

腾易科技 | 腾易研究院

中国车市正摆脱 “房贷诅咒”

中国购车家庭收支洞察报告
之房贷篇 (2025版)



团队成员

👤 周丽君

院长/首席分析师

👤 石本雅

行业分析师

长期以来高房贷就像中国车市紧箍咒

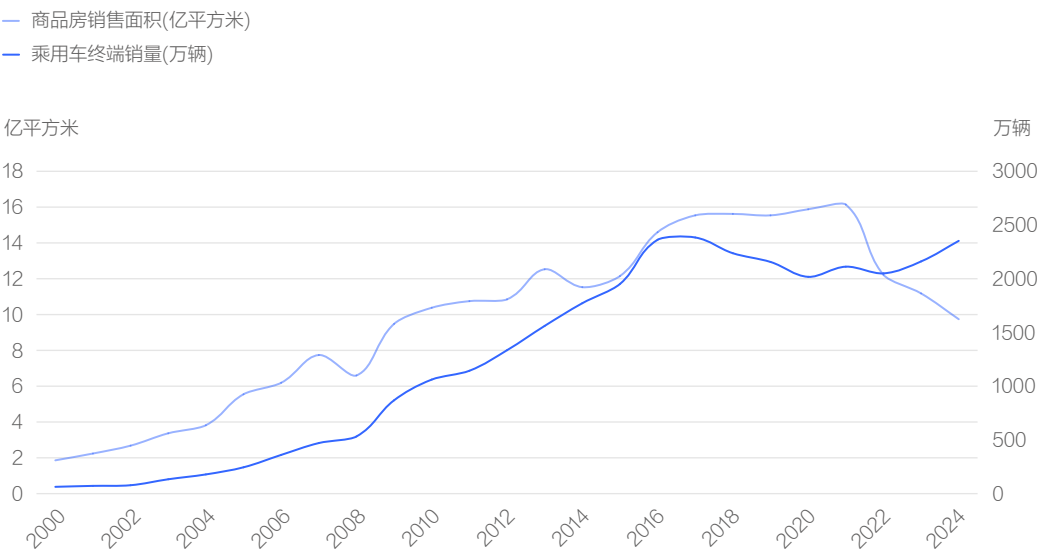
2024年近六成购车用户仍有房贷压力

并制约着超六成有房贷家庭的购车决策

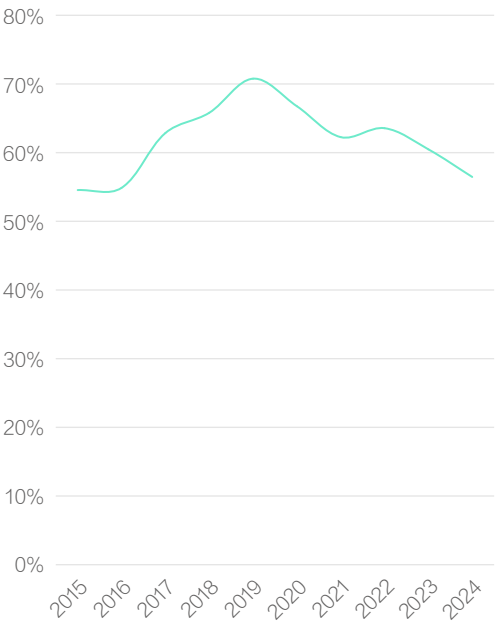
- ◆ 21世纪前二十多年，中国房地产行业一跃成为中国经济的顶梁柱，商品房销售面积由不足2亿平方米，飙升至最高点的16亿平方米，房地产增加值占GDP的比重由不足5%突破8%，同期中国乘用车(新车)的终端销量由不足100万辆，飙升至最高点的2400万辆。房市与车市就像一对好基友，携手强势崛起，助推中国经济强劲发展；
- ◆ 2020-2022年，房市与车市双双遭遇疫情冲击，房市销售面积锐减至12.22亿平方米，车市销量艰难维持在2000万辆。疫情后的2023-2024年，房市与车市再次受挫，房市瞬间崩盘，商品房销售面积快速跌破10亿平方米，房价断崖式下滑。乘用车(新车)销量看似在增长，2024年突破2300万辆，但出现了大量库存车与零公里二手车，实际销量可能不及2000万辆，同时价格战愈演愈烈，车商叫苦不迭，中国车市陷入内卷深渊；
- ◆ 近二十多年，虽然房市与车市整体表现为“有福同享有难同当”，但两者也存在相爱相杀，其中高房贷堪称中国车市的“紧箍咒”，强势抑制着车市消费，中国车市的销量长期以紧凑型轿车、紧凑型SUV等低附加值的入门级产品为主。哪怕在房贷利率大幅下滑的2024年，房贷对车市的抑制作用仍非常显著，制约了超六成有房贷家庭的购车决策，其中三成多推迟购车，近两成降低购车预算，一成多放弃购车；
- ◆ 虽然制约仍较明显，但近三四年中国购车家庭的房贷负担快速降低，疫情前购车家庭的房贷渗透率高达七成，疫情后的2023年跌至六成，2024年持续降至56.46%。日后如房贷压力持续大幅降低，是否会由量变引起质变？是否会重塑中国车市？是否会助推中国车市的消费重心由入门级的低附加值产品转向适合增换购的高附加值产品？



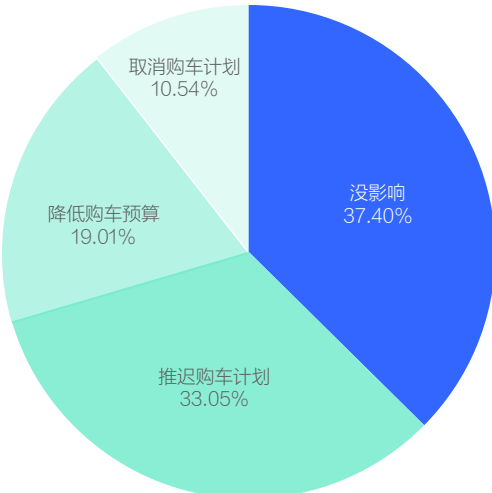
2000-2024年
中国商品房销售面积
与乘用车(新车)终端销量走势



2015-2024年
中国购车用户的房贷渗透率走势



2024年
房贷对中国家庭购车计划的冲击

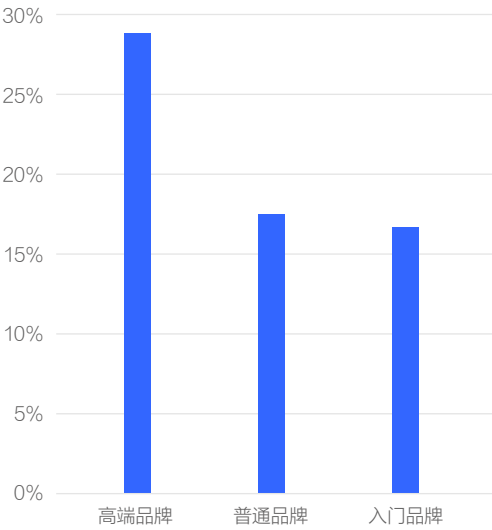


2024年高端品牌购车家庭提前还清房贷的渗透率逼近三成 助推房贷渗透率降至四成多点 高端车市有望率先破解“房贷诅咒”

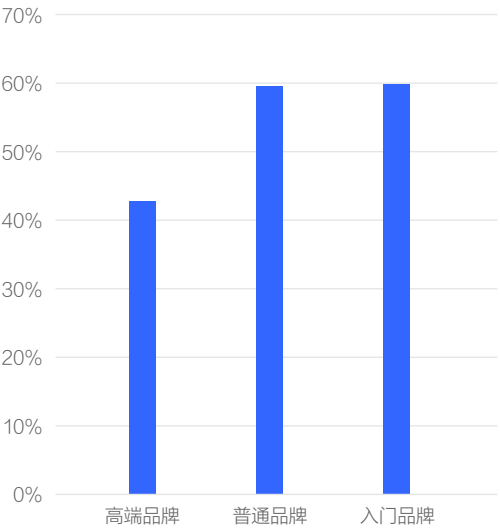
- ◆ 2023-2024年高端品牌购车家庭响应房贷利率大幅下调政策的积极性更高，提前还清房贷的占比逼近三成，普通品牌与入门品牌不及两成。由于更多家庭提前还清房贷，助推高端品牌的房贷渗透率降至四成多点，普通品牌和入门品牌仍高达六成左右；
- ◆ 作为家庭消费大头的车市与房市，存在显著的替代效应与财富效应，前者指在房子与车子间二选一，后者指同时选购房子与车子。究竟是二选一还是两个都选，主要取决于家庭财富，家庭财富少的家庭，在房子与车子间二选一的概率更高，家庭财富多的家庭，房子与车子都选的概率更高。高端品牌购车家庭的房贷压力的降低，等于变相增加家庭财富，更有可能释放出新购车激情；
- ◆ 目前无论是房市还是车市，都已进入存量时代，升级消费成为主流，一旦高端品牌的老用户释放出新购车激情，含金量不可同日而语。



