科与研究生均突破70%；
- ◆ 中国购车家庭的负债总额与城市级别有强相关性，城市级别越高负债越高，新一线城市逼近90万元，北上广深之一线城市一举突破100万元。购车家庭的负债渗透率也与城市级别有强相关性，整体呈现随城市级别提升而提升，新一线和一线城市均突破70%；
- ◆ 无论是高学历还是大城市，都是中产的主力，如能降低高学历与大城购车家庭的负债压力，有利于涵养中产车市；
- ◆ 如果说三十而立的“青年家庭”压上加压，混迹在北上广深的拥有高学历的“优秀青年家庭”就是压力山大。长期如此，很容易出现青年“逃离”北上广深的现象，加速大城市房价崩盘。



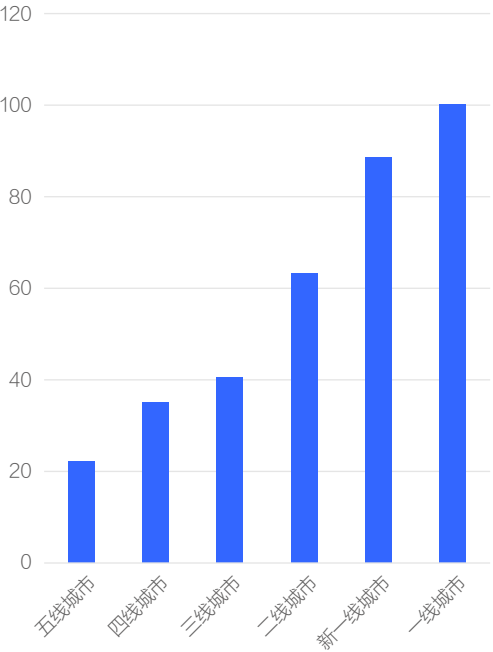
2024年
各学历购车家庭的负债总额(万元)



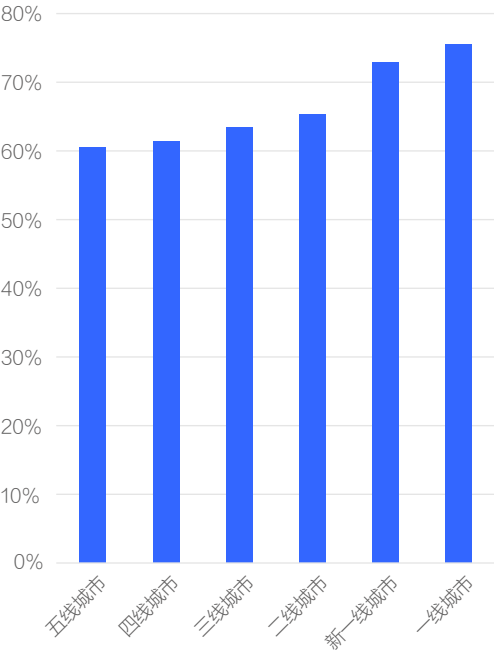
2024年
各学历购车家庭的负债渗透率



2024年
各级城市购车家庭的负债总额(万元)



