



廈門大學經濟學院
SCHOOL OF ECONOMICS, XIAMEN UNIVERSITY

WISE
厦门大学王亚南经济研究院
The Wang Yanan Institute for Studies in Economics, Xiamen University

CHOW
INSTITUTE

厦门大学邹至庄经济研究院
PAULA AND GREGORY CHOW INSTITUTE FOR STUDIES IN ECONOMICS, XIAMEN UNIVERSITY

Ant Group Research
蚂蚁集团研究院

中国家庭财富与消费报告

2025 年第四季度

厦门大学经济学院

厦门大学王亚南经济研究院

厦门大学邹至庄经济研究院

蚂蚁集团研究院

2026 年 2 月

中国家庭财富与消费报告

2025年第四季度

参与作者

项目负责人

陈少华，厦门大学经济学院&邹至庄经济研究院 教授

赵清华，厦门大学经济学院&邹至庄经济研究院 教授

厦门大学经济学科

陈 煌，厦门大学经济学院&邹至庄经济研究院 助理教授

李嘉楠，厦门大学经济学院&王亚南经济研究院 教授

蒙莉娜，厦门大学经济学院&王亚南经济研究院 教授

岳 阳，厦门大学经济学院&王亚南经济研究院 副教授

周颖刚，厦门大学经济学院&王亚南经济研究院 教授

祝嘉良，厦门大学经济学院&王亚南经济研究院 助理教授

曹 宇，厦门大学经济学院，硕士研究生

李维涛，厦门大学经济学院，博士研究生

陶 然，厦门大学经济学院，博士研究生

温沁妍，厦门大学经济学院，博士研究生

蚂蚁集团研究院

李振华，蚂蚁集团研究院 院长

王 芳，蚂蚁集团研究院 数据与模型研究总监

谢 专，蚂蚁集团研究院 数据与模型高级专家

陈彦康，蚂蚁集团研究院 数据与模型数据分析师

摘要

为全面、深入地了解中国居民消费与家庭财富状况，厦门大学经济学科与蚂蚁集团研究院联合开展中国家庭财富与消费调查。本报告基于 2025 年第四季度全国调研数据，从收入结构、资产配置、债务状况、消费特征及未来预期等多个维度进行分析，主要发现如下：

家庭收入整体结构保持稳定，调研样本家庭的人均年收入为 5.03 万元。其中，工资性收入家庭占比为 61.6%，是家庭收入最核心的来源。以多样性收入来源为主的家庭占比为 26.0%，且经营性、财产性、转移性收入家庭占比均有小幅提升，呈现出收入来源多元化的特征。受经济环境变化与季节调整的双重影响，不同区域家庭的收入表现存在差异。一线城市各年龄段家庭的收入水平平均显著高于非一线城市，其中中年群体的家庭人均年收入出现一定回落，青年与老年群体收入相对平稳。此外，随着家庭年收入水平的提高，职业构成呈现规律性演变。在 5 万至 20 万元收入区间，专业技术人员与公司普通职员比例显著上升；当年收入超过 100 万元时，未工作、自由职业与其他职业者的比例则重新上升，体现出高收入群体在职业选择与收入来源上的独特性。

在资产配置方面，居民房产持有结构保持稳定。无房家庭占比为 28.9%，拥有一套住房的家庭占比达 47.5%，拥有多套房产的家庭比例维持在相对较低水平。同时，在拥有住房的家庭中，无房贷家庭比例达到 59.3%，各月供负担区间的家庭占比普遍下降，反映出居民在住房杠杆管理上更趋审慎，负债结构持续优化。**金融资产配置方面，现金与存款仍是最主要的持有形式，但占比呈下降趋势，资产结构呈现调整态势**。一线城市家庭在股票、新三金和其他理财产品的配置更加积极，持有率达 49.2%，在投资型保险、股权投资等类别上也整体领先，显示出更明显的多元化配置倾向与调整能力。家庭整体负债率呈优化趋势：无负债家庭占比为 50.5%，显示出较强财务稳健性偏好；同时负债率超过 100%的家庭占比为 10.4%，仍处于相对高位。这一结构反映出家庭部门在负债行为上的分化，即部分家庭主动降低杠杆，而部分家庭则可能因收支压力被动进入高负债区间。

家庭消费状况呈现出整体回落态势。本季度全样本家庭人均月消费支出为

2421 元。从城市层级看，一线城市家庭人均月消费支出达 3424 元，显著高于重点城市（2607 元）与其他城市（2130 元），其较高的住房与交通支出构成主要压力，而非一线城市消费则更侧重于居家食品等基础类别。从消费群体看，青年群体在文娱餐饮和耐用品上支出领先，中年群体重心转向教育医疗与住房，老年群体消费则高度集中于住房交通、居家食品和生活支出等基本生存项目。值得注意的是，一线城市高收入老年群体展现出强劲消费潜力，主要得益于此群体的完善的养老保障与较高的资产性收入。此外，男性受访者的家庭消费普遍高于女性，女性受访者的家庭消费较低但波动较大；全职工作者、高等教育背景及城镇户籍的家庭消费水平相对更高。

家庭责任对消费存在明显约束，有抚育或赡养义务的家庭总消费较低，但在教育医疗上的刚性支出更高。社会保障参与情况与消费呈现较强的关联性。在年收入 30 万元以下的中低收入家庭中，参与社保的家庭消费略高于未参与家庭；而在高收入家庭中，未参与医疗保险者消费反而更高，这部分家庭可能更多依赖保障水平更高的商业保险，其购买商业保险的比例达到 51.46%，反映出差异化风险保障方式对消费行为的影响。

住房状况是影响家庭消费决策的基础性因素。有房家庭在不同年龄段均表现出更强的消费支撑力，且在关键消费类别上呈现鲜明的生命周期特征。具体而言，受购房压力影响较小的有房青年家庭，在居家食品与外出餐饮等即时性消费上展现出显著更高的支出水平；有房中年家庭则因子女教育与自身职业发展需要，在教育培训领域的投入最为突出；有房老年在医疗健康领域支出水平更高，体现出对健康保障的高度重视。整体上，有房家庭在居家食品、生活服务、教育培训、医疗健康等多类消费上均释放出较强的支付意愿，反映了住房资产对家庭消费信心与结构的稳定作用。

家庭负债水平与资产规模共同影响消费行为。拥有多套房产的家庭消费水平明显高于仅有一套房的家庭，但负债率对两类家庭的影响模式不同。在仅有一套房的家庭中，随着负债率上升，消费将受到抑制；而在多套房家庭中，较高负债率并未明显制约消费，显示出高资产家庭的财务弹性与财富效应。房价波动也进一步影响消费信心，房价止跌有望提振消费。而在房价下行区间，居民倾向于持

币观望，消费动力受到抑制。此外，金融市场波动同样与服务消费相关联，四季度持有股票、理财及“新三金”等金融资产的家庭，其人均服务消费在各个收入区间普遍出现回落。

在未来消费预期方面，四季度居民消费预期整体保持平稳，但部分类别呈现回落态势。每类消费品平均约有 11%的家庭计划在未来三个月增加消费，约 23%的家庭计划缩减消费，其中外出餐饮和文娱服务的消费预期下降最为明显。就业稳定性是影响消费预期的关键因素。失业超过三个月的群体中，约 52%计划削减文娱与外出餐饮消费，而在全职工作群体中，该比例约为 31%。从职业类型看，自由职业者和个体户计划降低消费的比例最高，机关或事业单位人员则最为稳健。收入与财富水平同样显著影响消费计划。低收入群体和低金融资产群体有更大的可能降低未来消费。

从消费行为来看，居民在面对收入不确定性时普遍优先削减弹性消费。在假设可支配收入减少一半的情况下，各类群体均将文娱与外出餐饮列为首要削减对象，表明此类消费具有较高的收入弹性。四季度医疗、居家食品和生活用品实际消费增幅较为明显，表明居民对健康保障和基本生活品质的支出意愿持续增强；而文娱服务和外出餐饮的预期与实际消费仍普遍下降，显示非必需性消费信心修复不足，弹性消费需求依然偏弱。

综合来看，四季度中国家庭收入和财富结构总体稳健，但消费由阶段性回升转为回落，消费信心与预期趋于谨慎。家庭资产配置偏向保守、负债结构持续优化，就业稳定性和收入预期仍是制约消费恢复的关键。政策层面可着力于：加大对青年、灵活就业和中低收入群体的就业与收入支持，稳定消费预期；引导家庭优化资产负债和金融资产配置，提升普惠理财供给与金融素养，增强中长期消费能力；分层施策释放全年龄段消费潜力，通过完善住房、教育、医疗和康养等公共服务，减轻刚性支出压力；以服务消费为抓手，协同促进消费回暖与就业稳定，推动形成就业改善、消费扩张的良性循环。

针对以上调研发现，本报告建议：**第一，稳就业、强保障，夯实消费预期基础。**就业稳定是提振消费的关键。应将稳就业作为稳消费的重要抓手，重点支持青年、灵活就业者和失业群体，围绕新产业、新业态拓宽就业渠道，强化“培训

“一转岗一匹配”一体化支持，并通过阶段性稳岗和再培训政策缓解中年群体收入与职业压力，稳定家庭消费预期。同时，加快完善灵活就业和失业群体的社会保障体系，简化参保流程、降低门槛，稳定收入来源，并通过生育补贴、托育支持和税费减免等措施减轻家庭负担，削弱不确定性引发的过度储蓄动机，提振消费信心。

第二，优化家庭资产负债结构。在防范风险的前提下，引导金融机构发展“低波动、易理解、强引导”的普惠理财产品，构建多生命周期、风险分层清晰的产品体系，防止居民资产过度沉淀于储蓄。同时提升理财服务透明度和金融素养教育，提供差异化财务指导，增强家庭中长期消费能力，促进消费潜力合理释放。

第三，释放全年龄段消费潜能。应分层施策，避免“一刀切”促消费。针对青年群体，降低发展性消费成本，缓解就业、安居和婚育等刚性支出压力；针对中年群体，完善教育和医疗等公共服务，减轻抚养与赡养负担；针对老年群体，丰富康养型消费供给，激发银发经济潜力，构建覆盖全生命周期的内需增长格局。