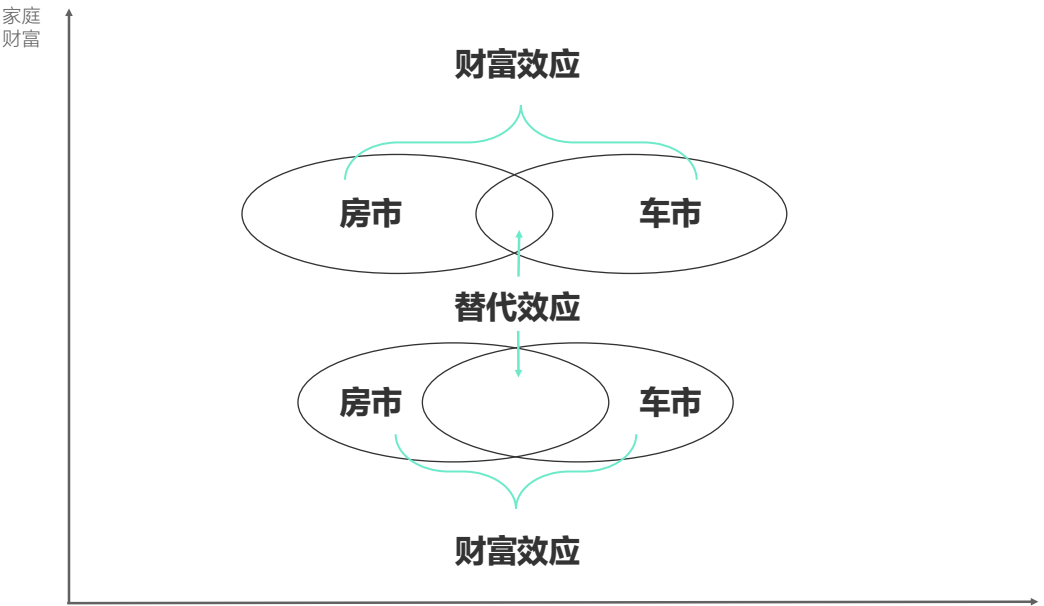
2024年
各类别汽车品牌的
提前还清房贷渗透率



2024年
各类别汽车品牌的
房贷渗透率



房市与车市的替代效应/财富效应

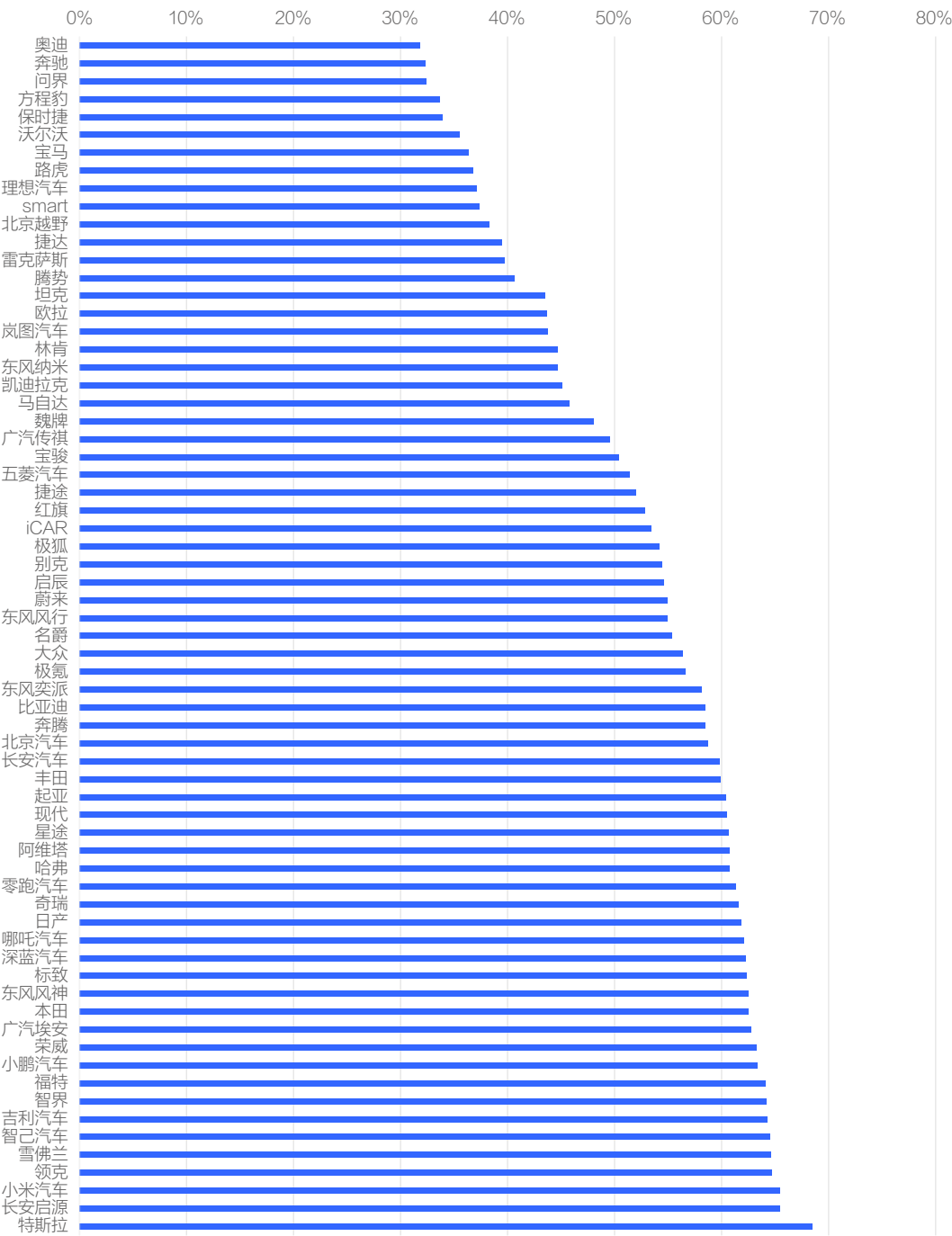


2024年奥迪领衔购车家庭的房贷偿还进度 BBA再购潜力巨大，理论上又能“躺赢” 年轻化品牌尚处房贷偿还的初期

- ◆ 奥迪在中国车市有着非常特殊的地位，曾经长期是家庭财富与社会威望的象征性品牌，哪怕近五六年，奥迪开始大规模降价促销之际，也是不少富裕家庭的女士用户的首选品牌。2024年奥迪位居中国购车家庭的房贷渗透率榜首，有房贷压力的不足三分之一。奔驰紧随其后，宝马的房贷渗透率也非常低，位居第七，BBA阵营居于领导位置。由于BBA保有量巨大，2025-2030年，还清房贷的大量BBA老用户，不仅会成为中国车市的香饽饽，大概率也会重新定义中国高端车市。理论上BBA拥有近水楼台先得月的战略优势，又能“躺赢”，但有多少买了34C的用户，还会买34C？
- ◆ 问界、方程豹与理想三大节能型高端品牌，分别位居主流品牌购车家庭房贷渗透率的第三、第四和第九，仍需还房贷的占比都不及40%。由于上述品牌都是全新品牌，意味着它们目前的部分销量，就是来自购车用户在还清房贷后的新消费；
- ◆ 保时捷与路虎分别位居房贷渗透率的第五和第八，相信它们老用户的再购激情也很突出，如果仰望、尊界等新百万级豪华品牌的产品布局，是沿着保时捷、路虎的再购老用户选什么车的角度展开，估计产品升级滞后的保时捷与路虎，大体会哭晕在厕所；
- ◆ 2024年，年轻化调性比较突出的品牌，整体位居房贷渗透率的靠后位置，其中特斯拉垫底，三分之二用户仍需还房贷。2025-2026年，如中国经济持续承压，年轻化品牌需要及时变阵，2025年横空出世的领克900，有利于领克吸引房贷渗透率更低和更易释放新消费激情的高端品牌的老用户。



