

腾易科技 | 腾易研究院

三座大山 加剧中国车市内卷

中国购车用户家庭存款洞察报告 (2025版)



团队成员

👤 周丽君

院长/首席分析师

👤 高 英

行业分析师

👤 石本雅

行业分析师

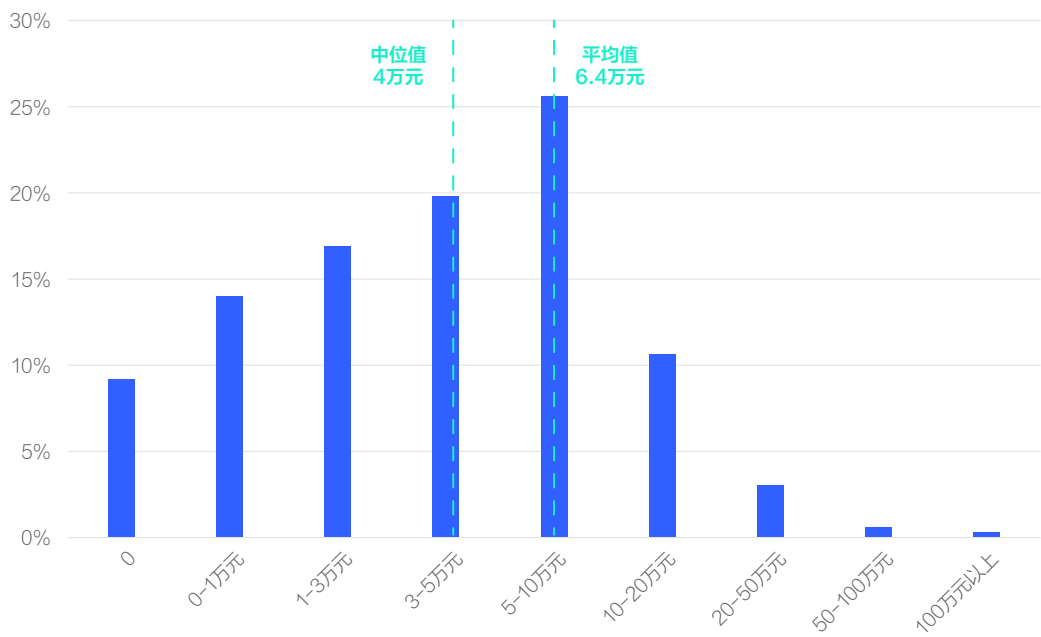
2024年中国购车家庭平均新增存款6.4万元，总存款28.82万元

理论上中国车市将迎来高质量发展，摆脱内卷(恶性竞争)

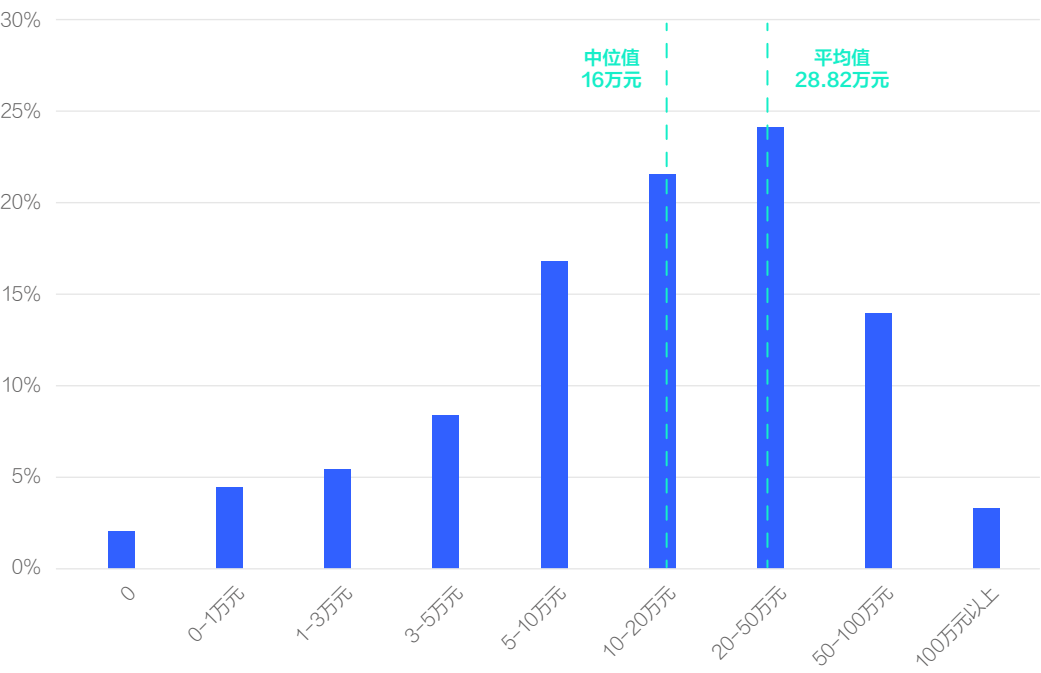
- ◆ 当下中国车市的内卷程度(恶性竞争)有目共睹，除了要求相关部门整治内卷，大家还非常关心中国车市的内卷会不会持续恶化。由于[家庭支出是衡量当下车市消费能力的关键指标](#)，与[家庭储蓄是衡量未来车市消费潜力的关键指标](#)，本报告聚焦家庭储蓄，重点探究中国车市的未来消费潜力与内卷演变；
- ◆ 21世纪前二十年，中国购车家庭的存款不多，因为车市消费主力是青年用户，他们买车主要靠父母支持，且主要是结婚买车。近几年中国购车家庭的存款不断增加，2024年户均新增存款6.4万元，在当时该金额可以直接喜提辆星愿、海鸥、缤果等小电动。其中无新增存款的占比仅有9.19%，5-10万元的占比最多，突破25%，在当时该金额可以直接喜提辆秦PLUS、星舰7、朗逸等入门级车型。新增存款超过10万元的占比大幅下滑，其中10-20万元降至10.64%，20-50万元再次大幅降至3.06%，50-100万元的屈指可数，超100万元的寥寥无几；
- ◆ 2024年中国购车家庭总存款28.82万元，比新增存款翻了四倍多，比当年中国乘用车市场(新车)的平均售价高出十多万元，在当时该金额可以直接喜提辆宝马3系、奥迪A4L和奔驰C级等高端车型。其中5-10万元、10-20万元和20-50万元的占比最突出，分别为16.80%、21.53%和24.10%，上述三大储蓄区正是同期中国车市的核心价区，分别对应入门价区、主流价区和高端价区。总存款超过50万元的占比大幅下滑，50-100万元降至13.95%，100万元以上降至3.31%；
- ◆ 由于平均值存在“被平均”现象，为了更好综合整体水平，我们再看下中国购车家庭的中位存款。2024年新增存款与总存款的中位值分别为4万元和16万元，理论上日后中国多数家庭选购10万元上下入门级产品的潜力是完全具备的；
- ◆ 从中位值到平均值，理论上未来几年中国车市不仅具备全民普及的基础，而且将迎来高质量发展，但近几年的实际表现并不乐观，疫情后的中国车市每年都得打几枚强力政策救市针，车市销量得靠大量“零公里二手车”等奇葩数据来凑数，车企、零部件、经销商等被迫裁员、停产和关店，车市鬼哭狼嚎一大片，大家似乎看不到未来。