第四，以服务消费为抓手，形成就业、消费的良性循环。应协同推进服务消费恢复与就业稳定，防止消费收缩与就业承压相互强化。通过定向发放餐饮、文旅等限期消费券，重点支持青年和灵活就业群体，引导潜在需求转化为即时消费。地方政府可结合节假日开展文旅和餐饮促消费活动，稳定服务业需求与就业岗位，释放服务消费潜力，推动就业与消费良性互动。

目 录

一、中国家庭财富情况	1
(一) 家庭收入来源结构保持稳定	1
(二) 随收入增加, 职业构成由职员向管理者与创业者的演变	4
(三) 居民房产配置需求趋于平稳	5
(四) 家庭金融资产结构性调整	6
(五) 家庭房贷负担结构趋于稳健	9
(六) 家庭部门的负债率呈优化趋势	10
二、家庭消费总体情况	10
(一) 不同城市类别的消费状况	10
(二) 不同就业程度的消费状况: 全职工作的受访者家庭消费较高	13
(三) 不同年龄、性别与家庭结构的消费状况	15
(四) 高等教育水平家庭消费支出最高	20
(五) 城镇户籍家庭消费较高, 消费水平有所回落	21
(六) 社会保障与家庭消费差异	22
三、家庭财富与消费情况	25
(一) 家庭收入与消费的水平	25
(二) 不同收入结构家庭的人均消费	27

(三) 服务消费回落	27
(四) 购房压力挤占消费空间	28
(五) 负债率与消费	30
(六) 房价止跌促进消费	31
(七) 金融市场波动与消费情况	32
四、家庭未来预期与消费变化	34
(一) 消费预期较三季度有所降低	34
(二) 稳就业促消费——就业现状、就业预期与消费预期	36
(三) 收入、财富与消费预期	39
(四) 房价波动与消费预期	41
(五) 第三季度的预期消费与第四季度的实际消费对比	42
五、总结与建议	44
(一) 主要总结	44
(二) 政策建议	46
附录 I：数据简介	48
附录 II：样本权重调整	48
(一) 调整方式	48
(二) 调整结果	49

图 目录

图 1 四季度调研家庭经济收入来源构成	2
图 2 一线、非一线城市与不同年龄分组家庭人均年收入变化 .	3
图 3 一线、重点、其他城市与不同年龄分组家庭人均年收入变 化.....	4
图 4 受访者职业构成.....	5
图 5 房产数量分布变化.....	6
图 6 金融资产持有情况.....	7
图 7 家庭股票、新三金、理财产品的配置情况	7
图 8 是否购买股票家庭在不同城市类型下家庭人均年收入对 比.....	8
图 9 是否购买新三金家庭在不同城市类型下家庭人均年收入 对比.....	8
图 10 是否购买理财产品家庭在不同城市类型下家庭人均年收 入对比.....	9
图 11 房贷占收入比例分布变化	9
图 12 家庭负债率分布变化	10
图 13 不同城市类型消费比较	11
图 14 不同收入家庭人均消费结构	12

图 15 不同城市等级-季度消费对比	12
图 16 不同城市-收入分组的家庭人均消费变化	13
图 17 不同工作类型消费比较	14
图 18 不同工作类型的经济状况比较	14
图 19 不同年龄消费比较	15
图 20 不同城市层级按年龄和收入分组的人均月消费比较	16
图 21 不同性别消费比较	16
图 22 有无抚育或赡养责任家庭消费比较	17
图 23 不同年龄组-季度消费对比	17
图 24 不同性别-季度消费对比	18
图 25 有无抚育义务-季度消费对比	18
图 26 有无赡养责任-季度消费对比	19
图 27 不同城市-年龄分组的家庭人均消费变化	19
图 28 不同受教育水平消费比较	20
图 29 不同受教育程度-季度消费对比	20
图 30 不同户籍类型与居住情况的家庭人均消费状况	21
图 31 不同户口类型-季度消费对比	22
图 32 不同职业人群社会养老保险与医疗保险缴纳比例	23

图 33 不同收入区间是否缴纳养老保险的消费情况对比	24
图 34 不同收入区间是否缴纳医疗保险的消费情况对比	24
图 35 人均月收入与人均月消费的关系	25
图 36 家庭收入水平与消费支持的匹配程度	26
图 37 家庭面临资金不足的解决方案	26
图 38 不同收入来源家庭人均消费结构	27
图 39 不同城市与收入等级的人均服务消费	28
图 40 不同年龄段有无房产的居家食品、外出餐饮消费差异 .	29
图 41 不同年龄段有无房产的生活用品、生活服务消费差异 .	29
图 42 不同年龄段有无房产的教育培训、医疗健康消费差异 .	30
图 43 不同收入群体借款的主要用途	30
图 44 家庭在不同房产数量以及负债率下人均消费对比	31
图 45 家庭在不同房产数量以及房价波动下人均消费对比	32
图 46 有现金储蓄家庭在不同收入下人均月服务消费对比	33
图 47 购买股票家庭在不同收入下人均月服务消费对比	33
图 48 购买理财产品家庭在不同收入下人均月服务消费对比 .	34
图 49 购买“新三金”家庭在不同收入下人均月服务消费对比..	34
图 50 消费预期分布.....	35

图 51 第三、第四季度消费预期指数及环比变化	36
图 52 就业状态与预期消费降低	37
图 53 职业类型与预期消费降低	38
图 54 工作稳定性与预期消费降低	39
图 55 家庭收入与预期消费降低	40
图 56 家庭金融资产与预期消费降低	40
图 57 就业状态与收入消费弹性	41
图 58 房价波动与预期消费降低	42
图 59 第三季度预期消费与第四季度实际消费对比	43

为了全面深入地了解当前经济环境下中国居民的消费行为与家庭财富状况，厦门大学经济学科依托其学术研究优势，联合蚂蚁集团研究院，共同发起“中国家庭财富与消费调查”项目。该调查以科学严谨的问卷设计为基础，重点考察居民家庭的收入构成、资产配置、消费总量与细分支出，以及其对未来收入与消费的预期和信心等多方面内容，从微观层面描绘中国居民家庭的消费与财富结构图景。调研覆盖全国大多数省份，涵盖不同收入、年龄、职业背景的居民群体，于每季度末开展线上调研¹。本次报告主要基于 2025 年第四季度的调研数据，具体数据介绍见附录 I。²

一、中国家庭财富情况

（一）家庭收入来源结构保持稳定

2025 年第四季度的调研结果显示，工资性收入依然是我国家庭最主要的收入来源（见图 1），但其在总体收入中的比重出现小幅回落。本次调查样本家庭的人均年收入为 5.03 万元。³从收入结构看，以工资性收入为主的家庭占调研样本家庭的 61.6%；以经营性、财产性、转移性收入的家庭占比分别为 6.2%、3.2% 与 3.1%；以多样性收入来源为主的家庭占比为 26.0%⁴。与三季度相比，经营性、财产性、转移性、多样性收入家庭占比更高，但工资性收入家庭占比更低。整体来看，受访家庭的收入结构保持稳定，工资性收入作为核心来源的地位并未发生明显改变⁵。

¹ 为了保证线上调研样本的代表性，本报告按照国家统计局 2020 年第七次全国人口普查各省的家庭户规模结构对样本进行权重调整，具体调整方法见附录 II。

² 本报告及相关硕博生的研究工作，均得到国家自然科学基金重点项目（项目批准号：72133004）“相对贫困的识别、监测与治理”的资助。

³ 本报告中的总消费与总收入数据均已加上虚拟租金。有关虚拟租金的具体计算方法，可向厦门大学经济学科咨询获取。

⁴ 多样化收入来源是指家庭的工资性、经营性、财产性以及转移性收入都没有超过家庭总收入的 50%。

⁵ 本调查样本基于支付宝平台的活跃用户，通过随机发放问卷获得。每季度独立进行一次抽样，因此各季度间的样本个体与样本量均不相同。需要说明的是，国家统计局的官方调查通常基于追踪固定样本的面板数据，并采用逐笔记录的记账法。与此不同，本调查是每期独立抽取的截面数据，采集方式为线上问卷。虽然调查团队已采用多种统计方法以提高不同季度样本的可比性，但在进行跨季度比较时，结论仍需谨慎解读。

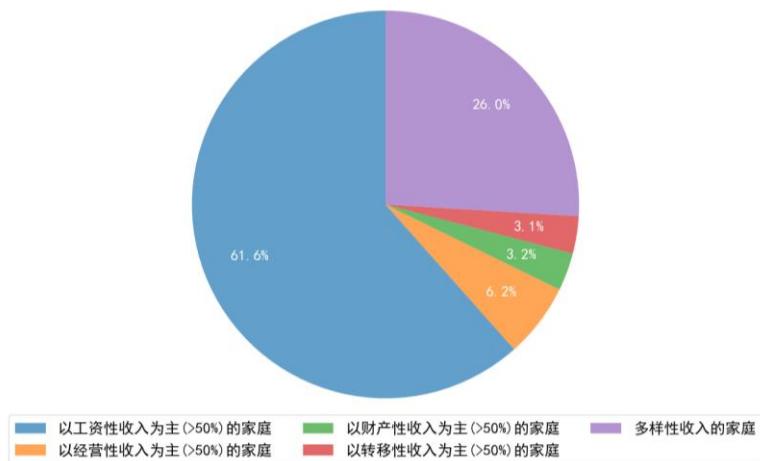


图 1 四季度调研家庭经济收入来源构成

受经济环境变化与季节调整的双重作用影响,不同区域与年龄段的家庭年收入呈现出结构性差异。图 2 数据显示,一线城市各年龄段家庭的人均年收入依然显著高于非一线城市。具体而言,四季度一线城市青年(35岁及以下)、中年(36至59岁)和老年(60岁及以上)家庭的年收入,分别约为非一线城市同年龄段家庭的1.59倍、1.82倍和1.93倍。值得关注的是,与三季度数据相比,一线城市中年群体的家庭人均年收入在第四季度出现一定回落,而青年与老年群体的收入则相对平稳。总体来看,一线城市依托其产业结构与资源集聚优势,在收入水平上继续保持领先地位;同时,不同年龄段收入变动的分化,也反映出宏观经济与劳动力市场变化对处于职业发展中期的家庭影响更为显著。