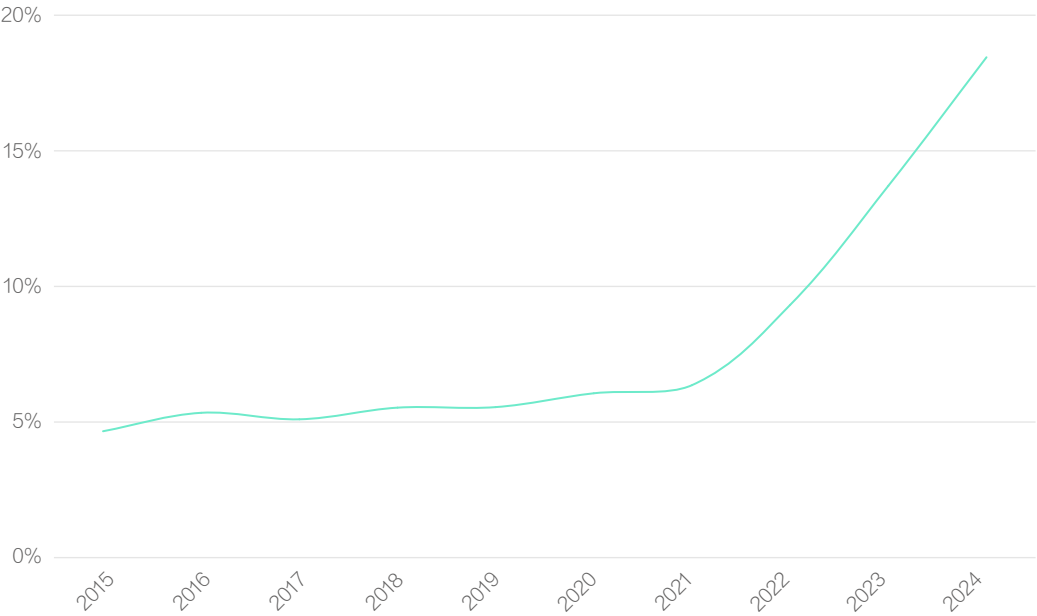
2024年
主流品牌房贷渗透率排行榜



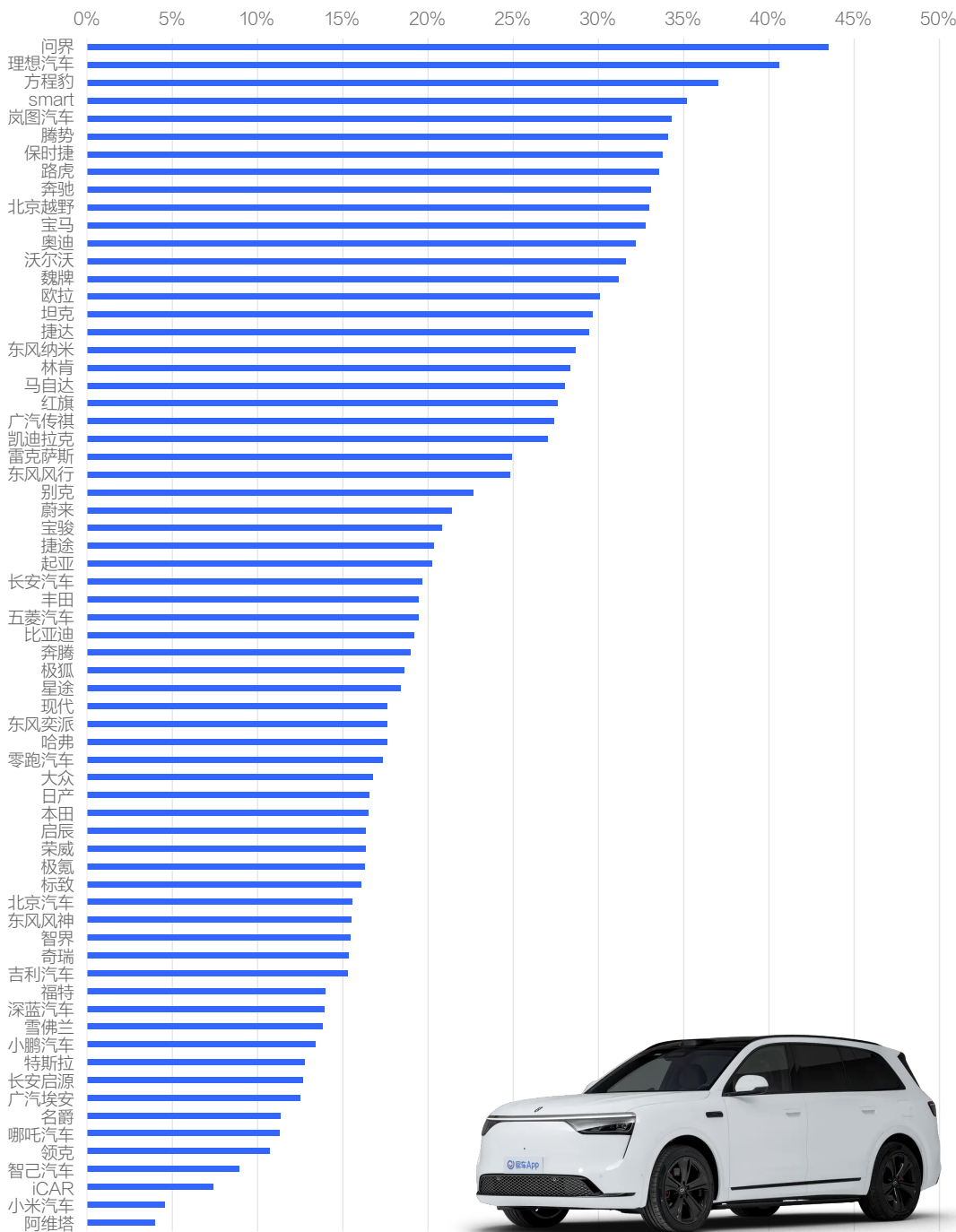
问界、理想、方程豹等一堆以大叔为主的油腻型新高端品牌快速成为提前还清房贷的购车用户的新宠

- 疫情后中国房贷利率断崖式下滑，大大刺激了部分购车家庭提前还清房贷。2024年在所有主流品牌中，问界用户提前还清房贷的积极性最高，渗透率逼近45%，位居榜首。理想超过40%，位居第二，方程豹超过35%，位居第三。TOP3有个共同特点，即核心用户都是油腻大叔，位居TOP10的岚图、腾势，也是类似特点；
- 上述特征部分说明，“还清房贷”更有可能率先刺激大叔车市的消费激情。买辆问界M8/M9或腾势N9，在周末与节假日，带上一家老小出去自驾游下，不仅家庭的幸福感会大幅提升，大叔个人的成就感也会倍增。在途中，无论是父母的笑逐颜开，还是子女的嬉戏打闹，都是对大叔努力付出的最好肯定与奖赏。未来中国购车家庭的房贷如持续减少，相信大叔的购车激情会持续释放，并惠及主流与入门车市；
- 在所有主流品牌中，2024年提前还清房贷渗透率垫底的是阿维塔，其次是小米，iCAR、智己、领克等年轻化调性突出的品牌，整体排名相对靠后。年轻化品牌或可考虑集团作战，给主流品牌打辅助，培育自身潜在用户，避免替人做嫁衣，如名爵品牌的产品布局能否便于荣威承接自身用户，iCAR品牌的产品布局能否便于星途承接自身用户。