2024年
各级城市购车家庭的负债渗透率



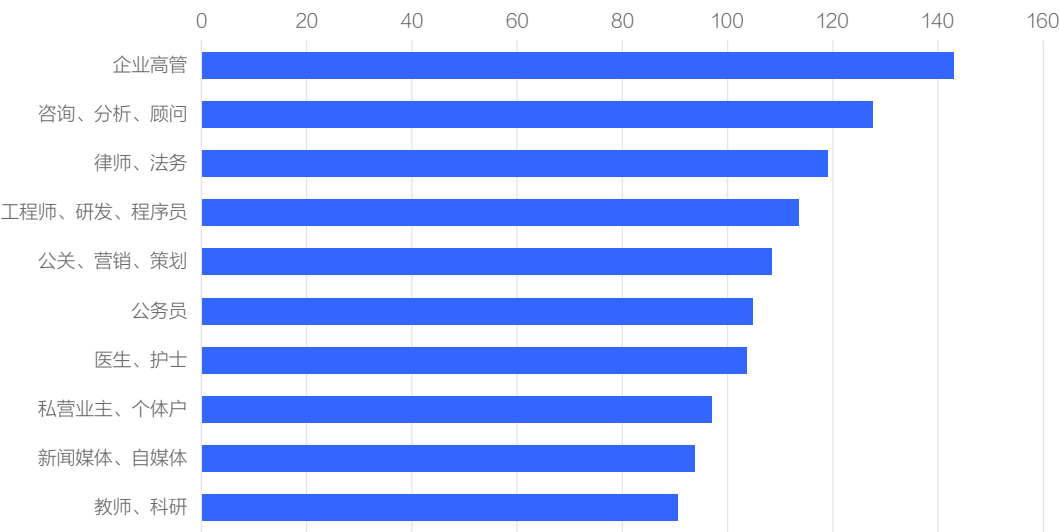
网约车家庭负债渗透率突破80%

滴滴、美团等互联网平台在解决就业、保障收入等方面发挥了“防洪坝”的关键作用

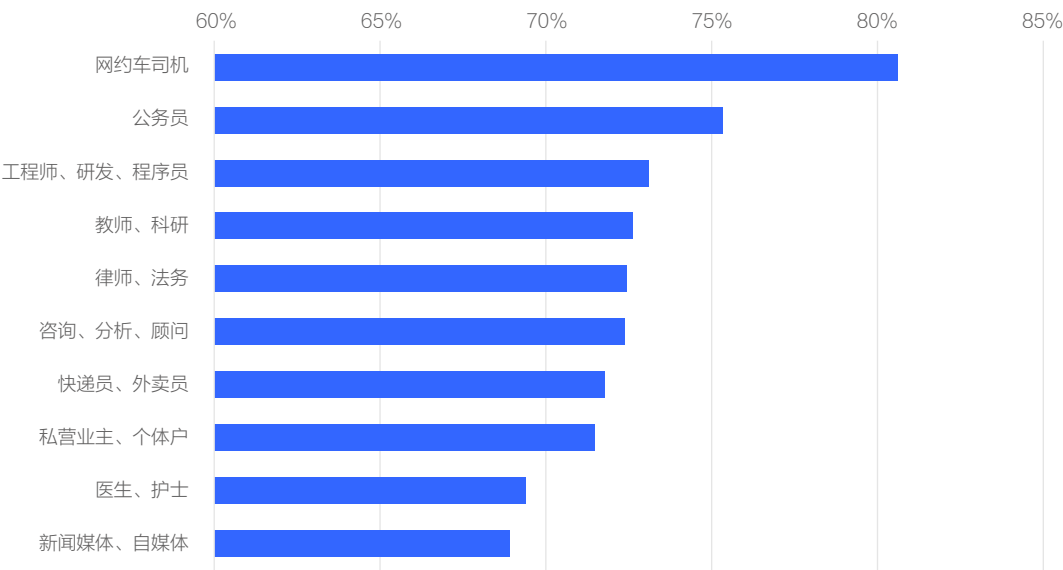
- ◆ 从主流职业购车家庭的负债总额排行看，收入越高和就业越有保障的购车家庭，往往负债越高。2024年企业高管位居榜首，负债总额逼近150万元。咨询、律师、工程师等高收入职业紧随其后，公务员、医生、教师等工作稳定的购车家庭的负债也相对突出，都在100万元上下，纷纷位居TOP10；
- ◆ 主流职业购车家庭的负债渗透率最突出是网约车司机，突破80%，快递员与外卖员也位居TOP10。目前网约车司机一天的工作时长，少则十一二个小时，多则十五六个小时，处于超负荷工作状态，如果家里没有房贷、上学等压力，一般人是吃不了这个苦的。运营网约车、外卖等的滴滴、美团等互联网平台，虽然存在提成高等诟病，但在解决就业、保障收入等方面，发挥了类似“防洪坝”的关键作用。公务员、工程师、教师、律师、咨询、医生等工作更有保障和收入更高的职业，其购车家庭的负债渗透率也比较高，纷纷位居TOP10。



2024年
主流职业购车家庭的负债总额TOP10



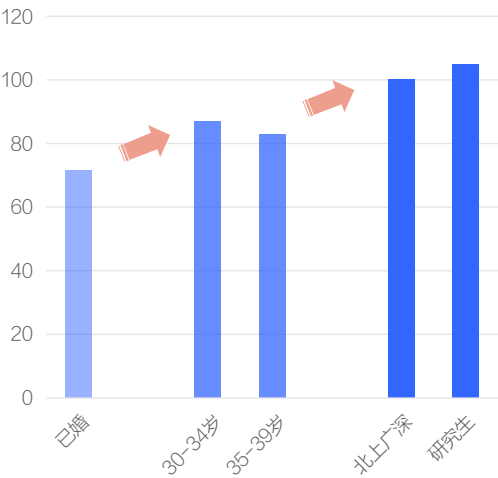
2024年
主流职业购车家庭的负债渗透率TOP10



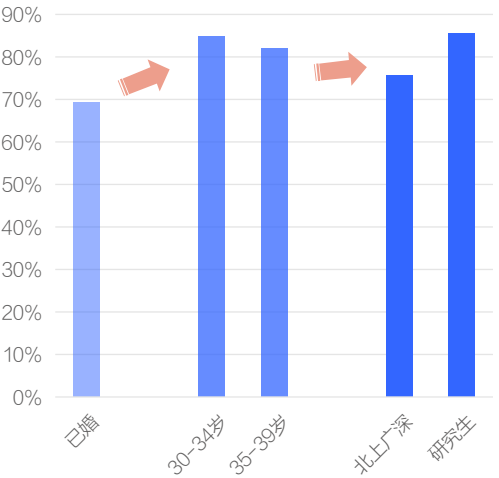
新锐高端品牌购车家庭双双位居主流品牌购车家庭的负债总额与负债渗透率TOP20的前列，更容易陷入“中产陷阱”