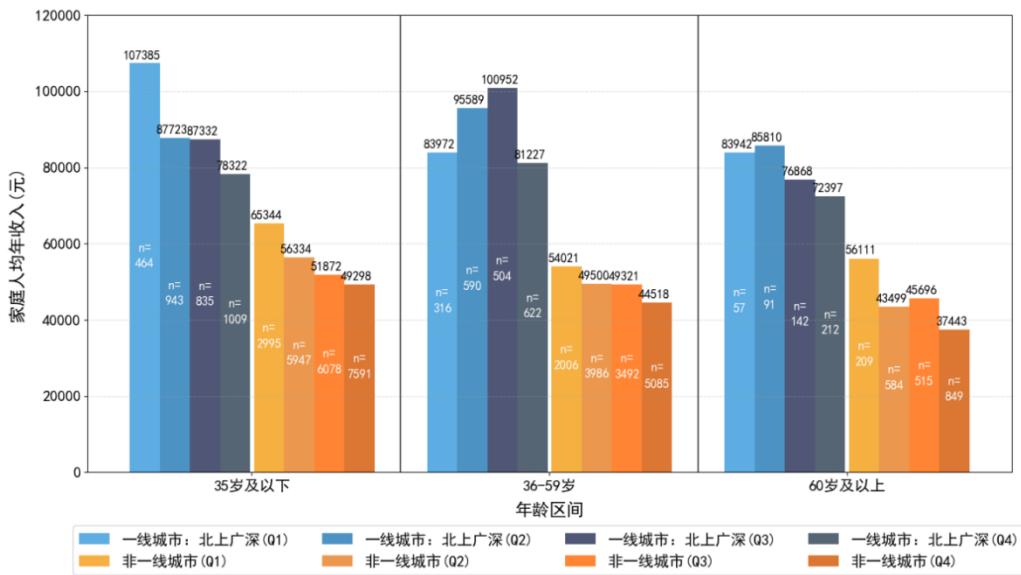


图 2 一线、非一线城市与不同年龄分组家庭人均年收入变化

图3数据表明，重点城市⁶的家庭人均年收入介于一线城市与其他城市之间。

具体来看，相对于其他城市，第四季度重点城市 35 岁及以下、36-59 岁、60 岁及以上的家庭人均年收入分别高出 25.6、41.0 和 28.8 个百分点；相对于一线城市，则分别低于 27.6、31.3 和 39.7 个百分点。这一结构表明，城市层级仍是影响居民收入的重要因素，且不同年龄段群体在不同城市类型间的收入梯度存在明显差异。

⁶ 重点城市包括两类：其一为所有省会城市，即石家庄、太原、呼和浩特、沈阳、长春、哈尔滨、南京、杭州、合肥、福州、南昌、济南、郑州、武汉、长沙、广州、南宁、海口、成都、贵阳、昆明、拉萨、西安、兰州、西宁、银川、乌鲁木齐；其二为五个计划单列市，即大连、宁波、厦门、青岛、深圳。

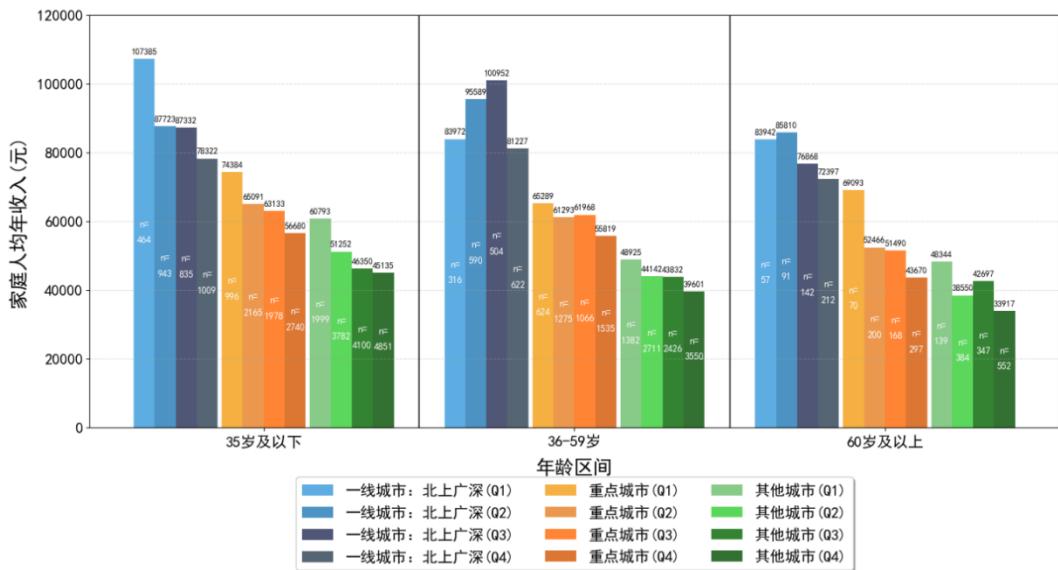


图 3 一线、重点、其他城市与不同年龄分组家庭人均年收入变化

（二）随收入增加，职业构成由职员向管理者与创业者的演变

如图 4 所示，受访者的专业分布随家庭年收入水平呈现出明显的规律性差异。在年收入低于 5 万元的群体中，未工作（包括学生、失业和退休）与其他职业者合计占比超过 50%，构成该收入区间的主体。随着收入水平提升至 5 万至 20 万元区间，专业技术人员与公司普通职员的比例显著上升，成为该区间的主导职业类型，而未工作、自由职业与其他职业的占比则相应回落。当家庭年收入进一步提高至 20 至 100 万区间，管理者、个体户、专业技术人员以及政府机关与事业单位人员的比重持续扩大。值得关注的是，在年收入超过 100 万元的高收入家庭中，未工作、自由职业与其他职业者的比例重新上升，而专业技术人员、公司普通职员、政府机关与事业单位人员的比例则明显下降，反映出该群体在职业选择与收入来源上的不同特征。从整体趋势看，各职业类型在不同收入区间的分布比例与前三季度保持相对稳定的态势。

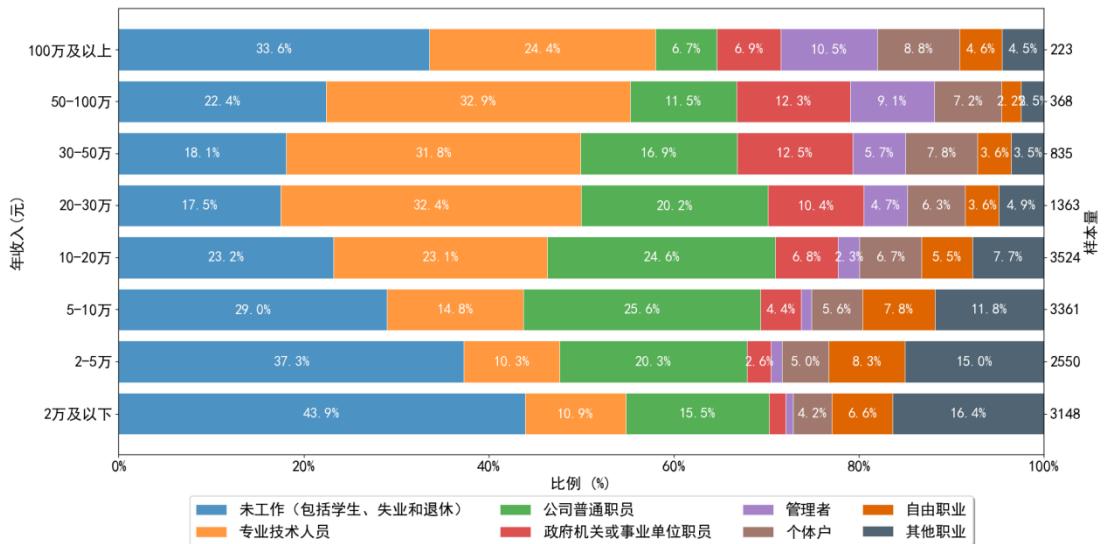


图 4 受访者职业构成

（三）居民房产配置需求趋于平稳

家庭房产配置状况直接反映了我国居民财富结构中不动产的核心地位。图 5 数据显示，家庭房产持有量分布高度集中，绝大多数家庭拥有不超过 2 套住房。具体来看，四季度无房家庭占比为 28.9%，低于三季度 1.8 个百分点；拥有一套住房的家庭占比达 47.5%，高于三季度 1.6 个百分点，构成住房结构的主体。在多套房持有方面，拥有 2 套、3 套及 4 套以上房产的家庭比例分别为 16.5%、4.8% 和 2.3%。结合过去一年的数据变化趋势可见，多数家庭仍以满足基本居住需求为主要目标，而拥有多套房产的家庭比例维持在相对较低水平，这一结构特征始终保持稳定。