2024年
中国购车家庭的当年存款分布



2024年
中国购车家庭的总存款分布



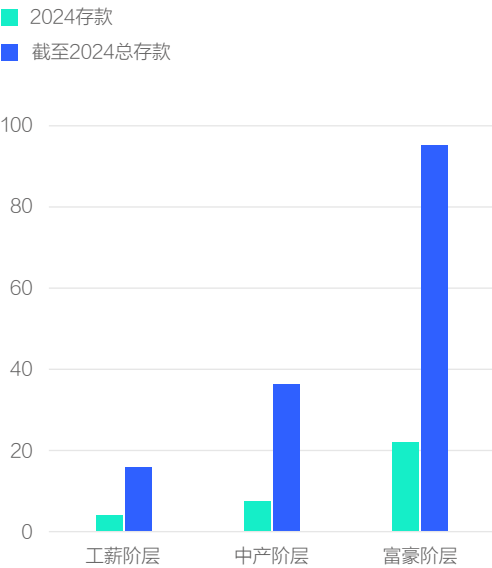
数据来源：腾易研究院

工薪与青年购车家庭的总存款都近16万元 理论上紧凑型轿车、紧凑型SUV等入门产品 将迎来新发展机遇，摆脱内卷重灾区

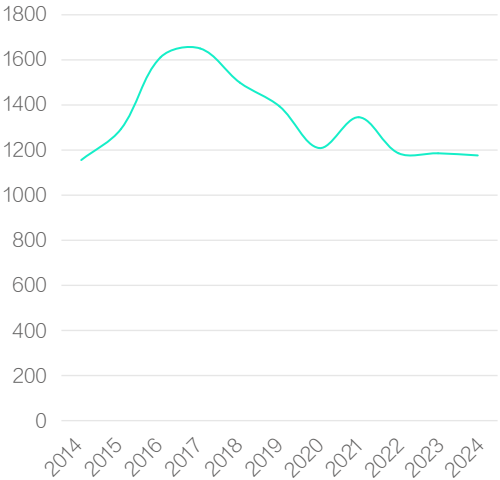
- ◆ 从新增存款与总存款的整体看，理论上中国车市未来可期，接下来我们再分析下储蓄能力较弱的工薪与青年两大购车群体，看看中国车市的未来可期是否具备普世性；
- ◆ 从财富看，中国购车家庭储蓄能力最强的当属富豪家庭，2024年新增存款22.08万元，总存款近百万元，中国富豪完全可以轻松购车，日后将持续为尊界S800、理想L9、蔚来ET9、享界S9、问界M9、坦克700、极氪009等一大堆全新豪华车提供充裕的试错机会；中产购车家庭新增存款7.41万元，总存款36.34万元，中国中产也能轻松购车，再加庞大规模，日后将持续助推中国车市消费升级，不断夯实广大车企高端化战略的市场根基，持续扩大理想、极氪、腾势、方程豹、蔚来、问界、小米等一大堆新锐高端品牌的发展空间；关键看规模庞大的工薪购车家庭，2024年新增存款4.04万元，总存款15.83万元，理论上日后工薪家庭买辆朗逸、秦PLUS、秦L、哈弗H6、瑞虎8、星越L等入门级产品还是相对轻松的；
- ◆ 从年龄看，中国购车家庭存款最多的是中年用户，2024年新增存款与总存款分别为7.02万元和37.25万元，大幅领先老年与青年家庭，日后中年家庭同样会持续助推中国车市消费升级，不断夯实广大车企高端化战略的市场根基。问界、理想、坦克等新锐高端品牌的初战告捷，不约而同论证了上述观点，日后车企的高端化战略最好可以“油腻点”；老年和青年的存款各有特色，老年新增存款少总存款高，青年刚好相反。2024年青年购车家庭的新增存款和总存款分别为5.82万元和15.96万元，理论上日后也有利于入门车市的发展；
- ◆ 整体看，储蓄能力较弱的工薪与青年两大购车群体，未来几年都有助力紧凑型轿车、紧凑型SUV等入门产品发展的潜质。实际上，近几年工薪与青年两大细分车市正是中国车市内卷的重灾区，前者终端销量由1600万辆下滑至1200万辆以内，后者由1600万辆下滑至800万辆，朗逸、轩逸、哈弗H6等代表性产品的价格体系纷纷崩盘。日后工薪与青年两大细分车市更是危机四伏，不少车企都已主动放弃和延缓适合工薪与青年的紧凑型轿车、紧凑型SUV等入门产品的更新换代。



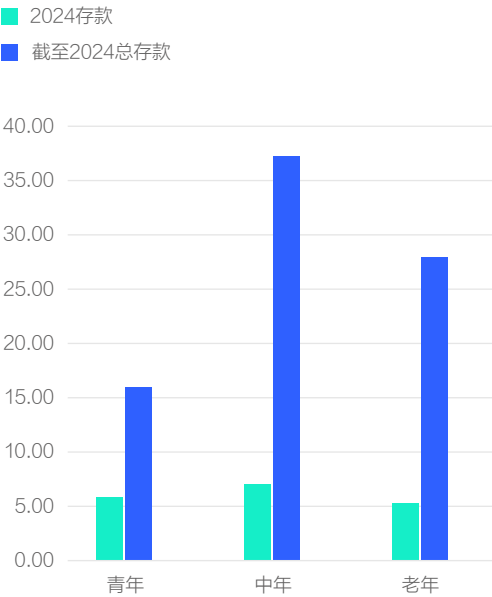
2024年
各阶层购车用户的当年存款与总存款(万元)



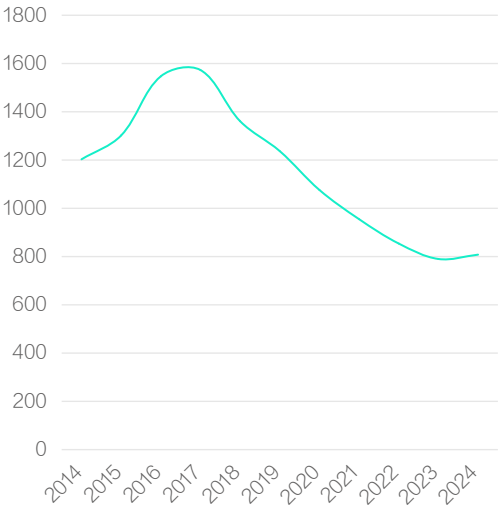
2014-2024年
中国工薪车市终端销量走势(万辆)



2024年
各年龄购车用户的当年存款与总存款(万元)



2014-2024年
中国青年车市终端销量走势(万辆)



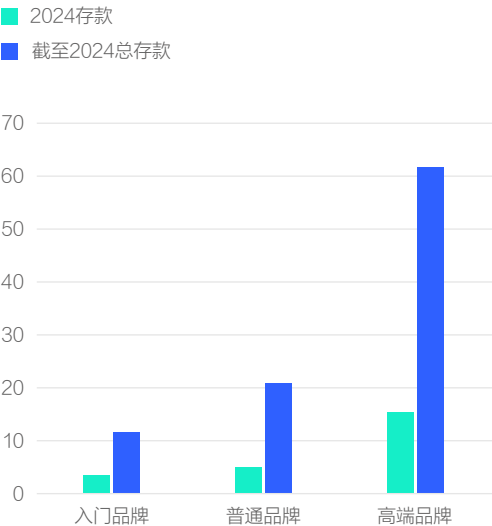
数据来源：腾易研究院
数据说明：家庭年收入低于15万元为工薪，15-50万元为中产，50万元及以上为富豪；35岁以内为青年，35-55岁为中年，55岁及以上为老年