- ◆ 由于已婚、三十多岁、大城市和高学历等购车家庭的负债更加突出，使得以上述用户为主的高端品牌购车家庭的负债异常突出，2024年逼近110万元。高端品牌几乎包揽了主流品牌购车家庭负债总额TOP20，其中小米、蔚来、特斯拉、阿维塔、智己、智界等新锐高端品牌的家庭负债，整体强于奔驰、宝马、奥迪等传统高端品牌。普通品牌购车家庭的整体负债大幅降至50万元，入门品牌跌破40万元；
- ◆ 虽然高端品牌购车家庭的负债总额遥遥领先，但负债渗透率并不高，2024年不及53%，差不多仅一半的高端品牌购车家庭仍有债务，助力中国车市避免“中产陷阱”。最大隐患可能在新锐高端品牌，2024年，小米、阿维塔、智己、智界等新锐高端品牌，不仅位居购车家庭负债总额的前列，也位居负债渗透率的前列。一旦经济有较大波动，或互联网等关键产业出现大规模裁员，失去高额收入，新锐高端品牌的购车家庭更容易陷入“中产陷阱”。2025-2030年，相关部门更得关注新锐高端品牌购车家庭的负债压力，北上广深之一线城市的相关部门更得积极行动，强化教育、户口等改革力度，降低育儿与教育成本，丰富廉租房等住房体系，努力降低优秀青年家庭的负债压力，让他们可以在大城市安心结婚、安心生孩子，安心工作，为中华民族的伟大复兴挥洒汗水、贡献青春；
- ◆ 普通品牌与入门品牌的负债渗透率都逼近70%，处于整体承压状态，荣威、标致、长安、本田、吉利、现代、日产等大量普通与入门品牌也纷纷位居其列。我们除了时刻警惕“中产陷阱”，也得积极预防“工薪陷阱”。车市有二手车可为工薪阶层提供备选方案，房市呢？

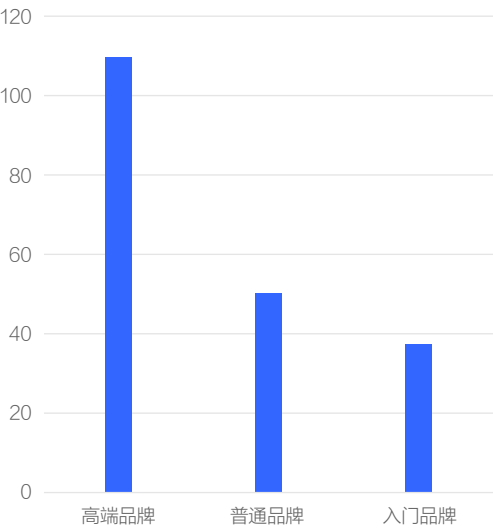
2024年
部分类别购车家庭的
负债总额(万元)



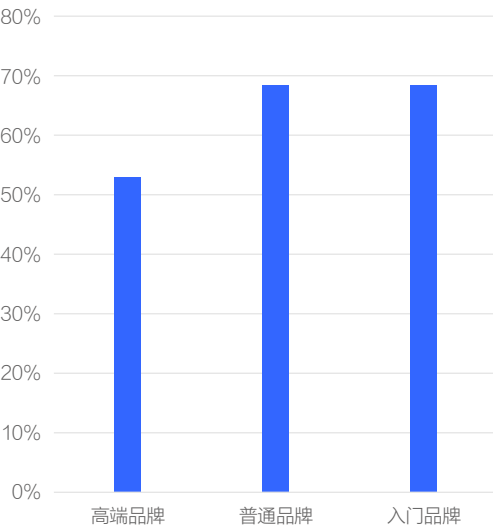
2024年
部分类别购车家庭的
负债渗透率



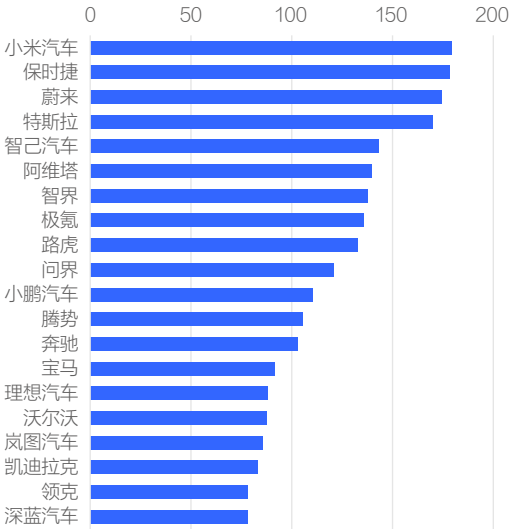
2024年
各类别品牌购车家庭的
负债总额(万元)