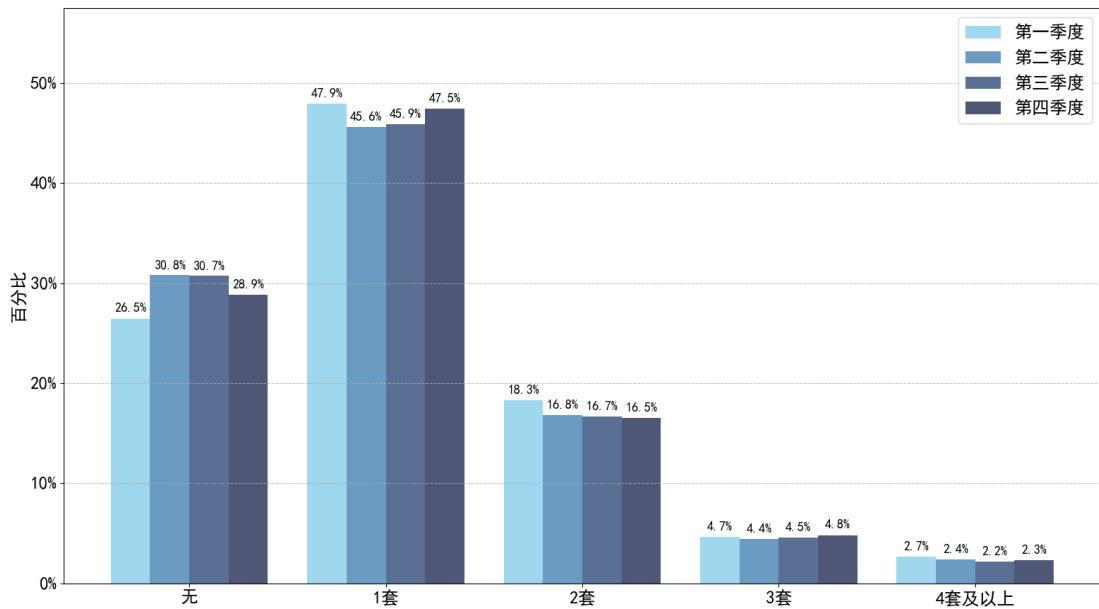


图 5 房产数量分布变化

（四）家庭金融资产结构性调整

如图 6 所示，从四季度家庭金融资产的构成来看，现金与存款仍然是最主要的持有形式，但占比呈现下降趋势。具体来看，一线城市现金与存款比例为 82.1%，低于三季度 4.3 个百分点；非一线城市为 85.1%，亦低于三季度 1.2 个百分点。与此同时，一线城市家庭在股票、基金、理财等投资品的配置比例为 49.2%，虽低于三季度的 53.6%，仍显著高于非一线城市的 38.2%，显示出更积极的多元化配置倾向。在投资型保险、实体股权投资、外汇等其他金融资产上，一线城市家庭的持有比例也整体高于非一线。整体而言，我国家庭金融资产仍以安全性资产为主，但一线城市在配置多样性、调整灵活度上仍具有明显领先性。

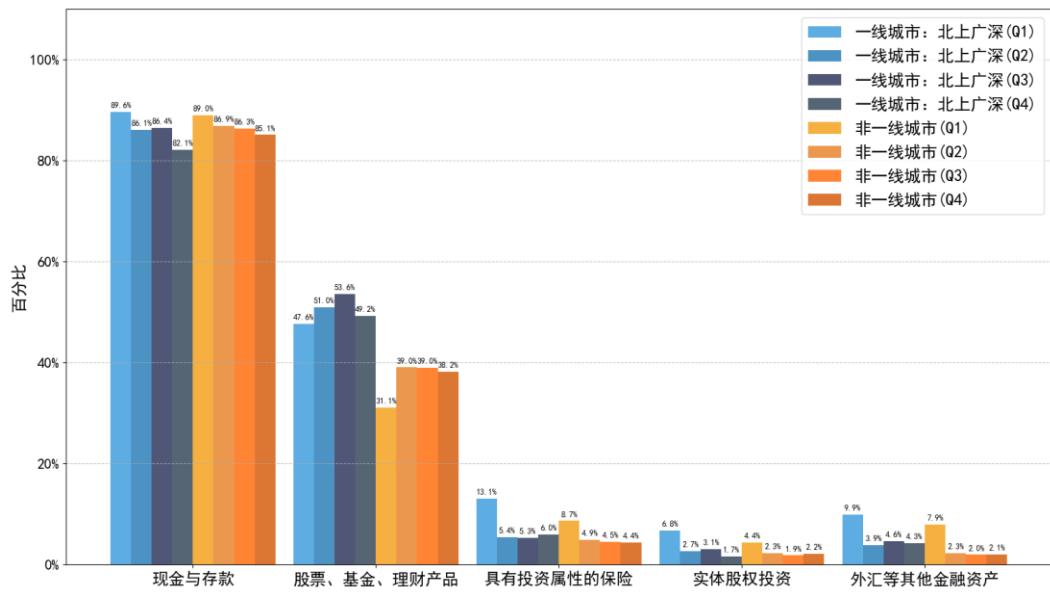


图 6 金融资产持有情况

图 7 对第四季度家庭在股票、新三金（货币基金、黄金基金、债券基金）及理财产品上的配置情况进行了分析。数据显示，与三季度相比，四季度各类非现金金融资产的持有比例在不同城市层级中均出现普遍回落。从持有率水平来看，一线城市家庭持有股票、新三金及理财产品的比例分别为 32.8%、53.7% 和 64.7%，分别领先非一线城市 4.5、2.5 和 9.1 个百分点。可以看到，一线城市家庭凭借其在投资渠道与市场信息获取方面的优势，在金融资产配置的广度与深度上持续展现出更强能力。

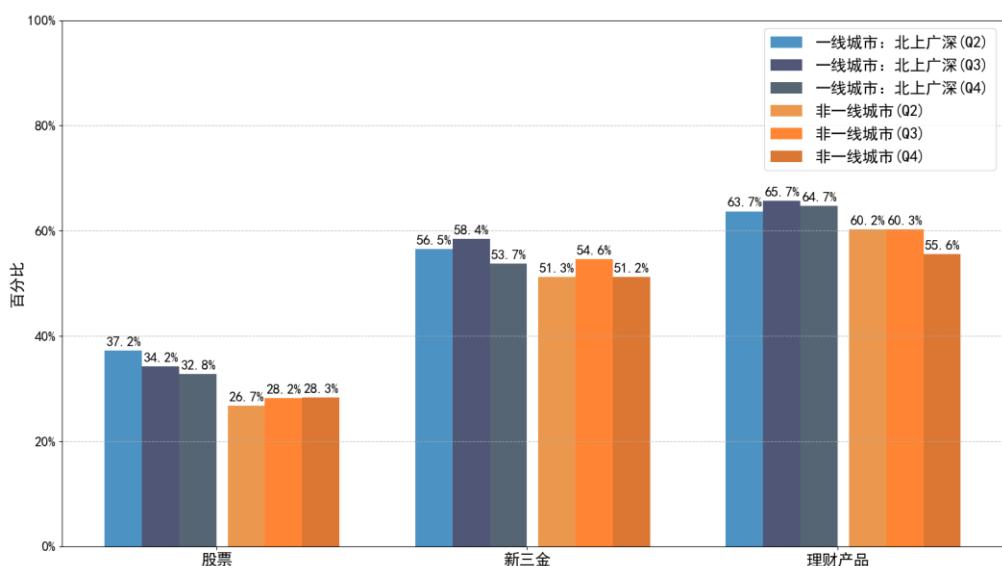


图 7 家庭股票、新三金、理财产品的配置情况

注：该图仅包含持有非现金金融资产的家庭。新三金指：货币基金、债券基金和黄金基金。

图 8 至图 10 数据显示，是否持有特定金融资产与家庭人均收入水平呈现显著相关性。无论在一线、重点还是其他城市，购买股票、新三金或理财产品的家庭，其人均年收入均显著高于未购买同类资产的家庭。例如，四季度一线城市购买股票的家庭人均收入约为未购买股票家庭的 2 倍，这一差距在其他城市层级中更为突出。从季度变动来看，四季度一线城市与重点城市持有股票、新三金、理财产品的家庭收入水平较三季度普遍降低，其他城市则相对稳健。整体而言，金融资产持有情况与收入水平紧密关联，且一线城市参与者通常具备更高的收入基数。尽管季度间数据存在波动，但资产配置行为与收入层次之间的正向关系在不同城市中保持稳定。