高端品牌购车家庭的总存款突破60万元，德系逼近45万元 理论上高端德系BBA应持续向好，摆脱量价齐跌的内卷深渊

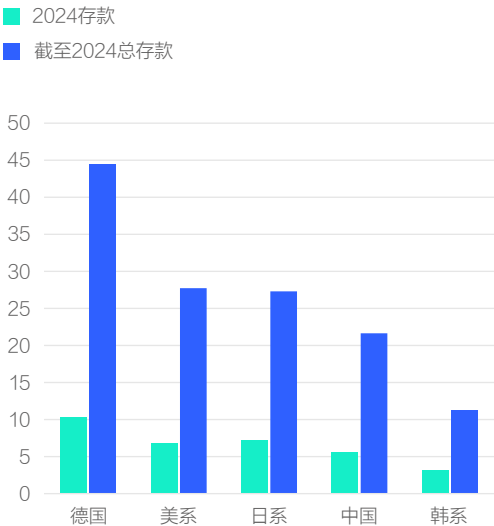
- ◆ 从品牌类别看，2024年入门品牌购车家庭的新增存款与总存款分别为3.44万元和11.53万元，买辆入门产品，理论压力不大，但实际有问题。普通品牌购车家庭的新增存款和总存款分别升至4.93万元和20.83万元，理论压力不大，实际上也是整体承压；高端品牌购车家庭的新增存款与总存款分别升至15.39万元和61.77万元，理论上购车能力最强，但实际上两极分化严重；
- ◆ 从五大主流国别看，韩系购车家庭的存款能力较弱，2024年新增存款和总存款分别为3.2万元和11.28万元，给韩系的日后复兴增加了不少难度；中国品牌购车家庭的新增存款与总存款分别升至5.61万元和21.64万元，助推中国品牌日后持续升级；2024年日系与美系购车家庭的存款都高于中国品牌，理论上两者日后的消费潜力更大，但目前两者的产品升级力度远不如中国品牌，面临老用户被进一步抢夺的风险；购车家庭存款最高是BBA所在的德系，新增存款与总存款分别为10.31万元和44.50万元，理论上日后购车能力很强，但目前从大众到BBA再到保时捷，德系都是举步维艰，日后大体也是危机四伏；
- ◆ 高端品牌与德系的购车家庭的储蓄都很高，为两者日后的健康发展奠定了坚实基础，但作为高端与德系结合体的BBA，目前正深陷量价齐跌的泥潭，未来几年能触底反弹吗？



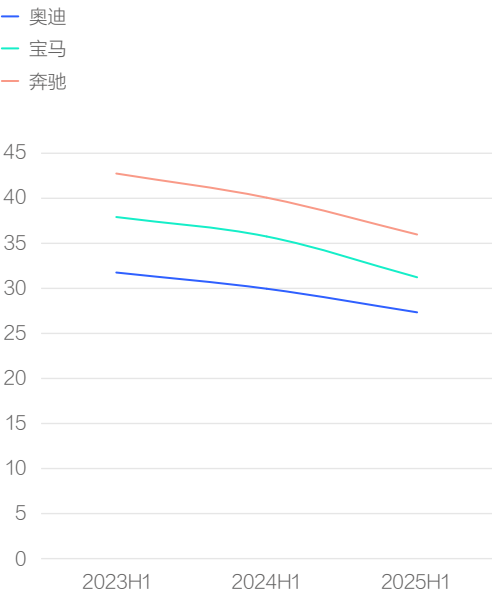
2024年
各类别品牌购车用户的
当年存款与总存款(万元)



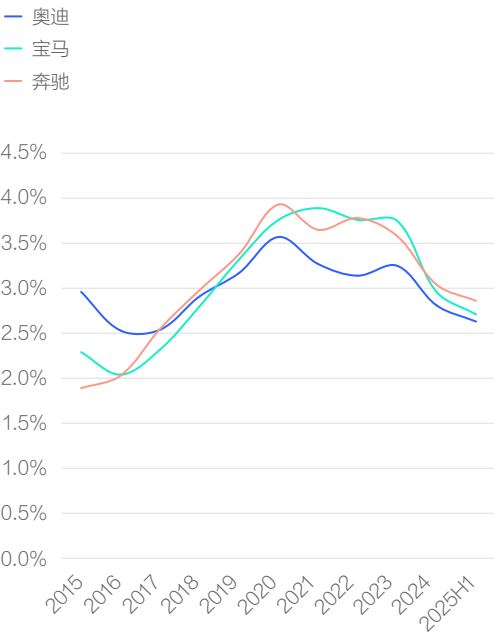
2024年
各国别品牌购车用户的
当年存款与总存款(万元)



2023上半年-2025上半年
BBA在华终端均价(万元)