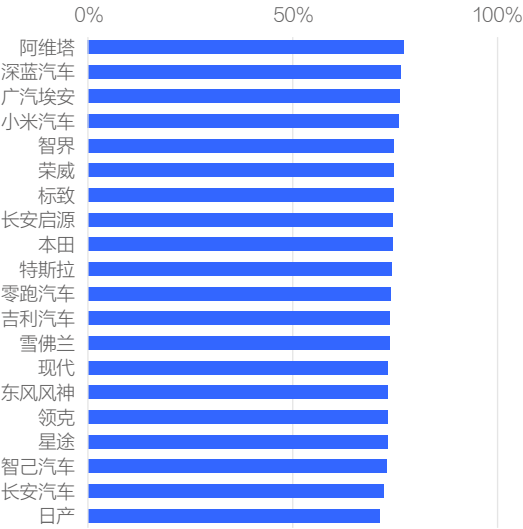
2024年
各类别品牌购车家庭的
负债渗透率



2024年
主流品牌购车家庭的
负债总额TOP20 (万元)



2024年
主流品牌购车家庭的
负债渗透率TOP20

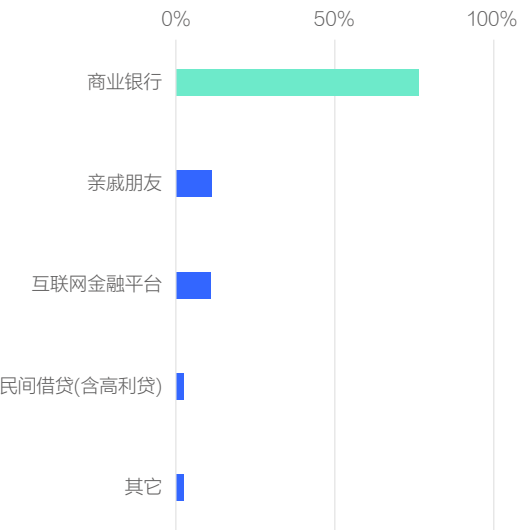


购车家庭负债主要来自银行，且中国政府对银行有强掌控力 近几年相关部门的果断调控，快速缓解部分购车家庭的负债压力

- ◆ 2024年中国购车家庭的负债资金主要来自商业银行，占比突破76%，其次来自亲戚朋友和互联网金融平台，但后两者的各自占比仅10%多点，与商业银行相比，可谓小巫见大巫。银行如能持续优化业务模式，降低房贷占比，中国购车家庭的负债压力仍有降低空间；
- ◆ 2024年中国银行业的总资产达433.1万亿元，较2023年增长6.6%，其中13家银行营收超千亿元，6家为国有大行，7家为股份制银行，工、建、农、中四大有银行位列当年世界五百强TOP50。中国各大银行家底雄厚，为相关部门的宏观调控创造了肥沃的土壤；
- ◆ 中国发展的是有自身特色的社会主义市场经济，政府对关乎国计民生的银行等重点领域具有强掌控力，只要人民需求强烈与时机成熟，政府可以果断调控。2020-2024年，为了最大限度缓解居民在疫情期间和疫情之后的压力，央行等相关部门多次动用下调贷款市场报价利率(LPR)等政策工具，将房贷利率由五六个点降至三四个点，大幅缓解了中国购车家庭的负债压力，负债渗透率快速跌破70%。