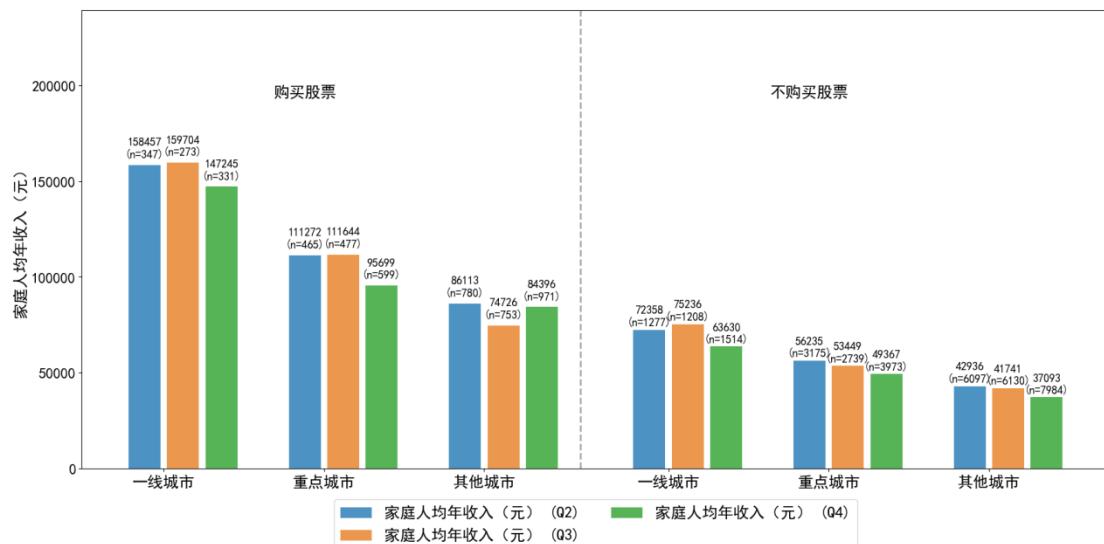


图 8 是否购买股票家庭在不同城市类型下家庭人均年收入对比

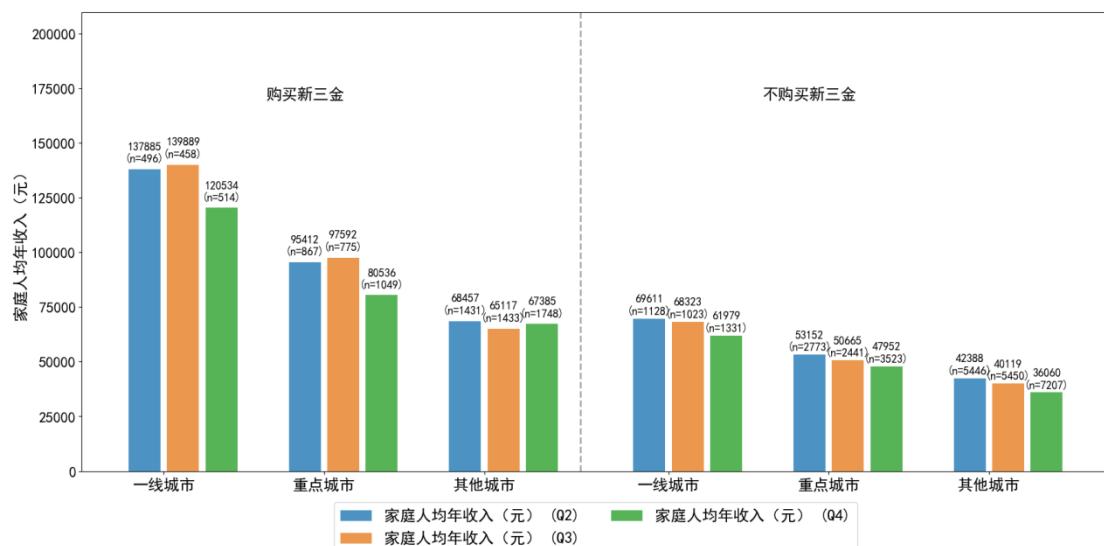


图 9 是否购买新三金家庭在不同城市类型下家庭人均年收入对比

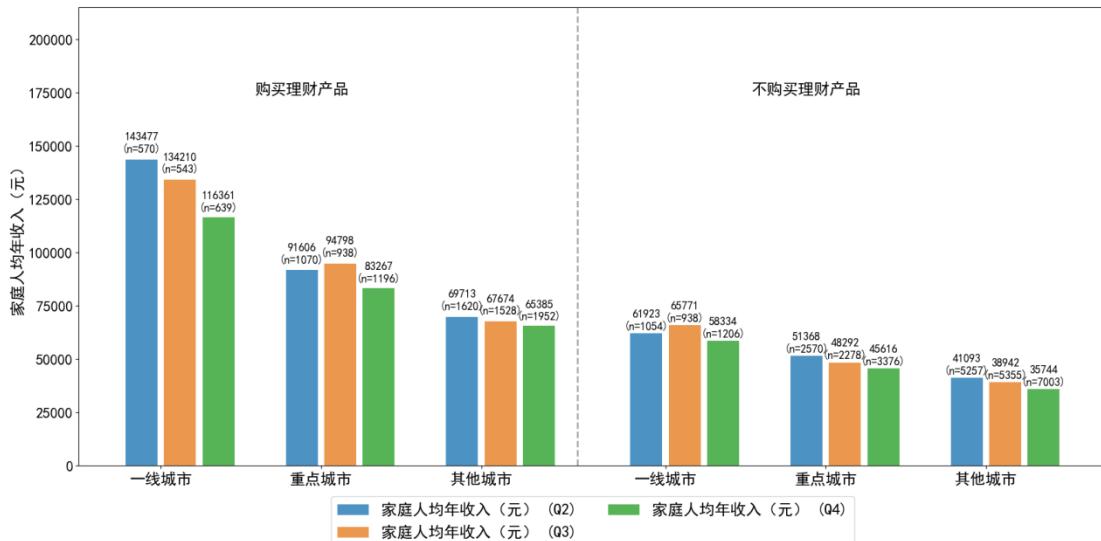


图 10 是否购买理财产品家庭在不同城市类型下家庭人均年收入对比

（五）家庭房贷负担结构趋于稳健

图 11 显示，四季度家庭房贷负担结构持续优化。在拥有住房的家庭中，无房贷家庭比例达到 59.3%，较三季度高 3.2 个百分点，表明近六成家庭无住房贷款压力。与此同时，四季度月供占收入 0-10%、10-20%、20-30%、30-40%、40-50% 的家庭占比，分别低于三季度 1.9、0.7、0.3、0.2、0.2 个百分点。这一结构变化可能源于两方面因素：一是新增住房贷款家庭更加审慎，普遍控制负债规模；二是存量房贷家庭通过提前还款、贷款置换等方式主动优化负债结构。整体而言，家庭部门在住房杠杆管理上趋于稳健。

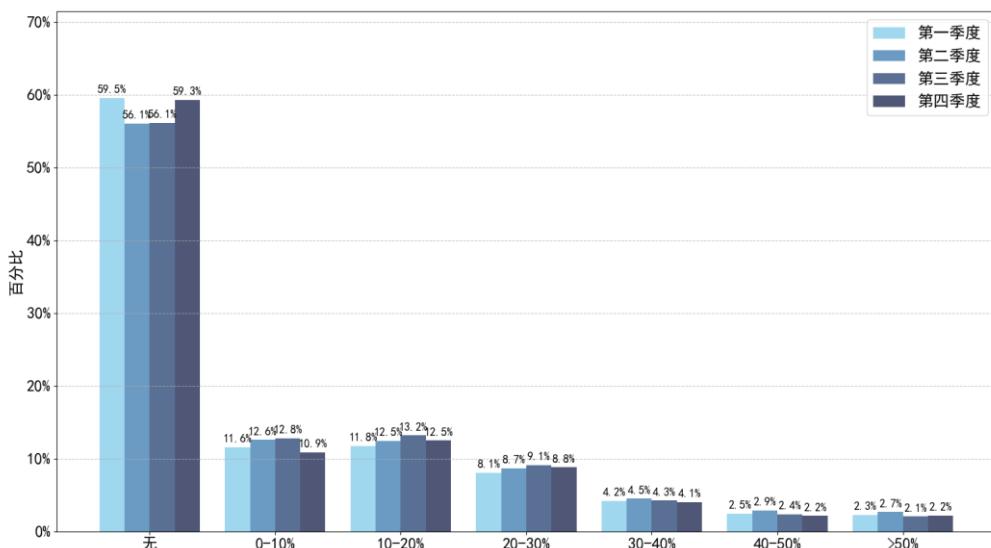


图 11 房贷占收入比例分布变化

注：该图仅包含有房家庭。

(六) 家庭部门的负债率呈优化趋势

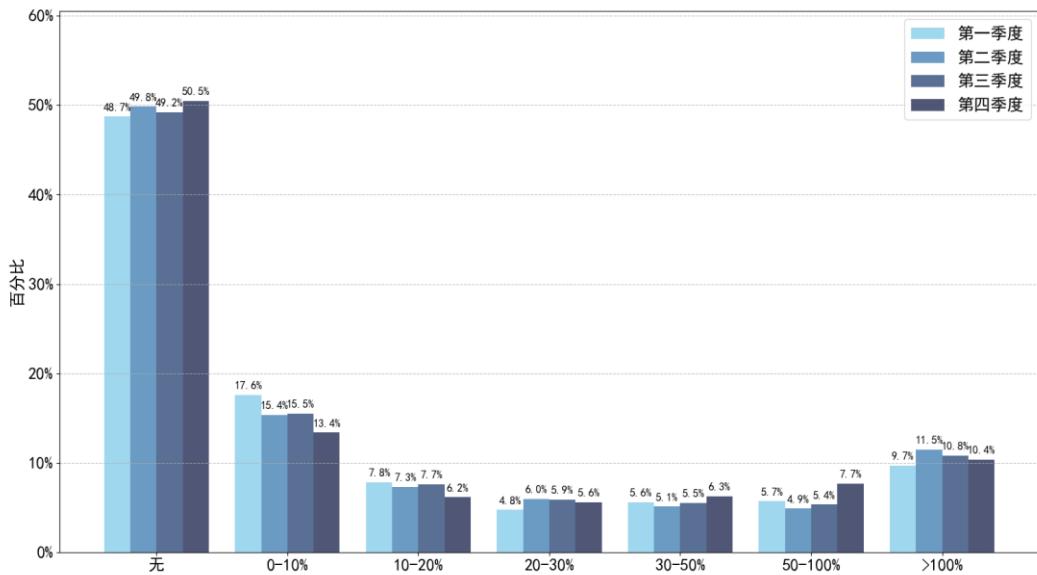


图 12 家庭负债率分布变化

从图 12 可见，四季度家庭负债率分布呈现优化趋势。具体来看，无负债家庭占比为 50.5%，较三季度提升 1.3 个百分点，体现出更强的财务稳健性偏好，负债率超过 100%的家庭占比为 10.4%，仍处于相对高位。这一结构可能受两重因素影响：一方面，部分家庭面对经济不确定的风险选择降低杠杆，推动无负债家庭比例上升；另一方面，在收入预期承压的环境下，也有部分家庭被动进入了较高的负债区间。

二、家庭消费总体情况

(一) 不同城市类别的消费状况

1. 一线城市家庭的人均消费较高，城市层级差异显著

四季度调查数据显示，调研样本家庭人均月消费支出为 2421 元。从城市层级来看，消费结构与规模差异显著。一线城市家庭人均月消费支出达 3424 元，显著高于重点城市的 2607 元及其他城市的 2130 元。此外，图 13 表明，一线城市家庭人均月住房与交通支出为 1722 元，与居家食品与生活支出（1715 元）持平，同时较高的生活成本和多元化消费需求也推高了其在文娱与外出餐饮类别的支出。而非一线城市中，重点城市住房与交通支出 1271 元，略低于其居家食品

与生活支出 1413 元，其他城市的住房与交通支出则明显低于居家食品与生活支出，分别为 944 元和 1290 元，这反映出非一线城市住房成本相对宽松，家庭消费更侧重基础生活食品类支出。