2015-2025上半年
BBA在华市占率走势



数据来源：腾易研究院
数据说明：整体售价低于12万元为入门品牌，12-25万元为普通品牌，25万元及以上为高端品牌

从整体到细分车市

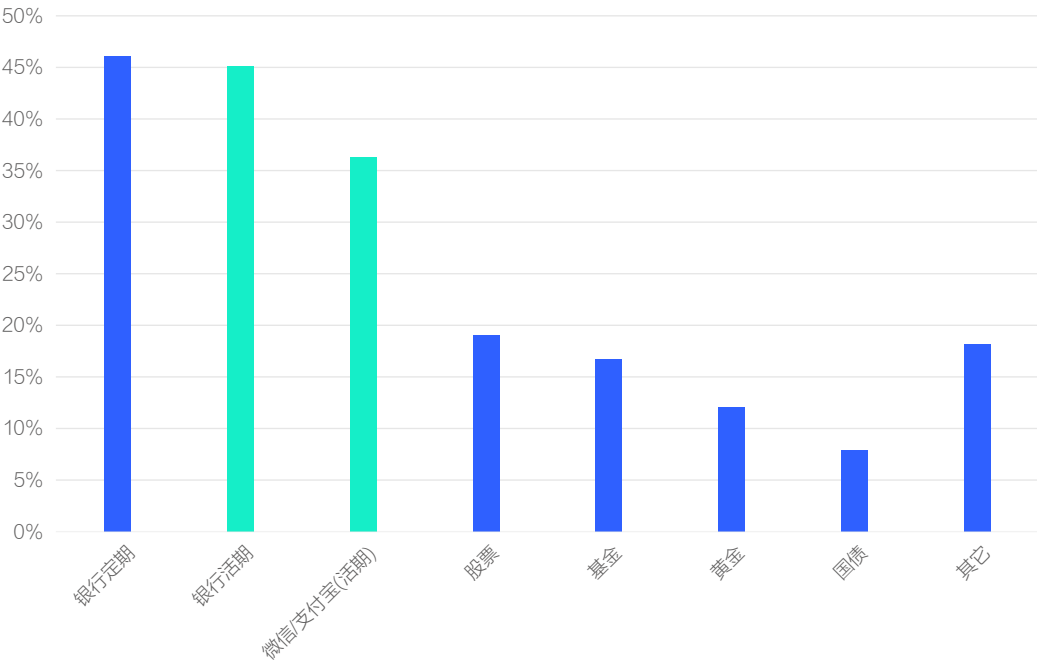
虽然中国购车家庭的储蓄具备助推车市摆脱内卷的潜力

但储蓄以活期为主，怎么看都不像真心想存钱

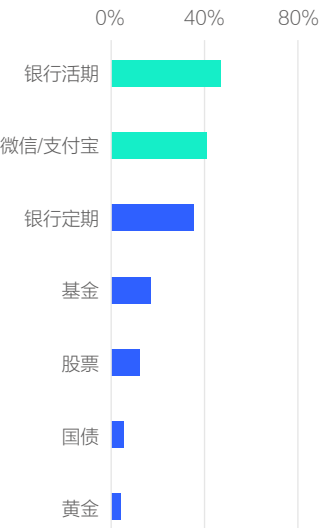
- ◆ 近30万元的总存款也不少了，中国购车家庭应当积极购买基金、黄金、国债、股票等理财产品，争取获得更高的收益，实现钱生钱。但中国购车家庭的实际理财意识并不强，2024年位居存款形式TOP3的分别为银行定期、银行活期与微信/支付宝，后两者都属于活期，选择基金、股票、国债、黄金等理财产品的家庭占比非常少；
- ◆ 2024年各年龄段购车家庭的存钱方式差异显著：青年购车家庭更以活期为主，银行活期与微信/支付宝位居第一和第二位，就像时刻准备着花钱；中年用户的存款形式最接近大盘，前三位同样是银行定期、银行活期与微信/支付宝，理财意识也不太强，也像时刻准备着花钱；最有理财意识的当属老年用户，银行定期雄踞榜首，并积极购买国债等理财产品，微信/支付宝的家庭占比相对靠后，可能与使用习惯有关；
- ◆ 虽然中国购车家庭整体上有不少储蓄了，但存钱方式以收益非常低的活期为主，怎么看都不太像真想存钱，倒像时刻准备着花钱，此事是否有蹊跷？除了中国股市喜欢割韭菜，导致不少普通家庭不敢通过购买有价证券进行理财外，还有哪些因素？



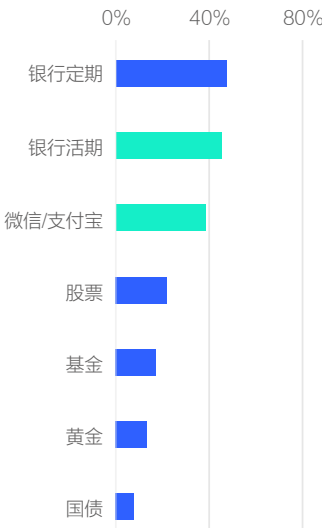
2024年
中国购车家庭的主要存款方式



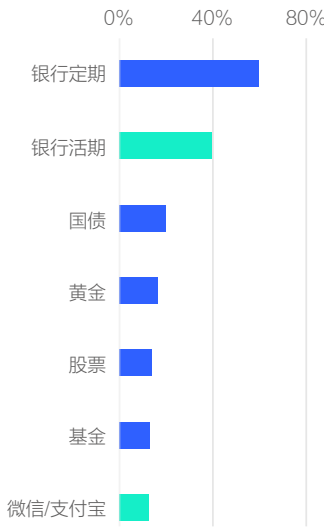
2024年
中国青年购车家庭
主要存款方式



2024年
中国中年购车家庭
主要存款方式



2024年
中国老年购车家庭
主要存款方式

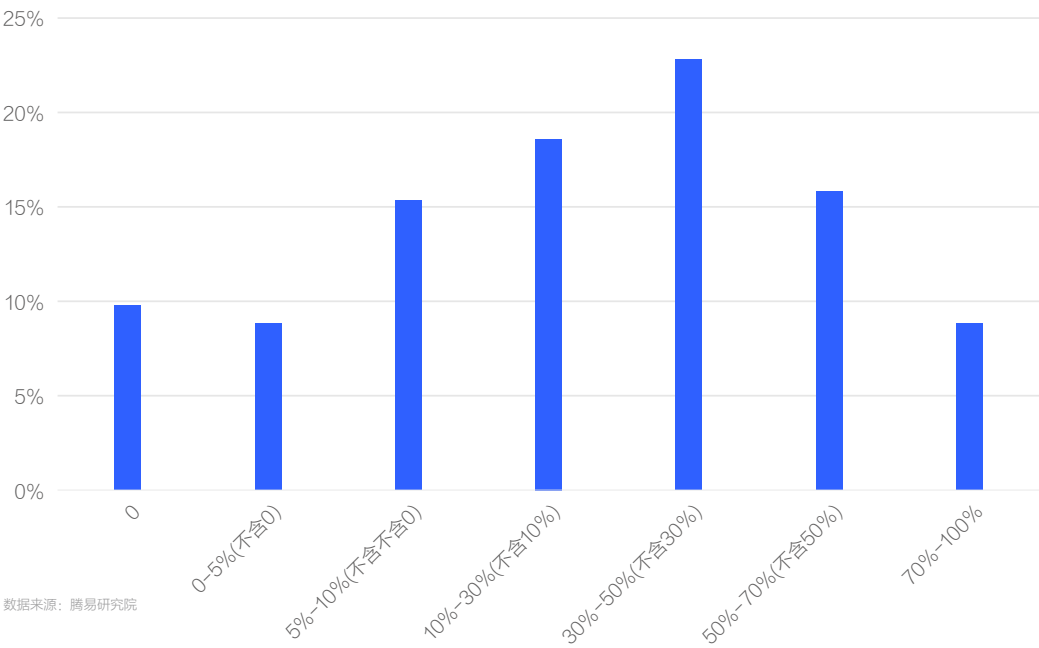


活期为主让中国购车家庭的储蓄有些蹊跷 2024年逼近三分之一的高储蓄率则凸显尴尬 因为高储蓄率是把双刃剑

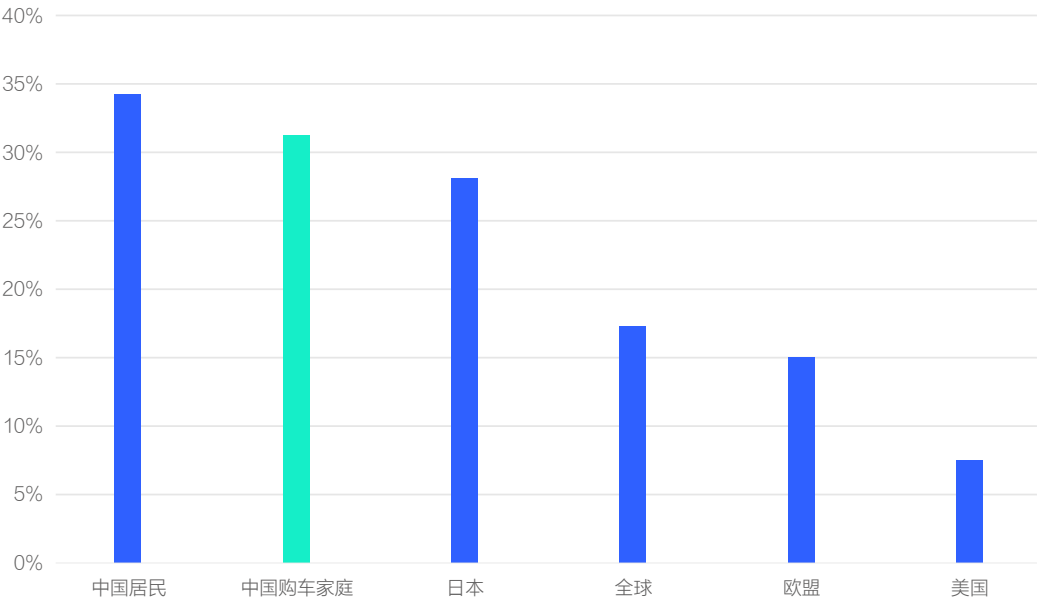
- ◆ 2024年中国购车家庭的储蓄率高达31.21%，虽然该数据低于国际货币基金组织(IMF)公布的中国居民34.20%的储蓄率数据，但高于其公布的全球水平，尤其是欧美日，当年全球平均储蓄率17.3%、日本28.1%和美国7.5%；
- ◆ 过去二三十年我们习惯性把高储蓄率理解为好事，视为中国经济快速发展的重要指标，甚至以此嘲笑欧美的低储蓄率。其实高储蓄率也是把双刃剑，一方面有利于日后消费与投资，另一方面高储蓄率也会稀释当下的消费与投资，导致我们过于依赖外资和绞尽脑汁扩大内需。储蓄率的分母是拿捏好处与坏处的关键，A家庭收入10万元，储蓄率30%，当年储蓄3万元，B家庭收入100万元，储蓄率10%，当年储蓄10万元，虽然B家庭储蓄率低，但日后的消费与投资能力强；
- ◆ 面对中国购车家庭的高储蓄率，除了憧憬中国车市日后的强大消费潜力，还得时刻警惕与努力优化作为分母的家庭收入。