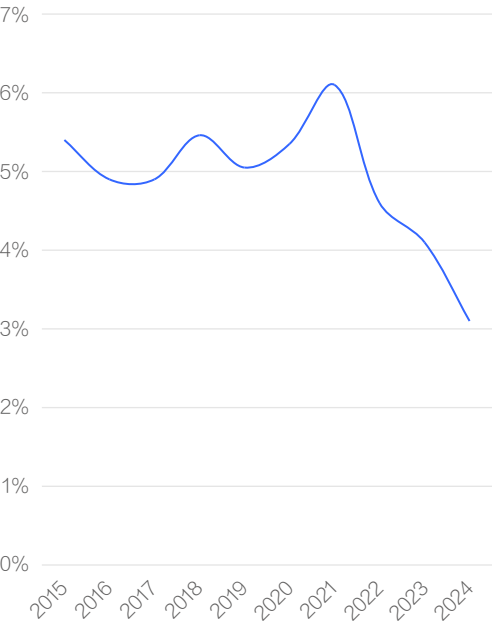
2024年
中国购车家庭负债资金来源分布



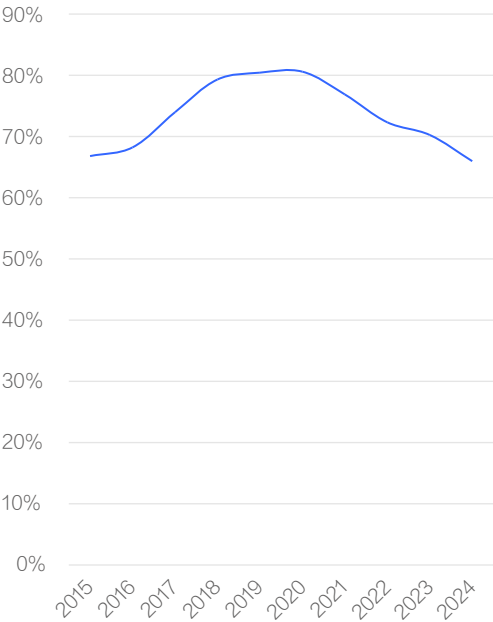
2024年
中国十大商业银行部分经营指标

银行	营收 (亿元)	同比增长	净利润 (亿元)	同比增长	资产总额 (万亿元)
工商银行	8218.03	-2.52%	3669.46	0.51%	48.82
建设银行	7501.51	-2.54%	3362.82	0.88%	40.57
农业银行	7105.55	2.26%	2820.83	4.72%	43.24
中国银行	6300.9	1.16%	2378.41	2.56%	35.06
邮储银行	3487.75	1.83%	945.92	0.24%	17.08
招商银行	3374.88	-1.72%	1483.91	1.22%	12.15
交通银行	2598.26	0.87%	935.86	0.93%	14.9
中信银行	2136.46	3.76%	685.76	2.33%	9.53
兴业银行	2122.26	1.81%	772.05	0.12%	10.51
浦发银行	1707.48	-1.55%	452.57	23.31%	9.46

2015-2024年
中国房贷利率整体走势



2015-2024年
中国购车家庭的负债渗透率走势



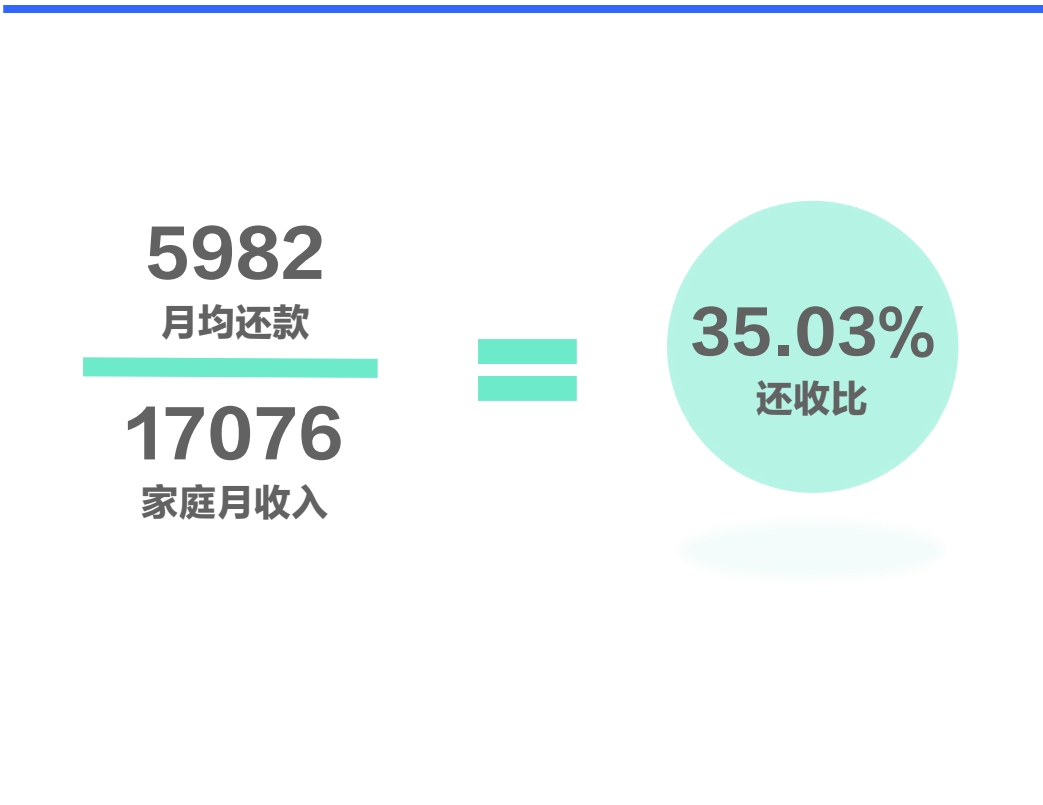
基于相关部门的积极努力

2024年中国购车家庭的月均还债降至5982元

“还收比”降至35.03%，家庭债务风险整体可控

- ◆ 2020-2024年，面对疫情冲击与疫情后的压力，相关部门积极有序出台了系列调控政策，持续降低中国购车家庭的负债压力，不仅负债渗透率跌破70%，而且负债总额降至62万元，另外购车家庭的月均还款额度跌破6000元，降至5982元，再加家庭月收入的持续增长，购车家庭的还款占收入的比例(还收比)降至35.03%；
- ◆ 综合主流观点分析，还收比与家庭风险密切相关：还收比高于50%，家庭负债风险巨大，容易出现资金链断裂、家庭破产和法拍房飙升等不良现象；介于40%-50%，家庭负债风险仍较大，家庭开支仍会捉襟见肘；介于30%-40%，家庭负债风险大体可控，便于家庭开展部分活动，有效降低家庭破产的风险；低于30%，家庭风险较小，家庭决策相对自由；
- ◆ 2024年中国购车家庭的还收比降至35.03%，全面实现了多数购车家庭的负债风险可控，及时避免了购车家庭的破产潮，有效遏制了法拍房的飙升势头。