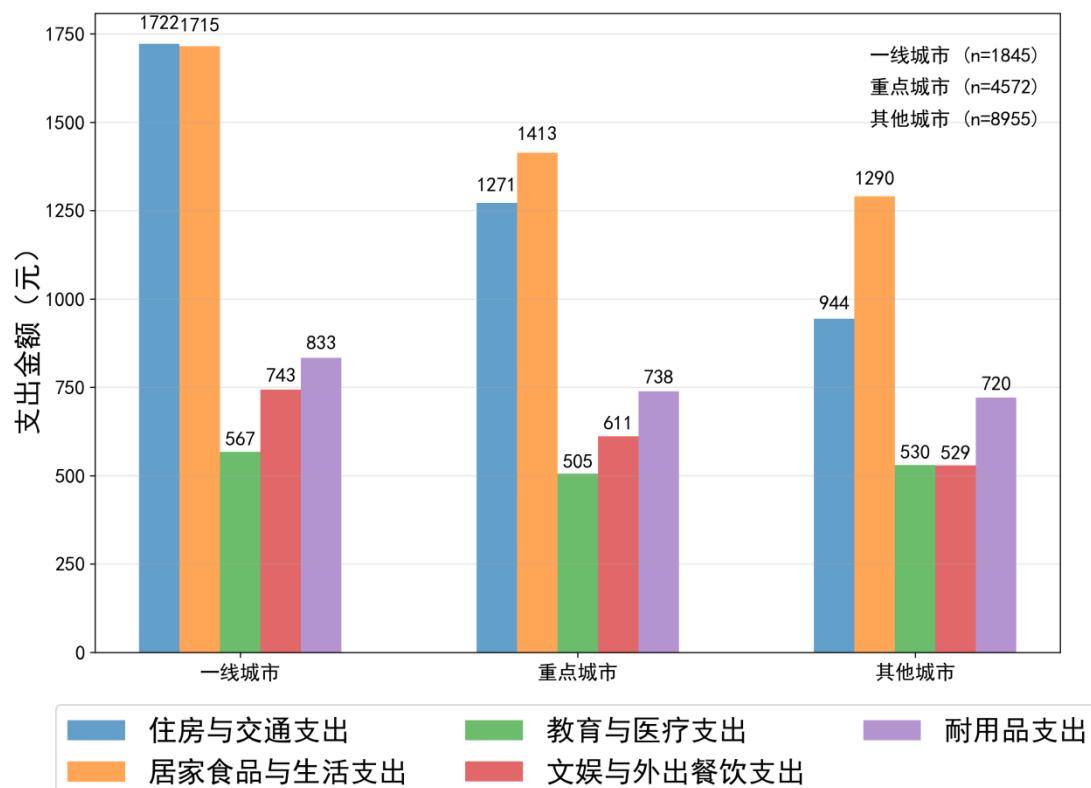


图 13 不同城市类型消费比较

图 14 进一步对调查家庭按城市类型与收入水平分组分析，结果显示：不同城市家庭消费水平与收入均呈显著正相关，且各类消费支出随家庭年收入增长而同步增加。在年收入小于 30 万的家庭中，一线城市家庭人均月消费总额总体高于非一线城市家庭；但年收入超 30 万的家庭，一线城市家庭人均月消费总额低于非一线城市家庭，且其消费结构受城市差异影响尤为明显，一线城市的住房与交通支出为 3600 元/人，较非一线城市家庭高出 300 元/人，这种较高的住房与交通支出，在一定程度上挤占了其他类别的消费空间。

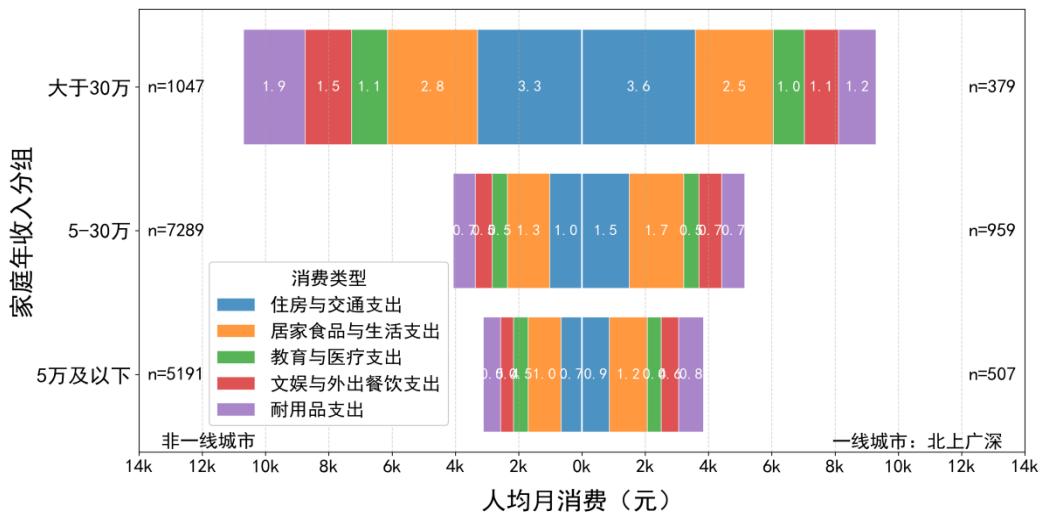


图 14 不同收入家庭人均消费结构

2. 各家庭消费呈回落态势

四季度家庭消费情况与三季度相比出现明显变动。图 15 数据显示，一线城市受访家庭的人均月消费为 3424 元，较三季度低出 22.9%。非一线城市中，重点城市和其他城市的人均月消费则由三季度的 3233 元和 2603 元分别降至 2607 元和 2130 元，降幅为 19.4% 和 18.2%。总体而言，四季度各家庭消费呈回落态势。⁷

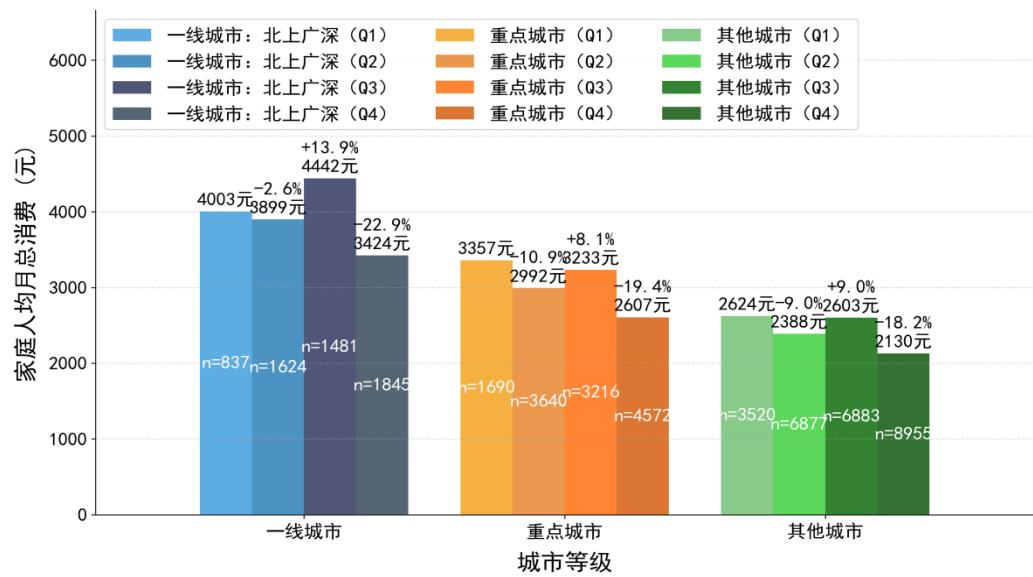


图 15 不同城市等级-季度消费对比

⁷ 本报告中各季度数据之间的增长或下降幅度，均按环比计算。

图 16 进一步将受访者家庭按照城市类别-收入区间进行分组。结果显示，四季度不同城市类别与收入区间的家庭消费均有所下降。年收入 5 万元以下的家庭，分别下降 294 元、430 元和 202 元；年收入 5 万-30 万的中等收入家庭，降幅分别为 19.2%、18.1% 和 18.6%；年收入 30 万以上的高收入家庭，重点城市家庭人均消费保持稳定，一线城市和其他城市降幅分别为 25.0% 和 14.5%。

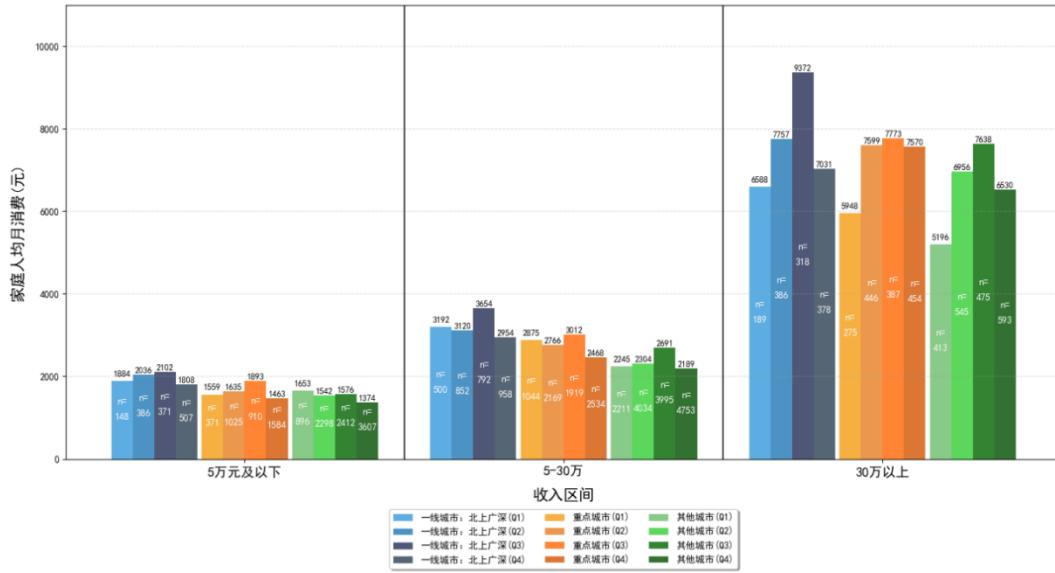


图 16 不同城市-收入分组的家庭人均消费变化

(二) 不同就业程度的消费状况：全职工作的受访者家庭消费较高

四季度调查结果如图 17 显示，拥有全职工作的受访者家庭人均消费支出较高，这与其稳定的收入来源密切相关。全职工作家庭的消费结构中，衣食住行类支出占据主导地位，合计约占其人均总消费的 60%。相较之下，临时性工作（如外卖员、快递员等）受访者与失业受访者的家庭人均消费差异较小，且失业受访者的家庭人均消费略高于临时性工作家庭。