2024年
中国购车家庭的当年存款占当年收入比例分布



2024年
不同主体的家庭储蓄率

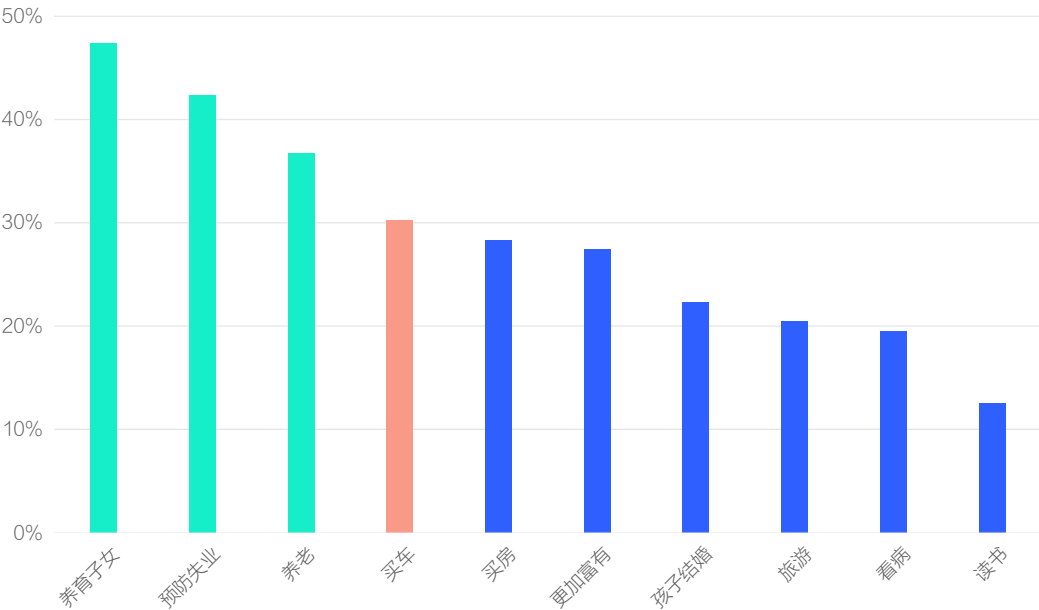


活期为主之蹊跷与高储蓄率之尴尬的背后 是多数中国购车家庭正背负着 养育子女、担心失业与养老三座大山

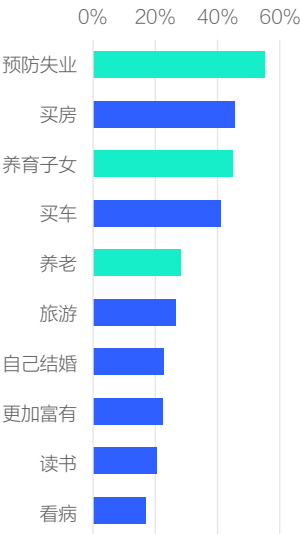
- ◆ 有钱不花，先大把存着，存也不好好存，就那么放着，事出反常必有妖？
- ◆ 2024年位居中国购车家庭存款原因榜首的正是号称吞金兽的养育子女，育娲人口的《中国生育成本报告2024》显示，全国家庭0-17岁孩子的养育成本平均为53.5万元，0岁至大学本科毕业的养育成本平均为68万元；导致存款第二因素是担心失业，疫情后就业形势突然恶化，不少企业纷纷裁员；第三是养老，根据国家统计局2025年一季度数据，我国60岁以上人口已突破3.2亿，占总人口比例达22.8%。2024年中国城镇职工养老金平均替代率约为45%，远低于国际劳工组织推荐的70%标准，这一差距凸显了个人储蓄的关键作用。2025年初中国老年人医疗年均支出已达8600元，且以每年12%的速度增长，若无充足储备，一场大病可能瞬间耗尽毕生积蓄。汽车位居存款目的第四，但对比养育子女、担心失业和养老，汽车的权重显然要低得多，一旦前三者有风吹草动，汽车消费很容易被稀释或替代；
- ◆ 2024年不同年龄段购车群体的存款原因差异显著：青年购车家庭存款的首要原因是预防失业，因为经验不足的青年用户是最容易被裁员的，其次是买房和养育子女；中年与大盘类似，TOP3同样是养育子女、预防失业和养老，第四是更加富有，说明部分中年还是有想法的。另外，为了孩子结婚的家庭占比快速提升，因为过了50岁的中年家庭，陆陆续续就会迎来孩子结婚的挑战；老年家庭的存款原因非常有特色，养老位居榜首，其次是孩子结婚，再次是旅游和买车，后两者非常有利于车市消费，预防失业也养育子女的排行都非常靠后；
- ◆ 养育子女、担心失业与养老三座大山刀刀见血，且愈演愈烈，目前哪怕您家存了三十万元，您敢随便消费吗？