2015-2024年
提前还清房贷占比走势



2024年
主流品牌提前还清房贷渗透率排行榜



数据来源：腾易研究院
数据说明：主流品牌指当年在华终端销量高于3万辆的汽车品牌

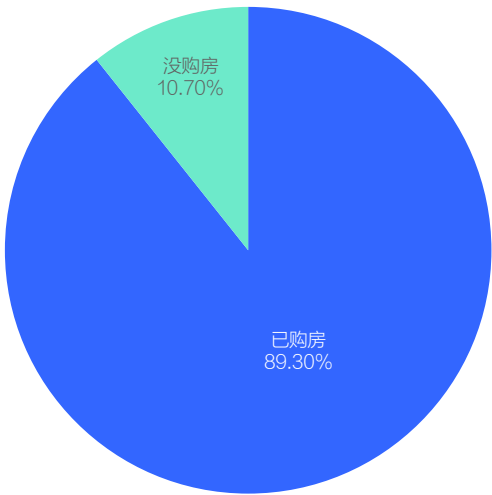
2020-2024年中国车市的没购房占比快速提升

间接降低房贷对车市的束缚

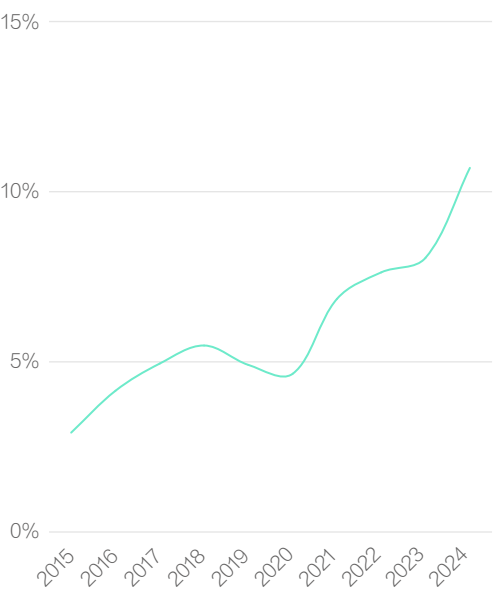
“先买车后买房”有望成为中国的新消费潮流

- ◆ 近二十年，中国购车用户往往是先买房再买车，期间多数80后、90后不得不买房，因为家里没有多余的房子，另外房子比车子更容易娶到老婆。近几年，中国车市除了提前还清房贷的占比在持续增长，无购房用户也在增长，从2020年的不及5%，到2024年突破10%。日后该比例可能还会提升，因为越来越多的00后、10后，用不着买房了，父母有多余的，如果自己不嫌弃，先凑合着住吧，等日后有出息了，再自己买套。该过程不仅间接稀释了中国购车家庭的房贷压力，也可能加速“先买车再买房”的新消费浪潮，且车子可能会比“先买房再买车”的用户买得更好点；
- ◆ 从具体品牌看，2024年没买房渗透率最高的是iCAR，近三成，阿维塔、小米、名爵、智己等年轻化调性突出品牌位居前列。所以，年轻化品牌如能做深做精，不见得非得给主流品牌打辅助，只是目前占比才一成，这条赛道不见得宽，还需培育；
- ◆ 问界、理想、路虎、丰田等大叔为主的品牌，无购房的比例非常低。多数情况下，油腻的品牌总想变得年轻，就像李想本人有些油腻了，他的理想i8想活泼可爱点也情有可原。未来几年，如李想这样的大叔仍是提前还清房贷的主力，其实上述品牌油腻点不见得是坏事，目前多数购车家庭的孩子才十三四岁，理论上中国大叔还没有到刷绿漆的时候。