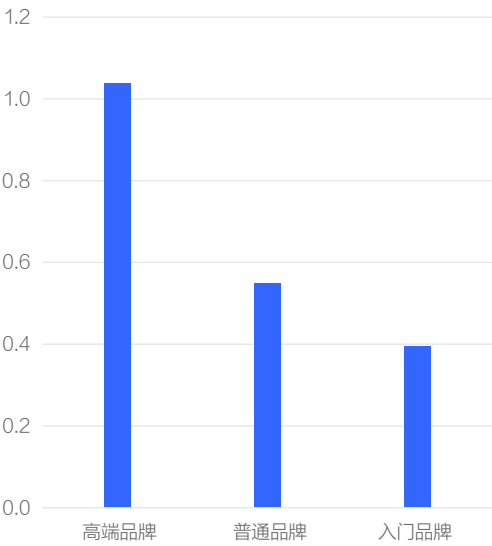
还收比与购车家庭负债风险模拟图



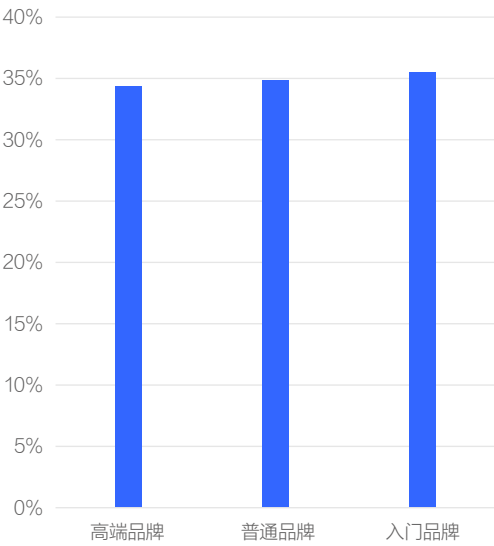
2024年各级品牌的“还收比”都在35%上下 非常接近，说明中国购车家庭的负债风险不仅整体可控 且各阶层风险也可控

- ◆ 2024年，中国高端品牌购车家庭的月均还款最多，户均超过1万元。目前，在北上广深之一线和杭州、南京、成都、西安等新一线城市，如果房贷和车贷一个都不少，家庭月均还款很容易突破1万元。2024年主流品牌月均还款总额TOP20，几乎清一色为高端品牌，保时捷、路虎与奔驰三大传统高端品牌位居TOP3；
- ◆ 中国购车家庭各阶层的还收比有些蹊跷，2024年均在35%平均数的上下水平，与月均还款总额的两极分化形成鲜明对比。虽然高端品牌购车家庭的还款多，但收入也高，拉平了与普通品牌、入门品牌的还收比差距；
- ◆ 小米、智己、智界、阿维塔等新锐高端品牌，纷纷位居主流品牌还收比排行的前列，理论上新锐高端品牌的家庭负债风险非常高，类似小米汽车的还收比都超过了50%，这样的家庭应当很容易破产。在腾易研究院与广大经销商的交流中，发现广州、杭州等不少小米汽车热销的城市，不少是父母出钱购买，等于风险被“父爱母爱”化解了。真正有较大风险的是那批“独立自主”且还收比较高的优秀青年家庭。

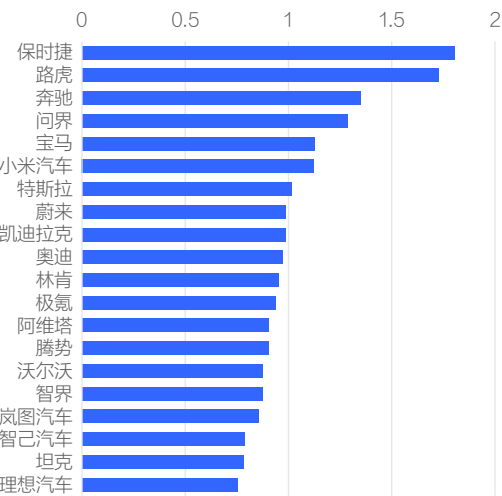
2024年
各类别品牌购车家庭的
月均还款总额(万元)