具体而言，我们将失业受访者分为有找工作意愿（短期失业、长期失业）和无找工作意愿（家庭照料为主、未退休且不找工作）这四项，可以看到，家庭照料为主的受访者其居家食品与生活支出较高，而未退休且不找工作的受访者其各项消费均较高，甚至高于全职工作受访者。

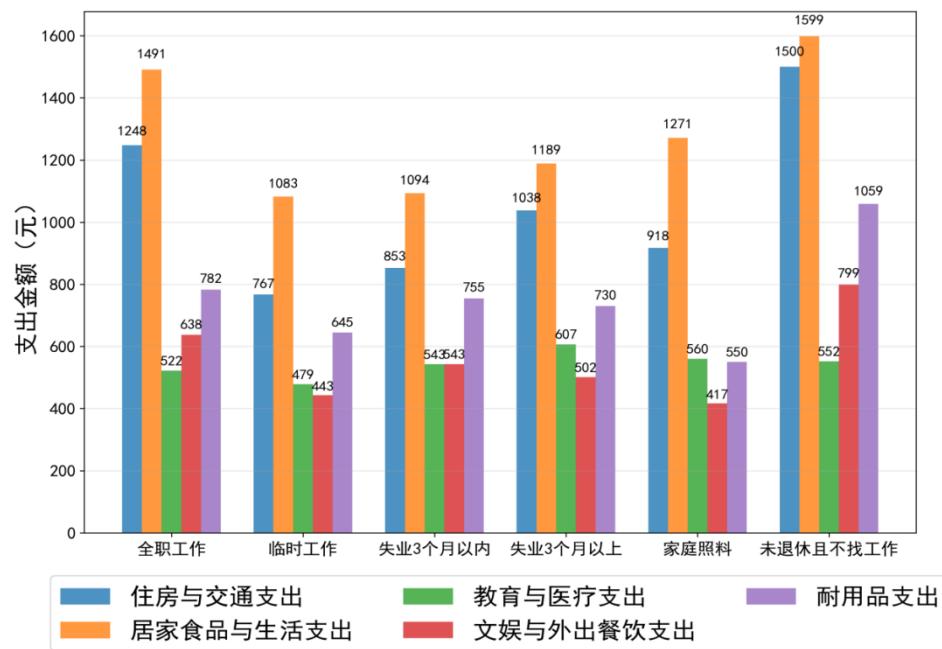


图 17 不同工作类型消费比较

这一现象可能与未进入或退出劳动力市场群体的年轻化趋势以及部分处于该状态的受访者家庭经济情况较好有关（图 18）。⁸具体而言，短期没就业受访者和长期没就业受访者中分别有 68.80% 和 62.21% 是青年人（35 岁及以下），这一比例显著高于全职工作的 57.01% 和临时工作的 51.71%，而此类青年人在文娱与外出餐饮、耐用品支出等方面支出较大。此外，无论是从家庭收入还是资产角度，没就业受访者其家庭经济情况都好于临时工作受访者。

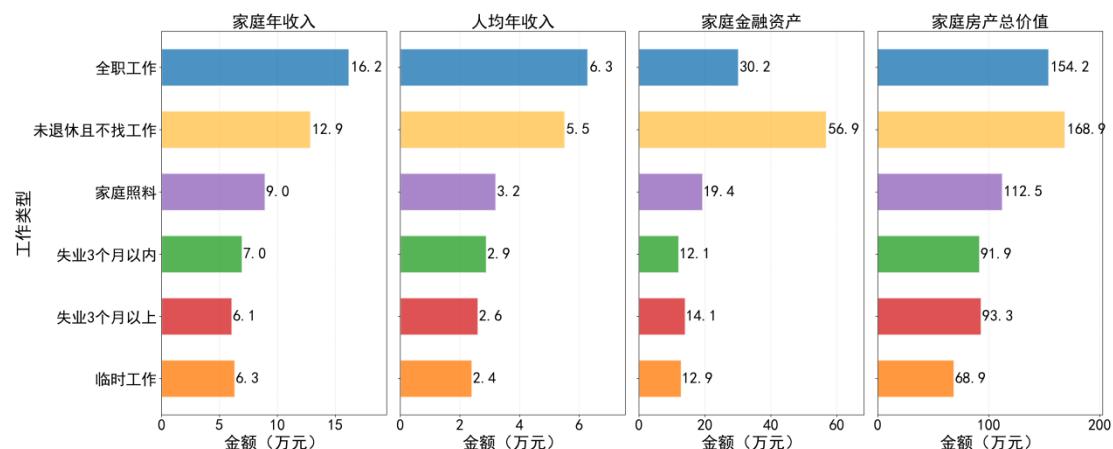


图 18 不同工作类型的经济状况比较

⁸ 此处“未进入或退出劳动力市场群体”指适龄劳动人口中，暂未进入或已退出劳动力市场、当前无就业的情况。其成因多样，可能包括继续求学、照顾家庭、短暂休整、培训深造等。本处分析仅基于当期调研数据，不排除其后续进入劳动力市场的可能性。

(三) 不同年龄、性别与家庭结构的消费状况

1. 一线城市的银发群体消费较为活跃

图 19 结果显示, 从消费结构来看, 青年(35岁及以下)、中年(36-59岁)与老年(60岁及以上)受访者家庭因其生命阶段不同展现出不同的特点。青年群体作为享受与发展型消费的主力, 在文娱与外出餐饮和耐用品上的支出显著领先, 分别为667元和830元; 中年群体的消费重心则明显转向家庭责任, 其教育与医疗支出为各群体中最高; 而老年群体的消费则高度集中于住房交通、居家食品和生活支出等基本生存项目, 合计占比超过六成, 凸显出其对日常生活安稳的注重。

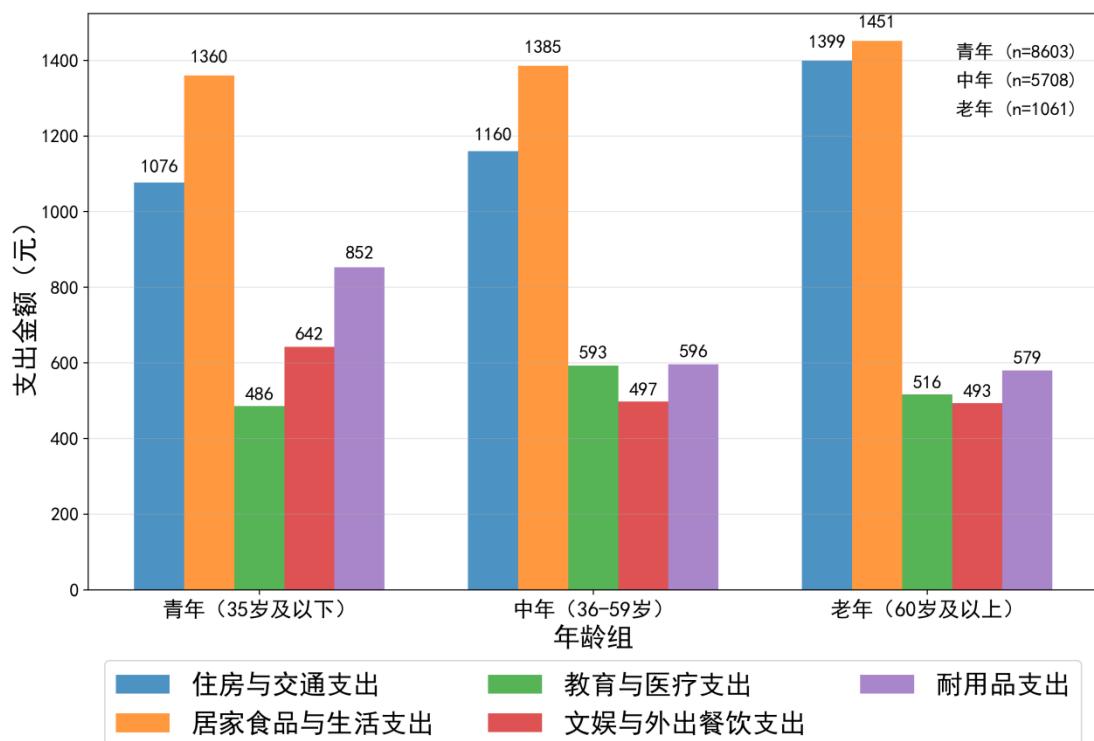


图 19 不同年龄消费比较

图 20 通过进一步将受访者家庭按照所在城市、家庭收入和受访者年龄进行分类, 发现高收入老年人群体的消费表现强劲, 这主要得益于此群体完善的养老保障、显著的资产性收入。此外, 低收入青年人消费相对低迷, 他们多处于职业生涯初期或收入积累阶段, 同时面临租房、还贷、教育提升或基本生活开支等多重经济压力, 因而在一定程度上抑制了其整体消费能力。

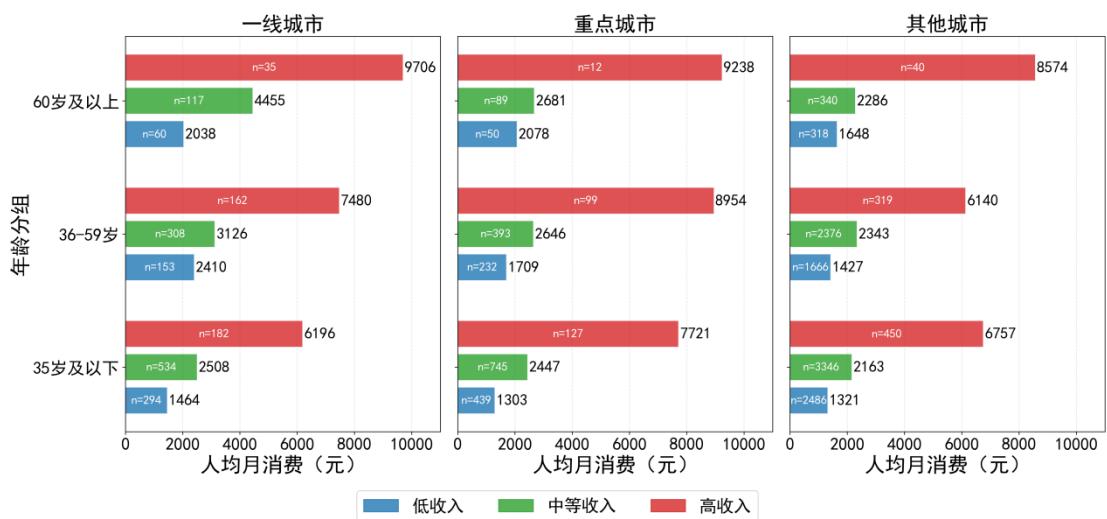


图 20 不同城市层级按年龄和收入分组的人均月消费比较

2. 男性受访者以及无抚养赡养义务家庭的消费较高

在性别维度上，图 21 显示，男性受访者回答的家庭各类消费支出均略高于女性，表现出一定的性别消费差异。其中男性受访者的家庭人均月消费支出 2508 元，而女性受访者的家庭人均月消费支出为 2315 元，低于男性受访者家庭人均消费 7.7%；男性受访者的家庭的最大支出类别为居家食品与生活支出，为 1410 元/月，高于女性受访者家庭居家食品与生活支出的 1334 元/月。