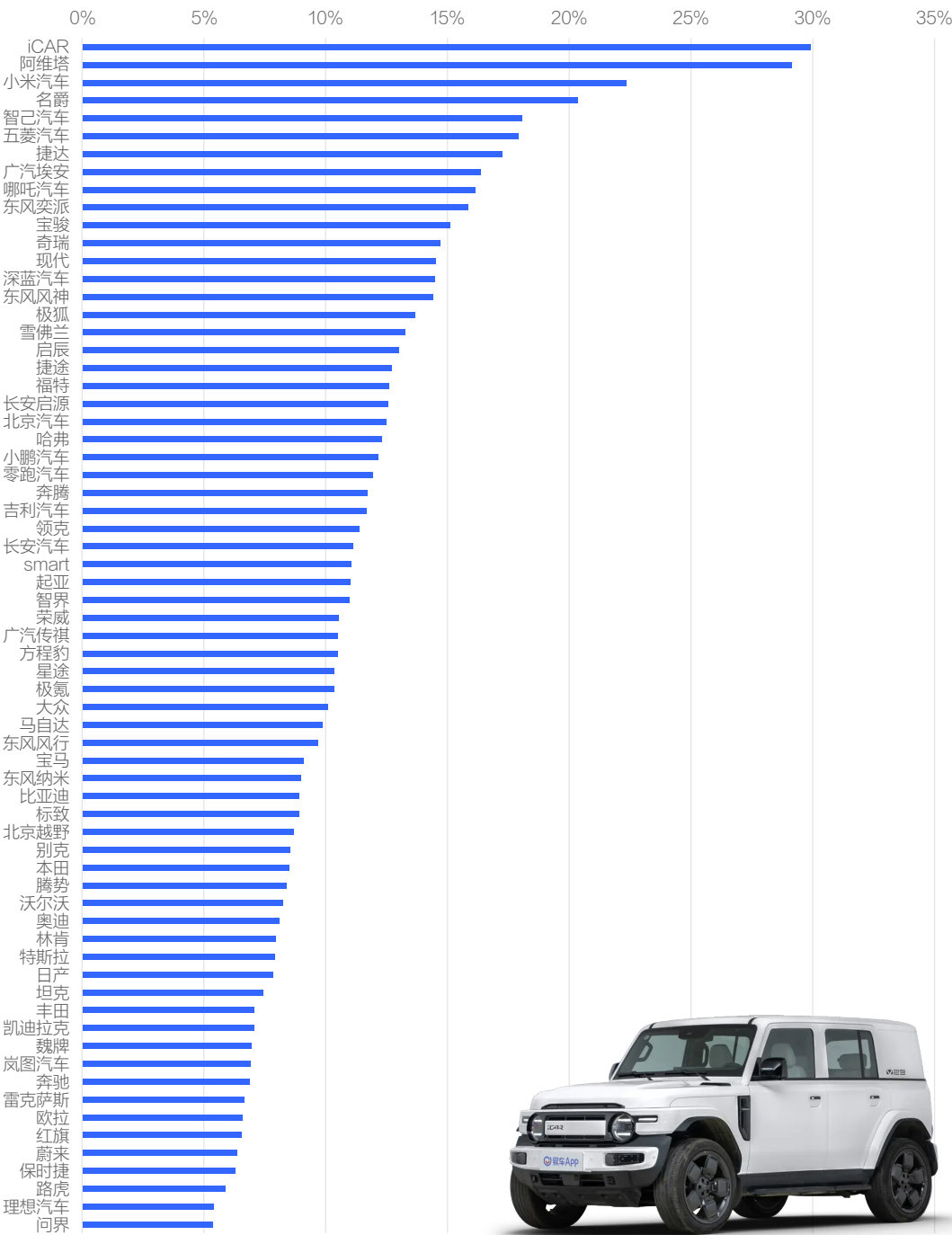
2024年
中国购车家庭已购房与没购房占比



2015-2024年
无房购车家庭占比走势



2024年
主流品牌购车用户的没买房渗透率排行榜



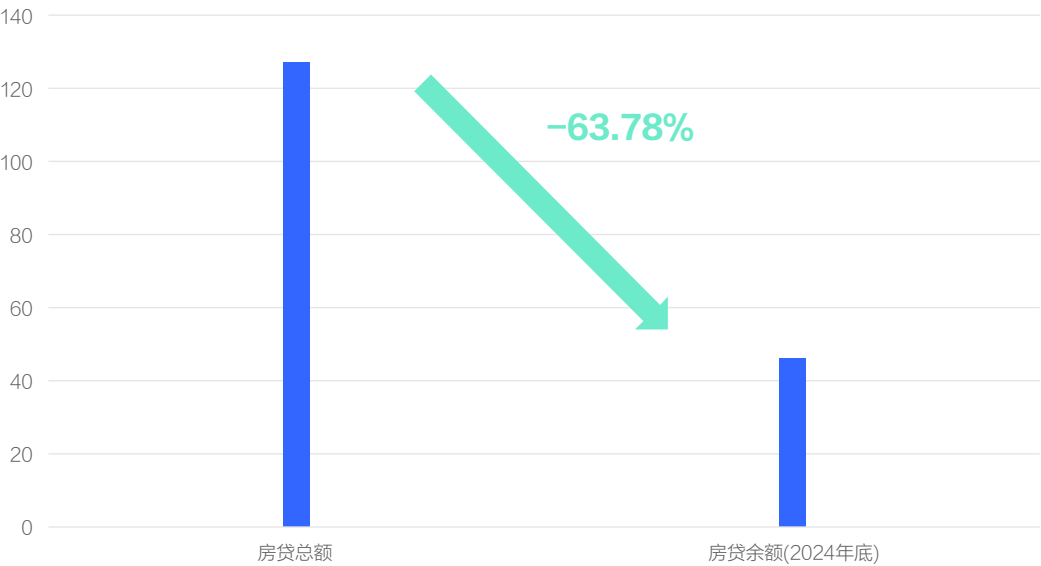
数据来源：腾易研究院
数据说明：主流品牌指当年在华终端销量高于3万辆的汽车品牌

随着提前还清房贷与不买房的增加 2024年中国购车家庭的户均房贷余额降至46万元 较128万元总额减少六成多

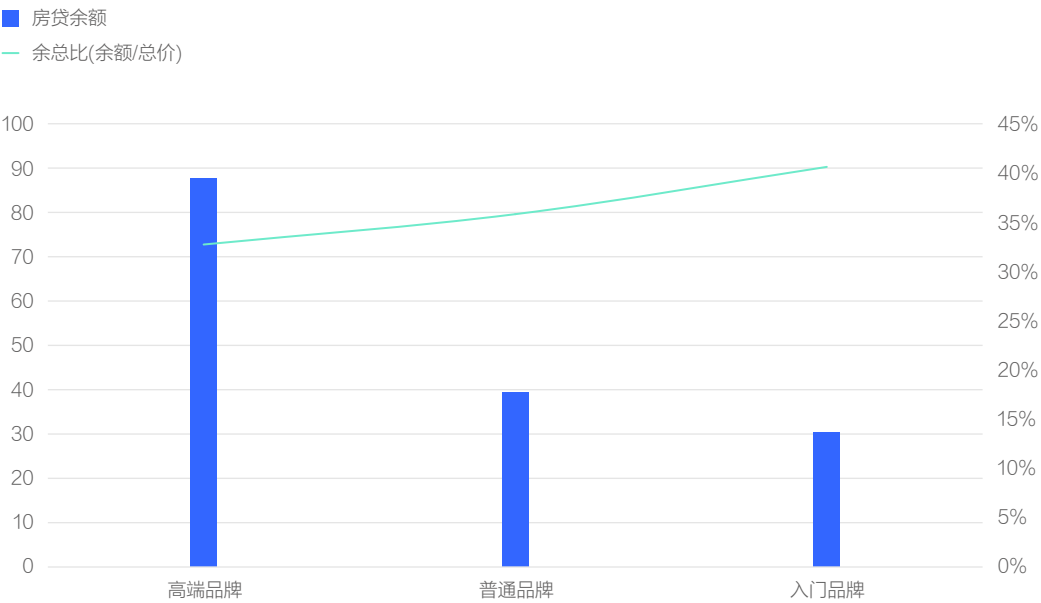
- ◆ 疫情后中国大量家庭纷纷提前还清房贷与不买房的增加，购车家庭的户均房贷余额大幅降低，2024年降至46万元，跌破50万元大关，对比户均近130万元的房贷总额，足足减少了六成多。房贷路漫漫已过半，且后半程提前还清房贷的概率会更高，感觉中国购车家庭即将摘下“房奴”这顶高帽；
- ◆ 从绝对值看，2024年高端品牌购车家庭的房贷余额仍遥遥领先，接近90万元，普通品牌跌破40万元，入门品牌30万元多点。但就余总比(余额占房贷总额的比重)看，高端品牌倒反最低，仅有32.74%，与高端品牌更积极还清房贷不谋而合，普通品牌超过35%，入门品牌超过40%；
- ◆ 从具体品牌看，特斯拉、小米、蔚来、阿维塔、智己、极氪、智界、小鹏等年轻化调性突出的品牌，整体位居房贷余额排行前列，普通品牌与入门品牌整体靠后，风行、捷达、起亚、现代、捷途、五菱、启辰等购车用户的户均房贷余额不足10万元，大体随时可以还清，主要看心情。



2024年
购车家庭的房贷总额与余额(万元)



2024年
各类别购车家庭的房贷余额与余总比(万元)



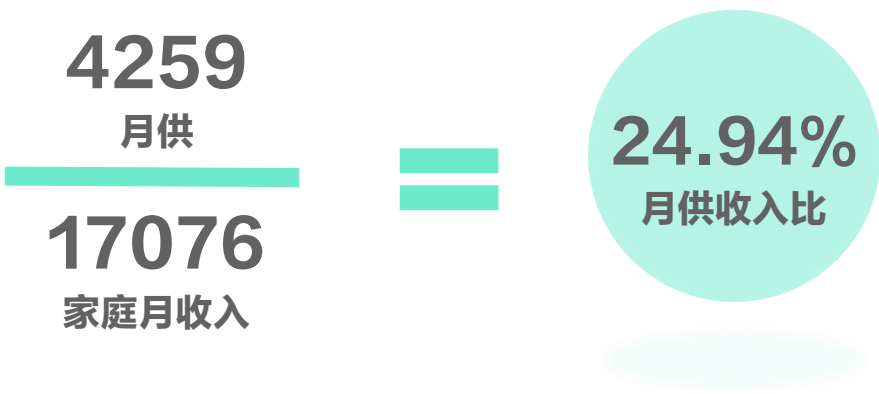
余额少了，月供也少了

2024年中国购车家庭的房贷月供降至4259元

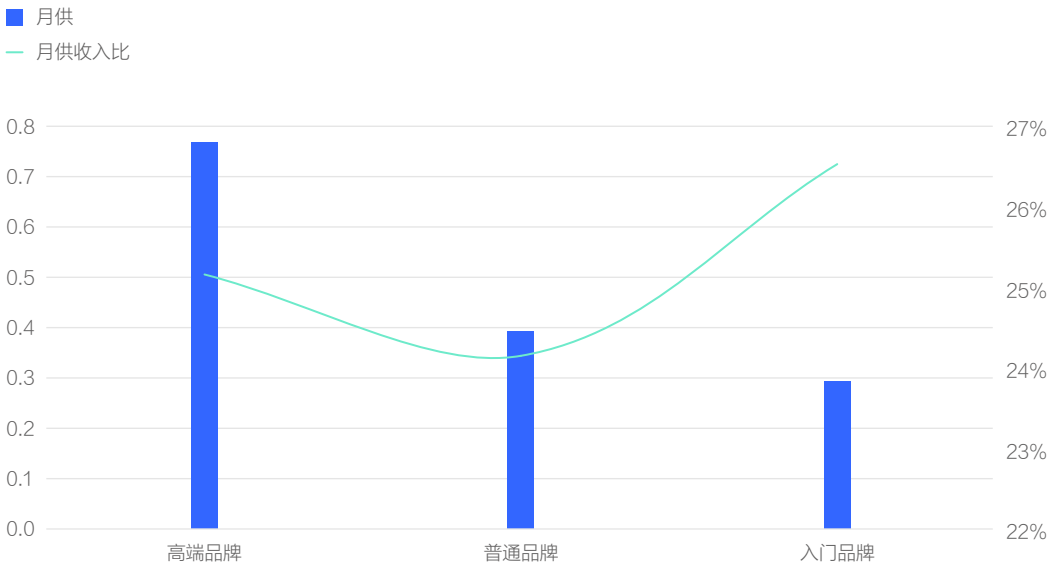
占收入比重降至24.94%，房贷的偿还压力整体可控

- ◆ 随着提前还贷的增加和余额的减少，中国购车家庭的户均房贷月供也在减少，2024年降至4259元，月供占家庭收入的比重降至24.94%，差不多赚4块钱，拿1块钱出来还房贷就可以了，另外三块钱都可以用在子女教育、家庭旅游、赡养父母等其它领域。曾经中国不少家庭是勒紧裤腰带买房，然后殚精竭虑还房贷，如今购车家庭降至24.94%的月供收入比，要轻松多了；
- ◆ 从绝对值看，月供最高的当属高端品牌购车家庭，接近8千元，普通品牌不足4千元，入门品牌不足3千元。从月供收入比看，高端品牌、普通品牌与入门品牌三者差不多，都在24%~27%之间，都不算特别致命的比例。