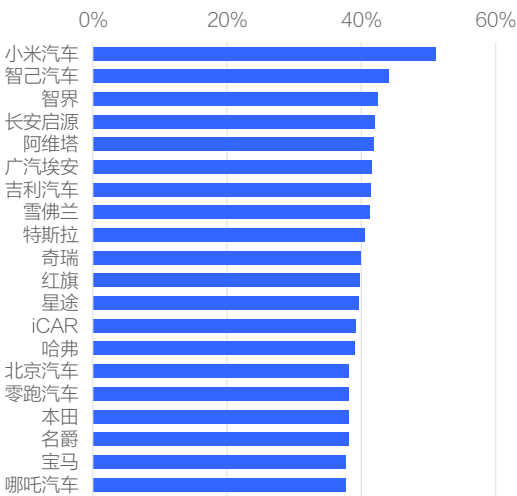
2024年
各类别品牌购车家庭的
月均还款总额与收入比值(还收比)



2024年
主流品牌购车家庭的
月均还款总额TOP20(万元)



2024年
主流品牌购车家庭的
还收比TOP20



数据来源：腾易研究院

2025-2030年，房贷利率仍有下调空间

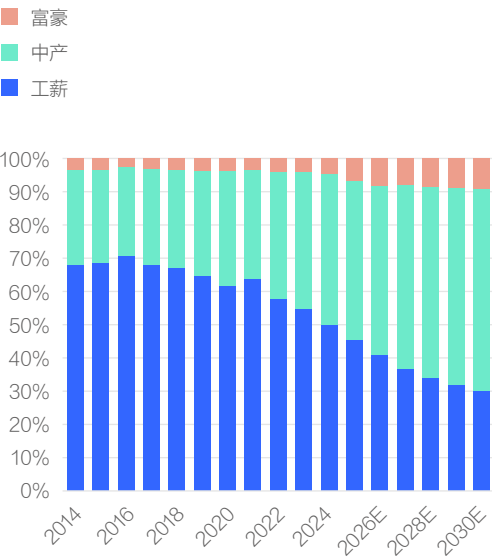
购车家庭的负债如持续降低

有利于中国车市跨越“中产陷阱”，实现高质量发展

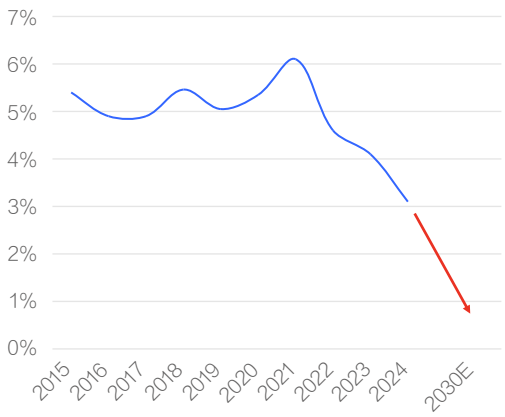
- ◆ 2024年中国乘用车市场(新车)的中产占比突破45%，非常逼近工薪占比，2025-2030年，随着工薪主力的青年用户持续减少与不断涌入二手车市场，中国新车市场的中产占比有望突破60%，成为绝对的主力。如何避免“中产陷阱”，已成中国车市的棘手课题，尤其是如何避免因中产消费疲软，导致以中国品牌为主的广大车企的高端化战略遭遇重创；
- ◆ 由于中国购车家庭的负债主要在房市，只要房贷成本持续降低，购车家庭的负债压力就有持续降低的可能，中国车市就有避免“中产陷阱”的希望。2025-2030年，购房青年的数量仍会减少，基本预判房地产会长期低位徘徊。2024年中国房地产的整体贷款利率接近3%，未来五六年仍有下调空间，不排除跌破2%的可能；
- ◆ 中国车市的中产用户的核心年龄集中30-39岁，非常有活力，几乎是全球最年轻的中产阶层。中国车市的中产用户的学历也非常高，以高校毕业生为主，非常有潜力，几乎是全球最有潜质的中产阶层。可见，中国车市跨越“中产陷阱”的基础非常好，大幅优于由五六十岁大龄用户组成中产的国家；
- ◆ 中国车市的中产化趋势很明确，且中产基础很优质，2025-2030年，如能进一步降低房贷压力，中国车市大概率就能跨越“中产陷阱”，实现高质量发展，为中国社会整体跨越“中产陷阱”打下坚实基础！