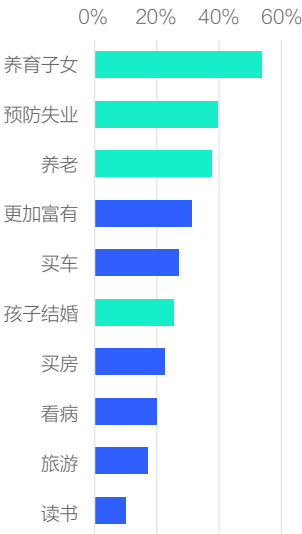
2024年
中国购车家庭的主要存款目的TOP10



2024年
青年购车家庭存款原因
TOP10



2024年
中年购车家庭存款原因
TOP10



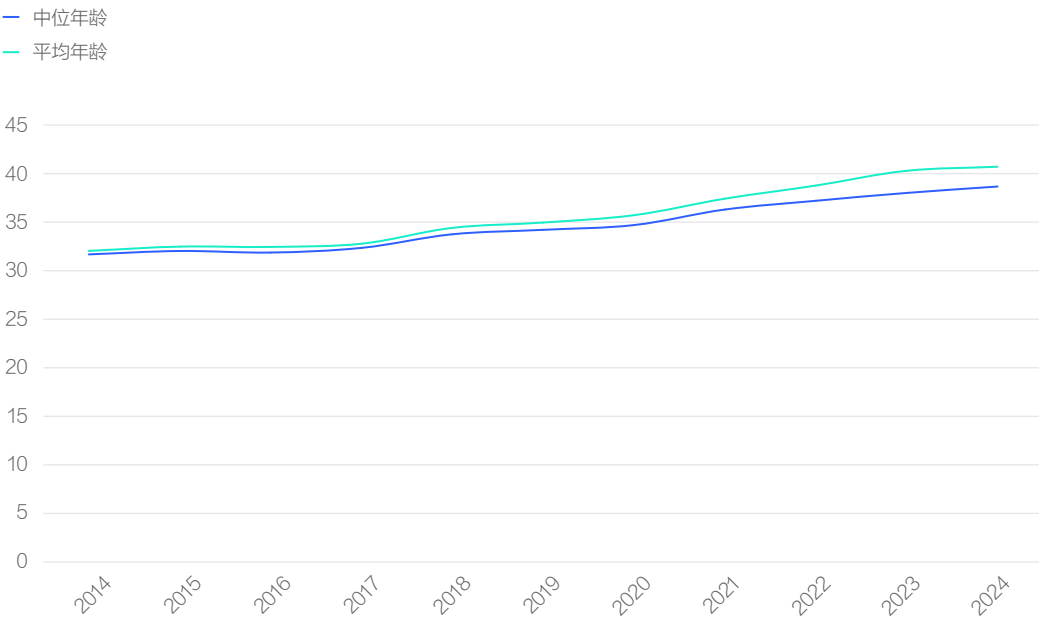
2024年
老年购车家庭存款原因
TOP10



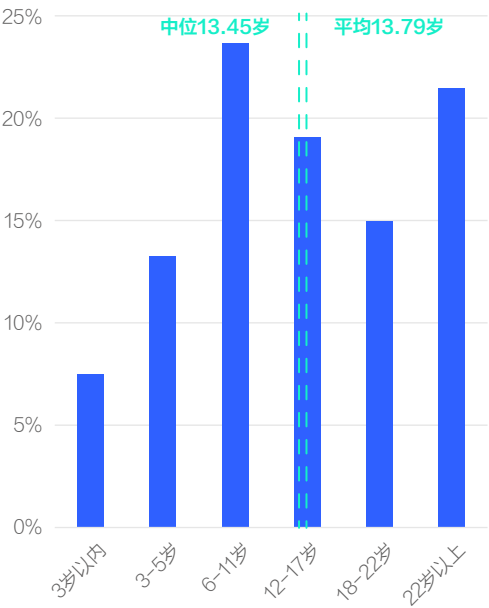
导致中国购车家庭背负起 养育子女、担心失业与养老之三座大山的主要原因 是中国车市的“中年危机”

- ◆ 近十多年，中国车市的消费主力变化翻天覆地，2019年之前以35岁以内的青年家庭为主，如2017年的平均年龄和中位年龄不及33岁，当时中国购车家庭存钱的核心原因是买房，导致不少城市的房价出现翻倍式增长，养育子女位居家庭存钱原因的第二，养老仅在第五，预防失业更靠后；
- ◆ 2024年中国购车家庭的平均年龄40.71岁，中位年龄38.67岁，中国车市进入了中年用户全面主导的新时代。由于中年用户上有老下有小，还得时刻警惕失业，很容易遭遇中年危机，存款自然会围绕中年危机展开，重点预防养育子女、失业和养老的不时之需；
- ◆ 以养育孩子为例，2024年中国购车家庭的孩子平均年龄为13.79岁，中位年龄为13.45岁，该年龄的孩子正处于上初中阶段，家庭承受着繁重的日常陪护和课外补习，不仅耗精力，而且耗财力。另外，平均拥孩数1.21个，三分之一购车家庭拥孩2个及以上，一个孩子差不多能“干趴”一个家庭，更别说还两个。

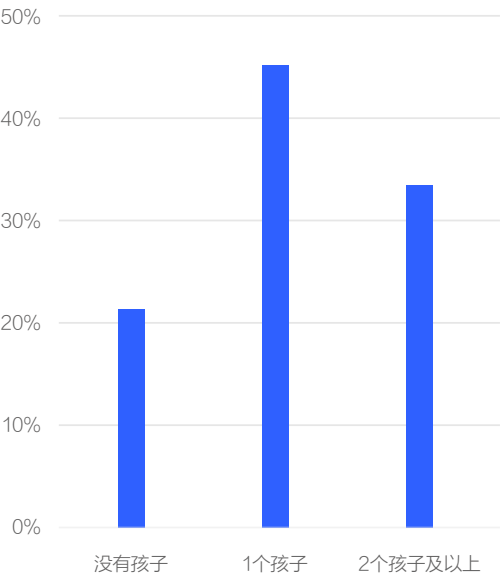
2014~2024年
中国乘用车市场(新车)购车用户的平均与中位年龄走势(周岁)