2024年
各类别购车家庭的
房贷月供与月供收入比(万元)



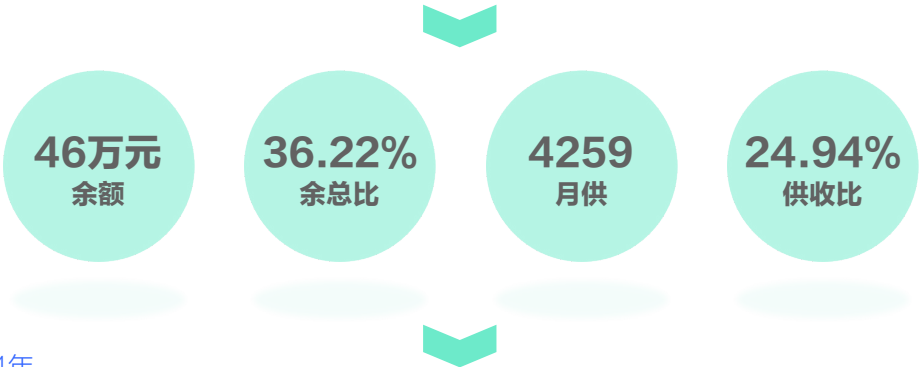
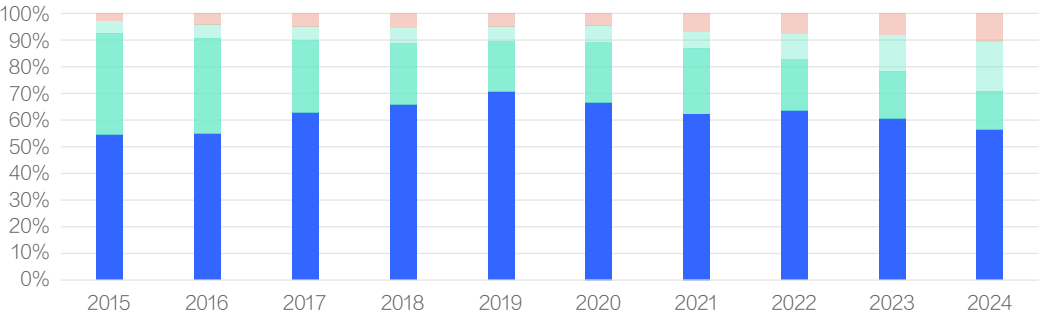
综合看，近几年中国购车家庭的房贷压力快速降低 新趋势正孕育出车市新机遇，并在高端车市快速显现

- ◆ 近十年中国购车家庭的房贷压力犹如过山车，前期房贷渗透率由五成多快速飙升至七成多，“房奴”成为中国社会的新热词，后期又快速跌破六成，其中提前还清房贷与无房购车占比快速提升，尤其是疫情后的2023-2024年，“房奴”的提及率大幅降低；
- ◆ 随着房贷渗透率的快速降低，2024年购车家庭的户均房贷余额降至46万元，跌破50万元大关，对比近130万元的户均房贷总额，仅剩36.22%。2024年购车家庭的房贷月供跌破5000元大关，具体降至4259元，月供占购车家庭可支配收入的比重跌破四分之一，具体降至24.94%；
- ◆ 如今无论是三分之一的余总比，还是近四分之一的供收比，大体都处于风险可控状态。房贷大幅降低的家庭，将为中国车市注入新活力，尤其是高端车市。在主流品牌提前还清房贷渗透率的排行中，高端品牌整体靠前，位居TOP3的问界、理想与方程豹，快速成为提前还清房贷的中国购车家庭的新选择。

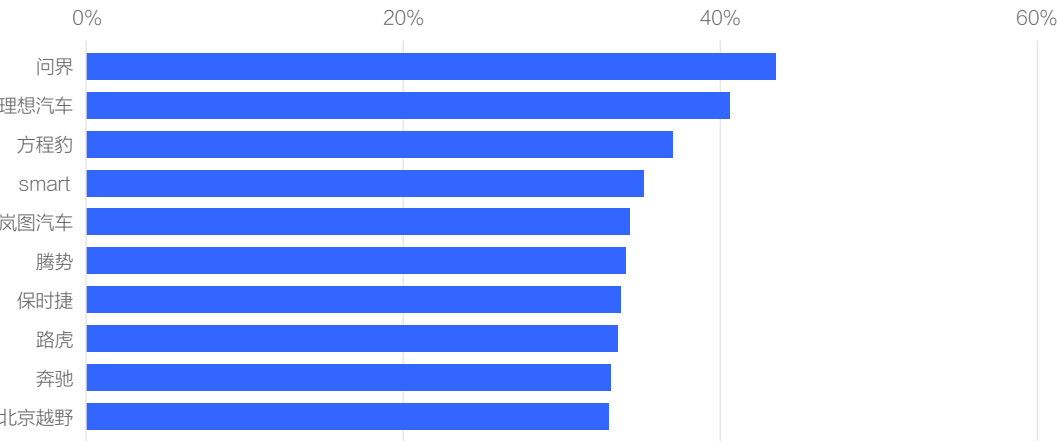


2015-2024年 中国购车家庭的购房形式演变

没买房 提前还清房贷
需还房贷 全款购房



2024年 主流品牌提前还清房贷渗透率TOP10

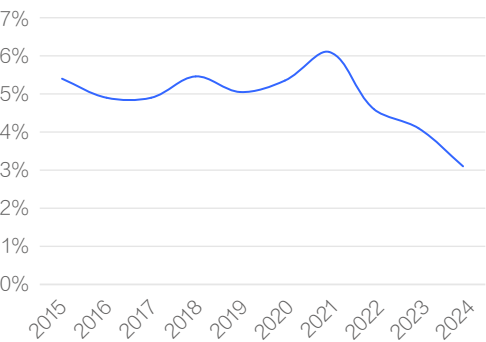


近几年，利率下滑是降低购车家庭房贷压力的直接原因 婚车市占率降低、中年化提升与房收比降低等 也不同程度降低了房贷压力

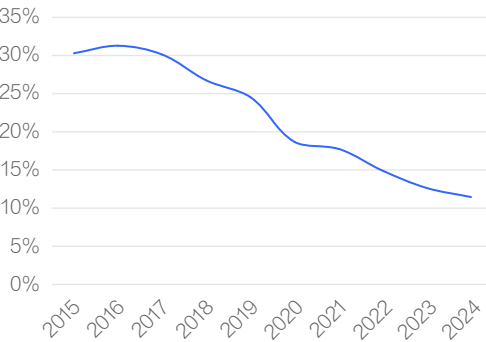
- ◆ 助推中国购车家庭的房贷压力快速下降的最直接原因，莫过于疫情后的房贷利率大幅降低，由五六个点快速降至三个点左右；
- ◆ 除了直接原因，也有不少其它原因，最显著的就是中年化进程，2015-2024年，中国车市的中年用户占比由不足三成升至五成多，平均购车年龄突破40岁，假设30岁结婚，并买房买车，如今40岁了，十年的努力，房贷差不多还了大半了。同时，婚车市占率持续下滑，由30%多点降至10%多点，也部分降低了中国家庭的房贷压力。还有房收比的加速下滑，该概念具体指每平方房价与个人月度可支配收入的比值，近几年房收比由三四倍，降至两三倍；
- ◆ 中国购车家庭房贷压力的降低，不是空穴来风，有饱满的原因和坚实的基础，迟早会发生的。