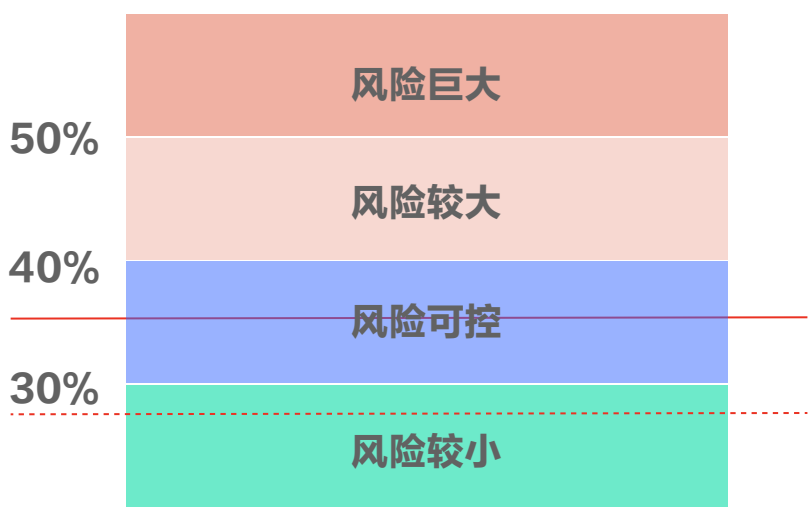
2014-2030年
中国乘用车(新车)市场的
各阶层购车用户占比走势预判



2015-2030年
中国房贷利率
整体走势预判



中国购车家庭负债风险走势预判



数据来源：腾易研究院
数据说明：工薪指家庭年收入低于15万元，中产介于15至50万元，富豪高于50万元

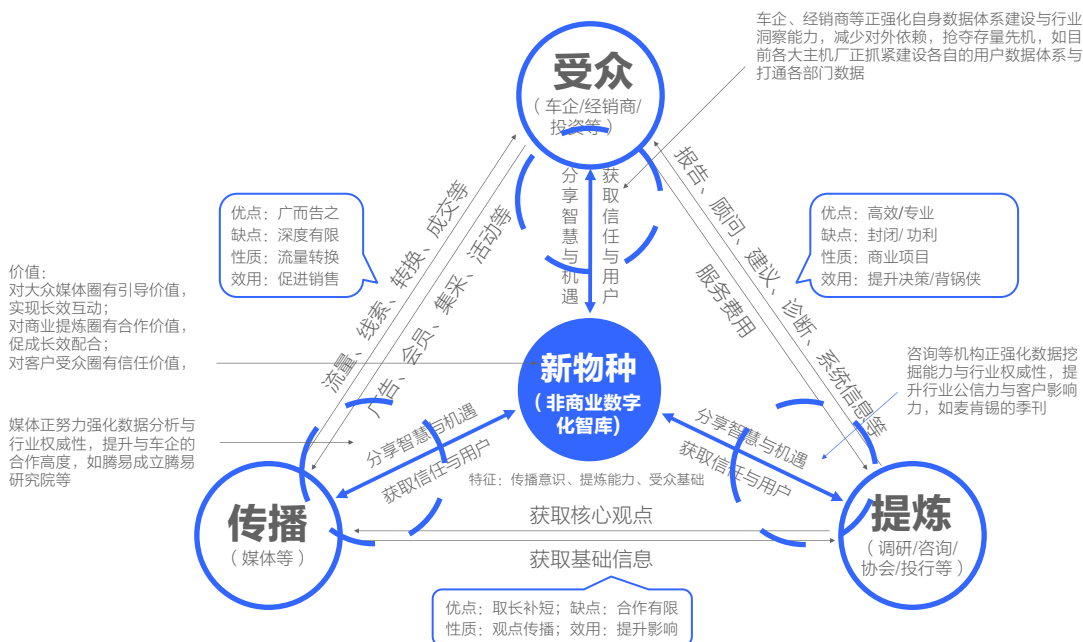
版权声明

- ◆ 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

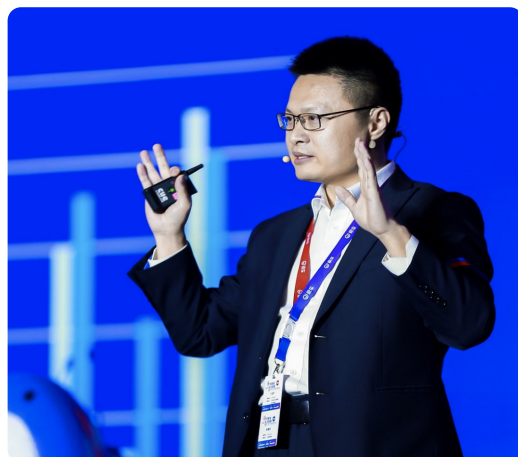
- ◆ 目前腾易研究院不做商业报告，全力为车企、经销商等腾易客户赋能；
- ◆ 基于腾易的数据优势，腾易研究院的核心特征，就是用数据说话，就事论事，有一说一；
- ◆ 我们观点未必对，行业分析仁者见仁智者见智，不足之处，大家多指点与批评，让我们求同存异。



汽车行业巡回交流项目——洞若观火

2025年5月-2025年7月，腾易研究院将正式启动第十期“洞若观火”汽车行业走势分析巡回交流项目，本期的核心主题为“解码购车家庭的财富账本”，助力车企更好了解用户消费能力与消费特征。

- ◆ 交流对象：以车企、经销商等腾易的客户为主，一对一交流
- ◆ 交流主题：解码购车家庭的财富账本
- ◆ 交流时间：2025年5月-2025年7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》

《见微知著2025上》全面围绕“购车诉求”课题，深入探究智驾、品牌、价格、能耗、静谧、动力、造型、空间、越野等具体点的演变，助力车企避免盲目跟风，和有效提炼自身核心卖点。

获取方式

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



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](https://www.yiche.com/research/)