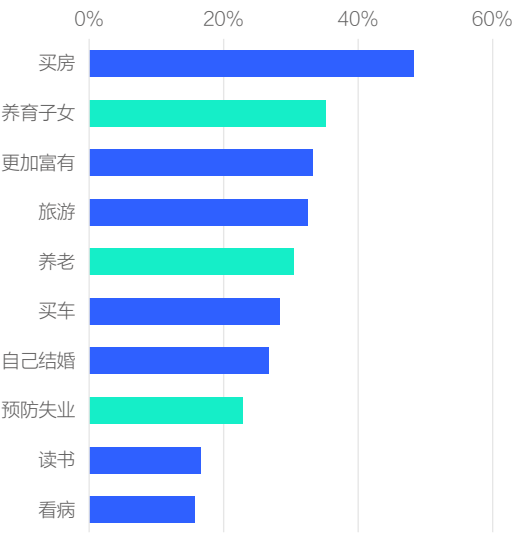
2024年
中国购车家庭的孩子年龄分布



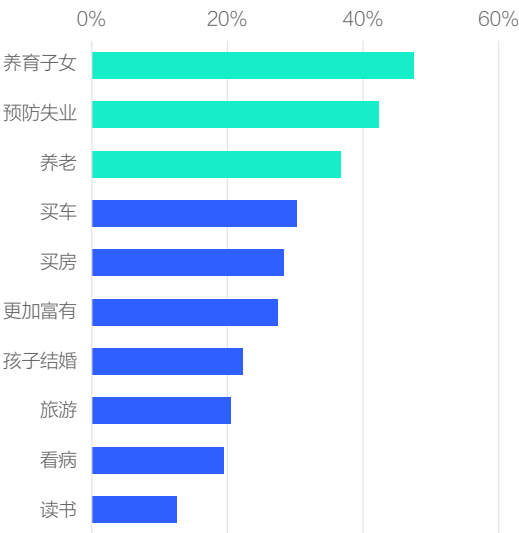
2024年
中国购车家庭的拥孩数分布



2017年
中国购车家庭的
主要存款目的TOP10



2024年
中国购车家庭的
主要存款目的TOP10

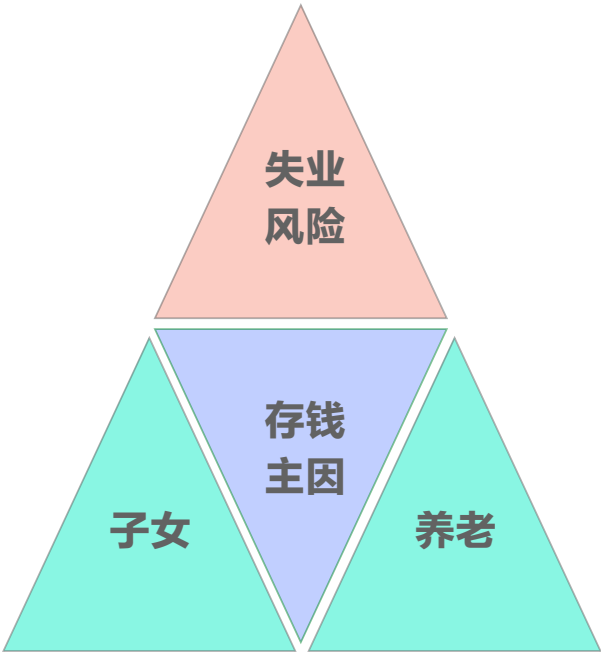


祸兮福所倚，有中年危机也有中年机遇

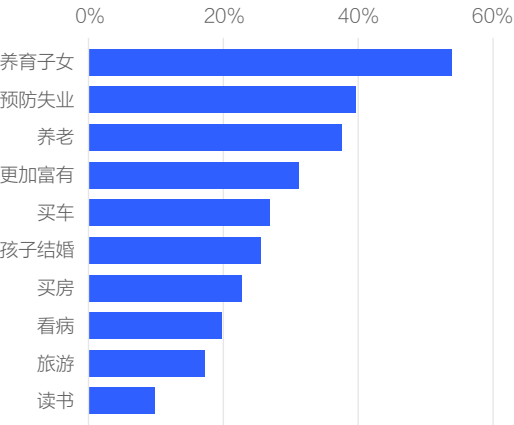
养育子女、养老与失业三座大山

正加速壮大大节能车市、自驾车市和二手车市

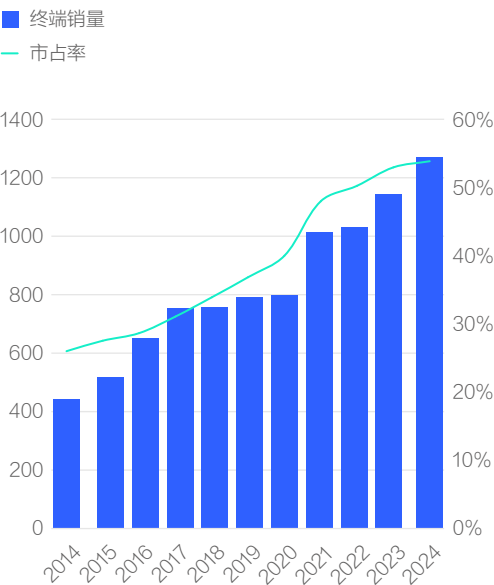
- ◆ 目前，养育子女、担心失业与养老三座大山就横在中国车市，经销商、车企等参与主体怎么也绕不过去，那么与其抱怨，不如积极思考应对之策；
- ◆ 虽然养育子女是中国购车家庭的主要压力，但近三四年养育子女压力最大的中年车市倒反节节攀升，2024年一举突破1200万辆，市占率近54%，进一步夯实主体位置。期间理想L系、问界M系、腾势D9等一大堆售价高达三四十万元且积极迎合有孩家庭用车场景的大节能类产品获得了快速发展，并准确拿捏了34C、56E等奥迪、奔驰与宝马相关产品不太适合有孩家庭用车场景的软肋，导致BBA老用户大量流向高端新锐品牌；虽然养老快速成为不少购车家庭的新挑战，但近三四年中国老年车市蓬勃发展，2024年终端销量逼近300万辆，市占率接近十二个点，堪称中国车市的新蓝海，并强势助推硬派产品、经济型大节能产品等发展；虽然失业危机导致工薪车市与青年车市不断萎缩，但大量工薪与青年正加速转向二手车市场，助力后者蓬勃发展，2024年我国二手车销量接近2000万辆，如考虑父子等未过户的情况，二手车的流转规模还将大幅扩大；
- ◆ 祸兮福所倚，福兮祸所伏，广大经销商、车企等车市参与者，应理性看待养育子女、担心失业与养老三大挑战，如我们无法改变它们，就努力适应它们，把挑战转变为机遇。



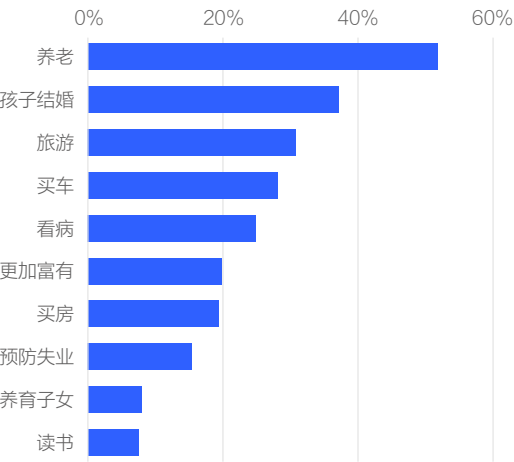
2024年
中年购车家庭存款原因TOP10



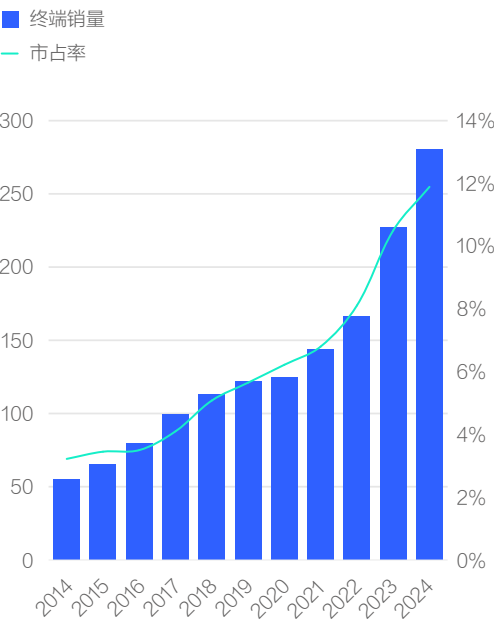
2014-2024年
中年车市的终端销量与市占率走势(万辆)



2024年
老年购车家庭存款原因TOP10



2014-2024年
老年车市的终端销量与市占率走势(万辆)