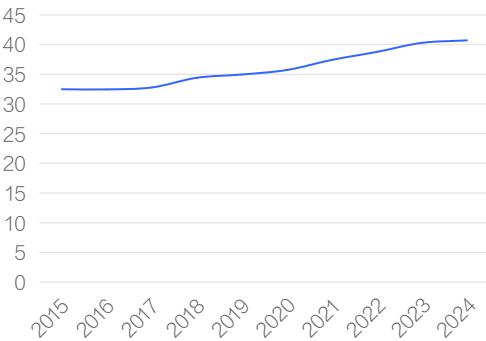
2015-2024年
中国房贷利率整体走势



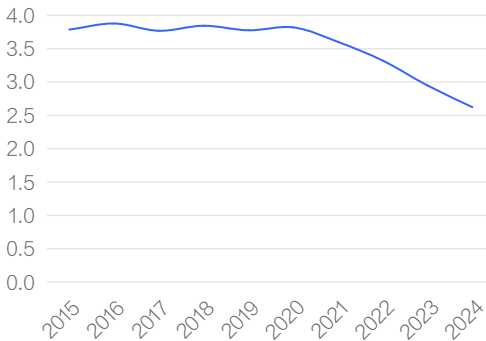
2015-2024年
婚车市占率走势



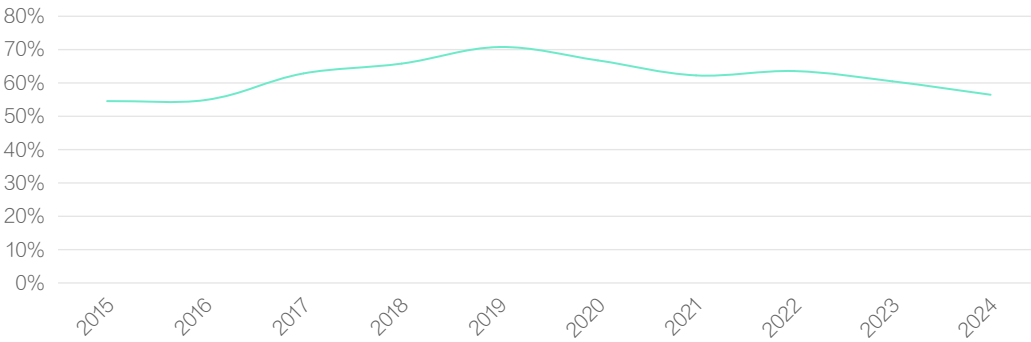
2015-2024年
中国乘用车市场(新车)平均年龄走势



2015-2024年
中国社会房收比(每平方房价/个人月收入)



2015-2024年
中国购车用户的房贷渗透率走势



2025-2030年

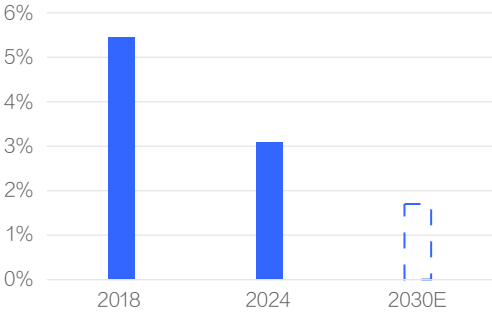
中国购车家庭的房贷压力仍会持续降低

购车家庭将释放出大量新购车需求

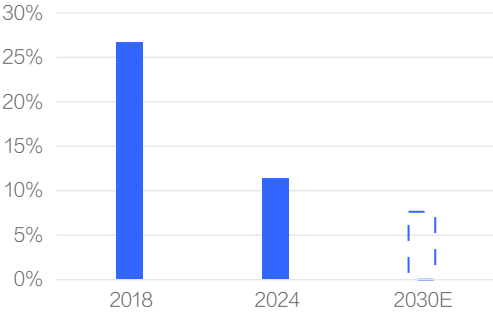
- ◆ 2025-2030年，助推中国购车家庭降低房贷压力的原因，仍会持续发挥作用：最直接的房贷利率，有进一步降低的空间，2030年不排除跌破两个点，届时购房成本将进一步降低；中国车市的婚车市占率大体仍会降低，2030年不排除跌破10%，助推无房购车占比，间接降低房贷压力；中国车市的中年化仍会提升，2030年平均购车年龄有望挑战45岁，更多购车家庭的房贷余额会大幅下滑，甚至彻底还清房贷；房收比也会持续降低，2030年每平方房价与个人月度可支配收入的比重或降至两倍多点，买房与还房贷会越来越轻松……
- ◆ 在多重因素共同努力下，2025-2030年中国购车家庭的房贷渗透率有望跌破50%，其中高端车市将释放出强劲的新购车需求，众多车企的高端化战略将迎来黄金时代，规模庞大的BBA老用户将成为香饽饽。



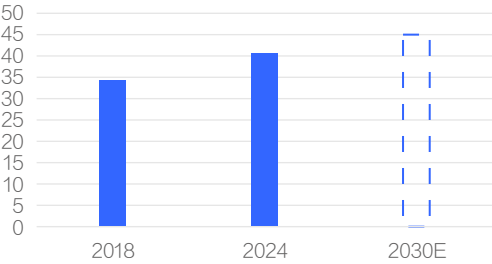
2018-2030年
中国房贷利率走势预判



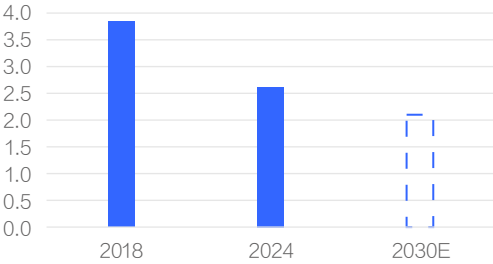
2018-2030年
中国婚车市占率走势预判



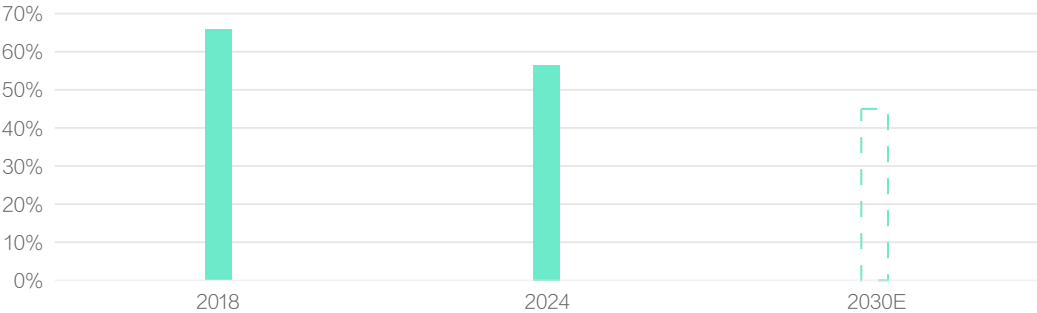
2018-2030年
中国新车市场
平均购车年龄走势预判



2018-2030年
中国社会房收比
(每平方米房价/个人收入)走势预判



2018-2030年
中国购车家庭房贷占比走势预判

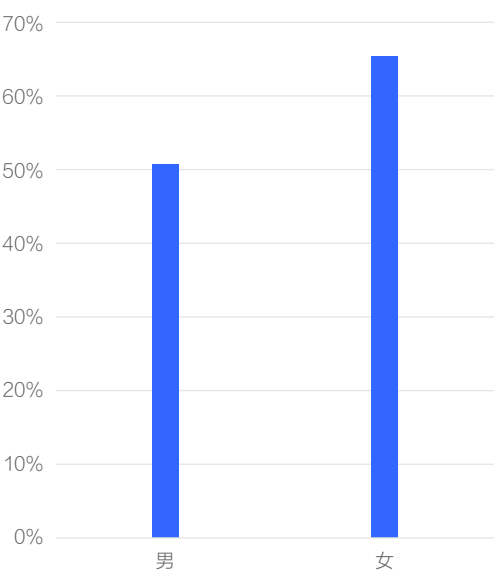


中产、女性、大城、中青年等优质购车群体 正是背负房贷的主力军，一旦房贷压力大幅减少 中国购车家庭将激活“扩大内需”政策

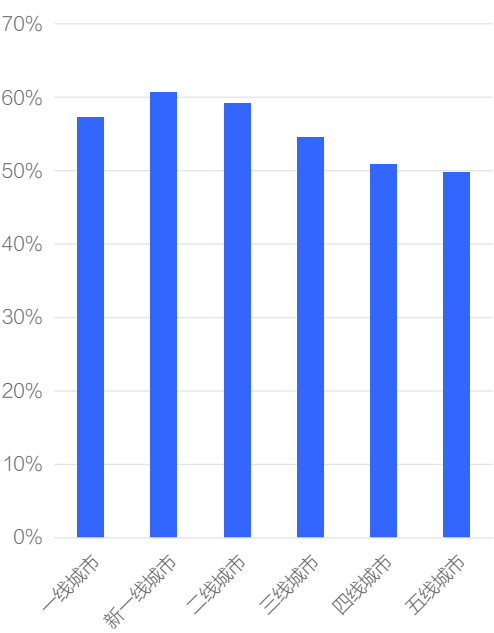
- ◆ 随着房贷压力的降低，中国车市会加速消费升级，因为目前承担房贷压力的主力军是非常有潜质的群体：从性别看，2024年女性购车家庭的压力更大，房贷渗透率突破65%，大幅高于男性购车家庭；从城市级别看，大城购车家庭的房贷渗透率明显高于小城，新一线城市甚至突破六成；从年龄看，青壮年购车家庭的房贷压力更大，其中30-34岁的房贷渗透率逼近八成，35-39岁也超过七成；从收入看，中等收入的中产家庭的房贷压力更大，其中年收入20-40万元家庭的房贷渗透率突破六成；
- ◆ 由于中产、女性、大城、中青年等背负房贷的主力军，都是非常优质的购车群体，日后一旦房贷大幅减少，中国车市的想象空间极具含金量。目前，“房贷降低效应”已在高端车市快速显现，疫情后的2023-2024年，问界、理想、方程豹等一堆以大叔为主的油腻型新高端品牌，快速成为提前还清房贷的购车用户的新宠；
- ◆ 随着中产、女性、大城、中青年等优质购车群体的房贷压力的降低，中国购车家庭除了助推车市消费升级，也可助推旅游、教育、金融、美容、装修等诸多领域的消费升级。2025-2030年，中国购车家庭将摇身一变为新消费的核心推动力，加速激活中国的“扩大内需”政策。



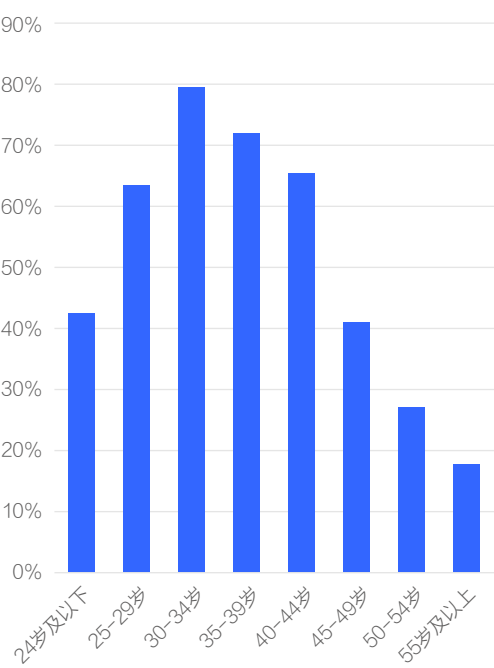
2024年
各性别购车家庭的房贷渗透率



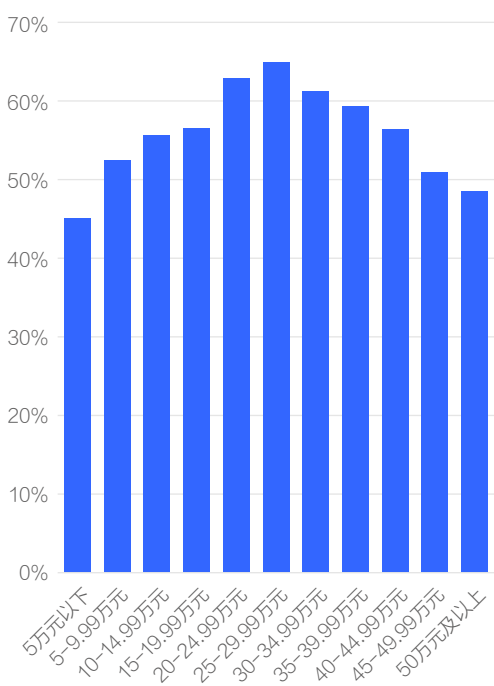
2024年
各级城市购车家庭的房贷渗透率



2024年
各年龄段购车家庭的房贷渗透率



2024年
各收入水平购车家庭的房贷渗透率



数据来源：腾易研究院

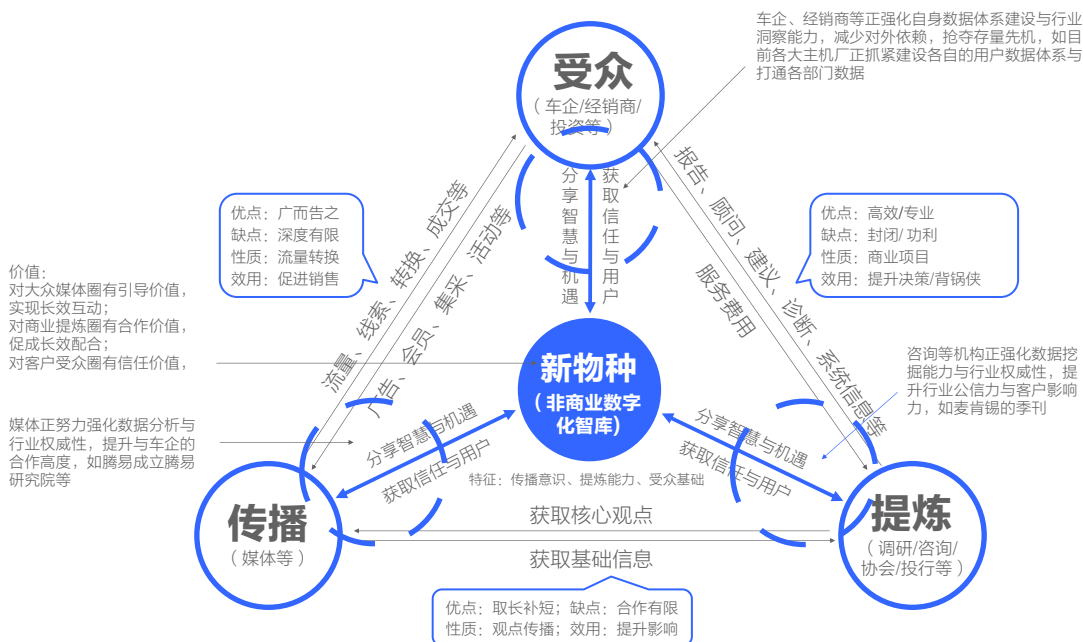
版权声明

- ◆ 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

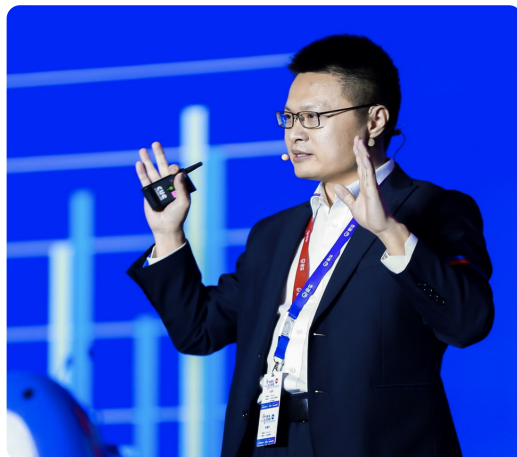
- ◆ 目前腾易研究院不做商业报告，全力为车企、经销商等腾易客户赋能；
- ◆ 基于腾易的数据优势，腾易研究院的核心特征，就是用数据说话，就事论事，有一说一；
- ◆ 我们观点未必对，行业分析仁者见仁智者见智，不足之处，大家多指点与批评，让我们求同存异。



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.wechat.com/p/yicheresearch)

关注我们

微信阅读号



君临车市