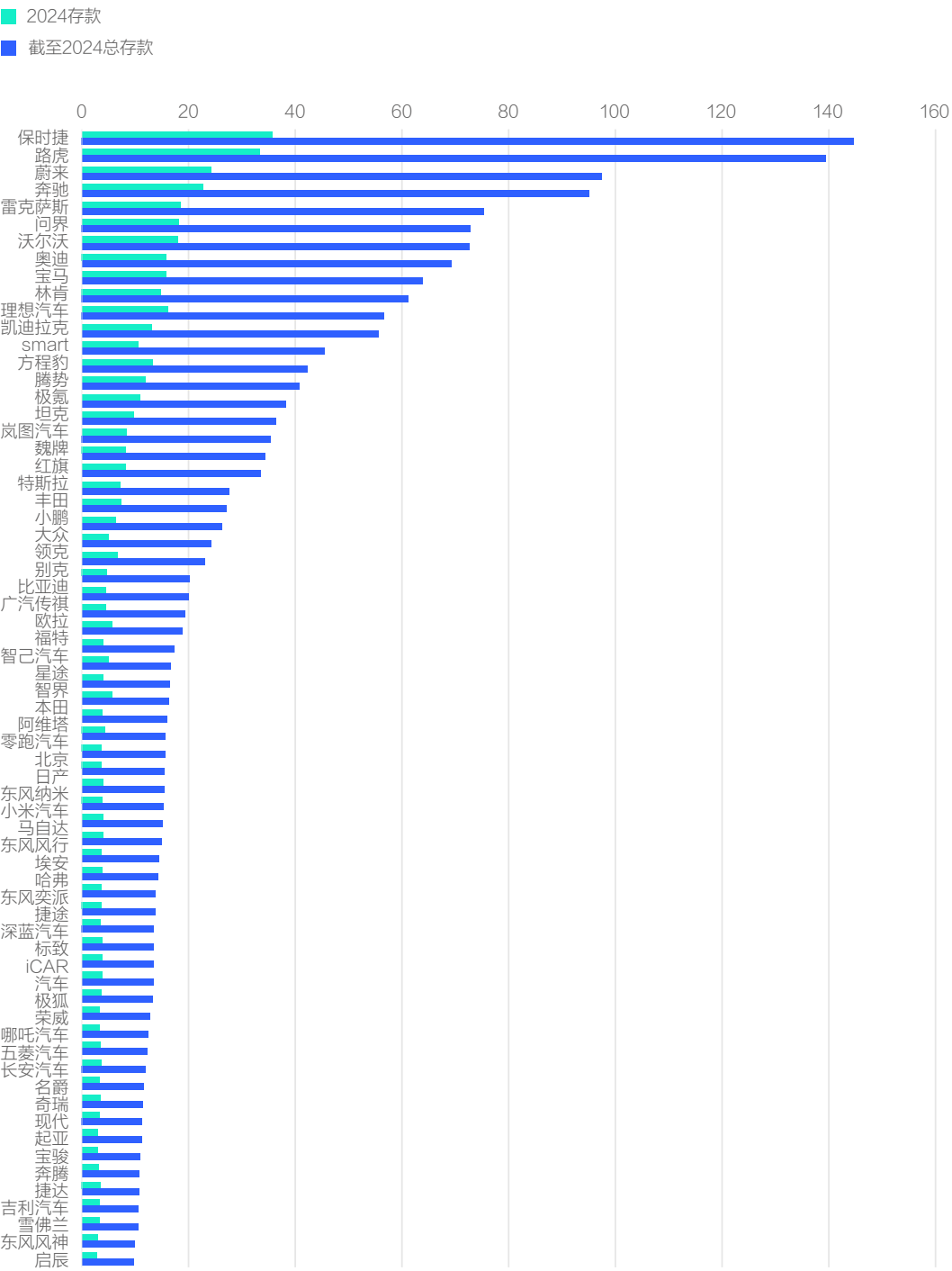


未来几年如养育子女、养老与失业三座大山仍屹立不倒 或加剧车市内卷，建议车企强化高端化战略 努力争取高储蓄用户

- ◆ 2024年中国购车家庭平均新增存款6.4万元，总存款28.82万元，其中工薪与青年购车家庭的总存款都近16万元，高端品牌购车家庭的总存款突破60万元，德系逼近45万元。理论上中国车市将迎来高质量发展，但实际上中国车市的内卷愈演愈烈，紧凑型轿车、紧凑型SUV等入门产品沦为内卷重灾区，高端德系BBA陷入量价齐跌的内卷深渊；
- ◆ 2024年中国购车家庭的储蓄以活期为主，怎么看都不像真心想存钱，储蓄率逼近三分之一，就像把双刃剑。活期为主与高储蓄率的背后，是多数中国购车家庭正背负着养育子女、担心失业与养老三座大山。三座大山的背后，是中国车市正遭遇“中年危机”，但祸兮福所倚，养育子女、养老与失业之三座大山，正助推大节能车市、自驾车市和二手车市等的发展；
- ◆ 未来几年如养育子女、养老与失业三座大山仍屹立不倒，或加剧中国车市内卷，以低储蓄家庭为主的 品牌，大概率会成为中国车市持续内卷或兼并重组的重灾区。哪怕近四年一骑绝尘的比亚迪，只要增长势能一消失，只要用户仍以低储蓄家庭为主，市场份额很容易遭遇三座大山的侵蚀。高储蓄购车家庭用户将成为广大车企的主要争取对象，广大车企只会持续强化高端化战略。以高储蓄购车家庭为主的 品牌，要么继续享受自己餐桌上的美味，要么成为别人餐桌上的美味。2024年保时捷、路虎、蔚来、奔驰、雷克萨斯、问界、沃尔沃、奥迪、宝马、林肯、理想等，位居中国购车家庭新增存款和总存款的前列。



2024年
中国乘用车市场主流品牌购车家庭的当年存款与总存款额度(万元)



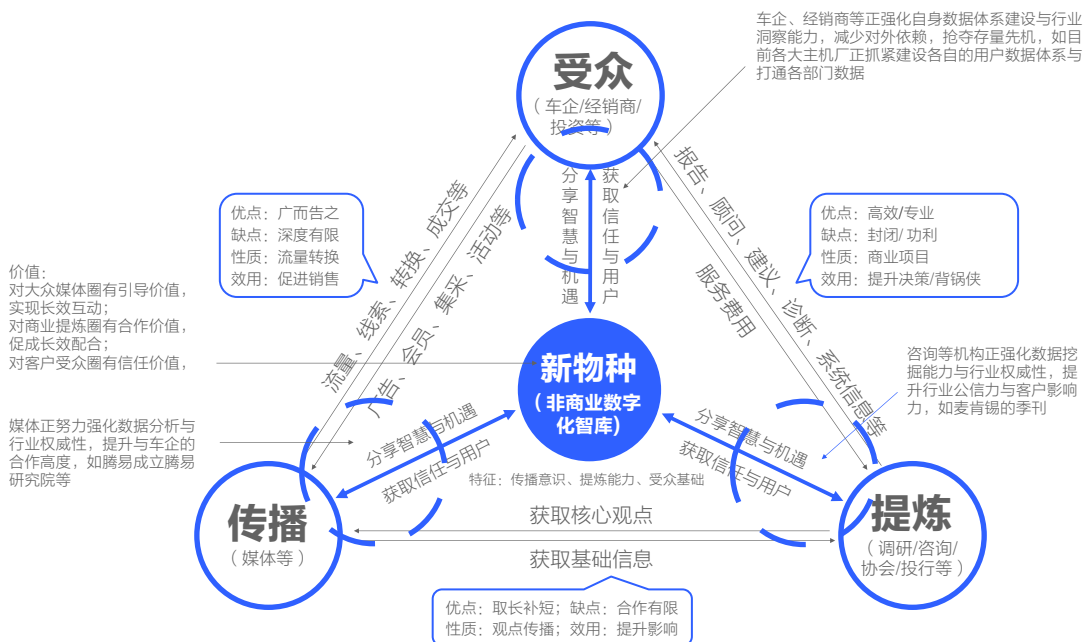
版权声明

- ◆ 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

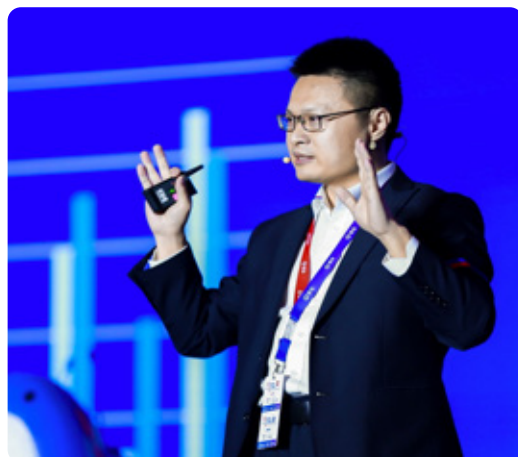
- ◆ 目前腾易研究院不做商业报告，全力为车企、经销商等易车客户赋能；
- ◆ 基于易车的数据优势，腾易研究院的核心特征，就是用数据说话，就事论事，有一说一；
- ◆ 我们观点未必对，行业分析仁者见仁智者见智，不足之处，大家多指点与批评，让我们求同存异。



汽车行业巡回交流项目——洞若观火

2025年5月-2025年11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、经销商等易车的客户为主，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11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、经销商等易车广大客户，可向易车服务人员索取；
- ◆ 非易车客户的读者，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/yicheresearch)

关注我们

微信阅读号



君临车市