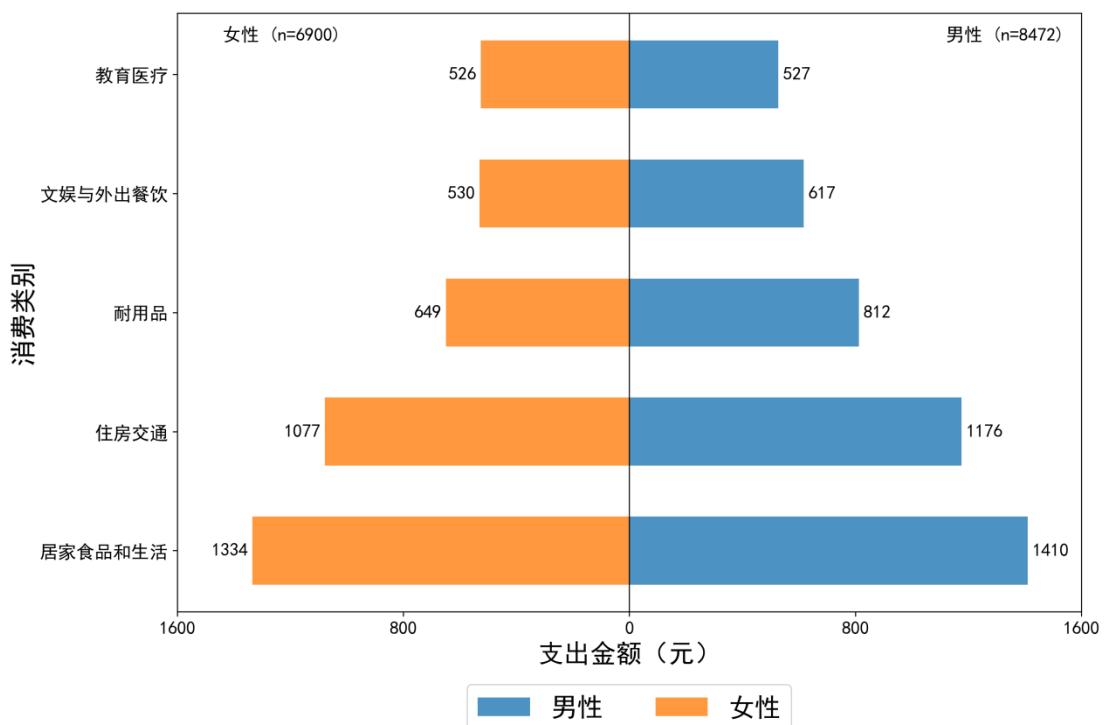


图 21 不同性别消费比较

在家庭抚育或赡养程度方面，图 22 显示无抚养或赡养责任家庭的各类消费支出整体上均高于有此类责任的家庭。具体的，无抚养或赡养责任家庭的人均月消费分别为 2639 元和 2748 元，分别高于抚养或赡养责任家庭的人均月消费 413 元和 431 元。但是，有抚养或赡养责任家庭在教育与医疗支出上高于其对照样本，分别为 645 元和 551 元，而无该项责任家庭的教育与医疗支出则分别为 395 元和 450 元。

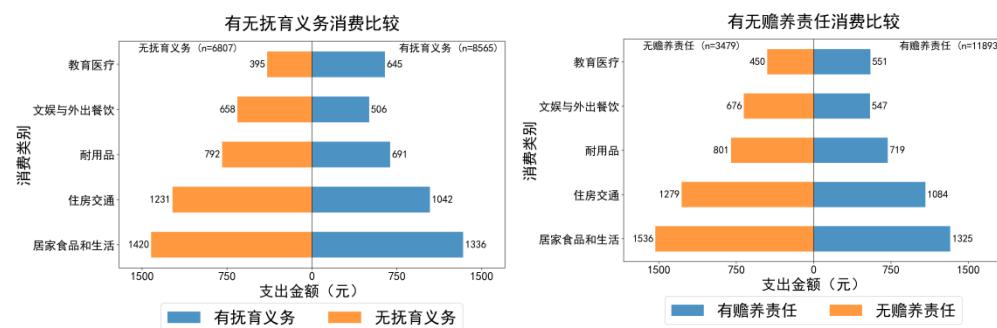


图 22 有无抚养或赡养责任家庭消费比较

3. 不同年龄、性别与家庭责任结构的消费总体上有所回落

图 23 至图 26 对比了不同年龄、性别与家庭责任结构下的家庭人均月总消费的变化情况。图 23 表明，四季度各年龄群体的消费水平普遍低于三季度，青年、中年、老年群体分别较三季度低出 22.2%，15.5% 和 20.0%。

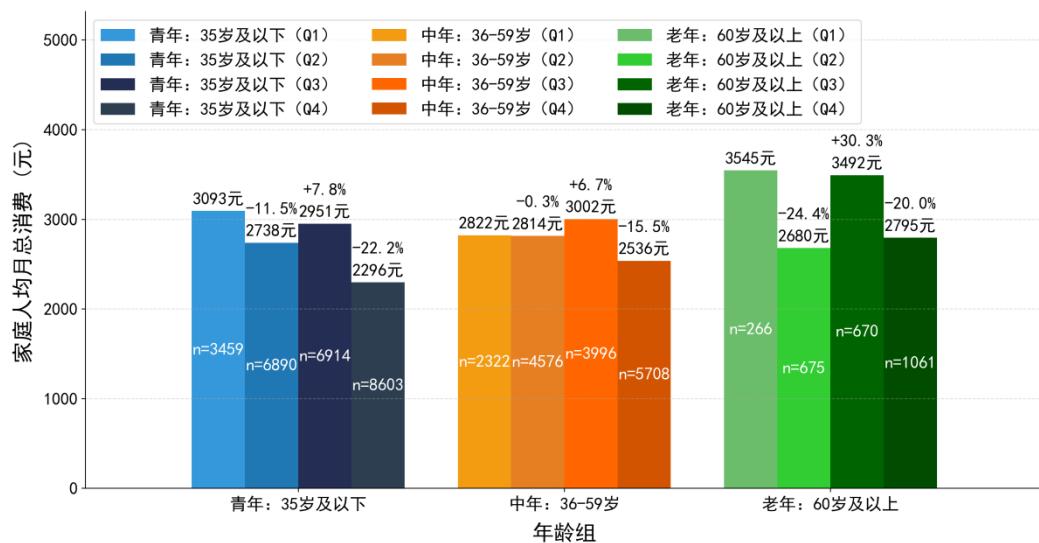


图 23 不同年龄组-季度消费对比

图 24 显示男性受访者的家庭消费普遍高于女性，且波动较小；女性受访者的家庭消费较低但波动较大，第四季度回落幅度较为明显。而图 25 和图 26 则显示有抚养或赡养责任的家庭消费水平较低且波动较小，反映出家庭责任带来的经济压力；无抚养或赡养责任的家庭消费较高且波动较大，显示出其消费更为灵活，受到季节性因素的影响较大。

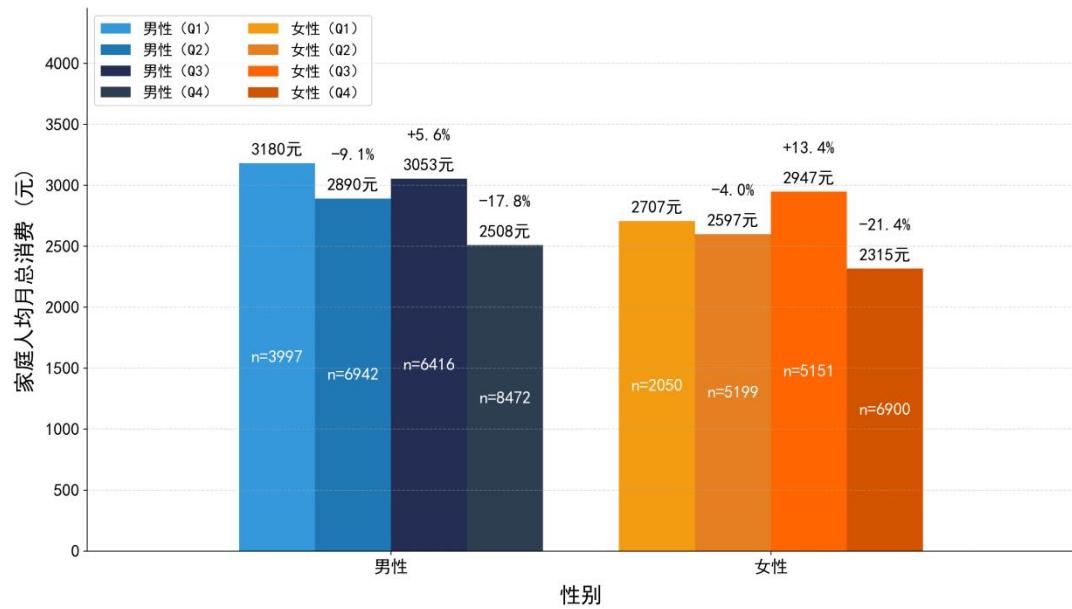


图 24 不同性别-季度消费对比

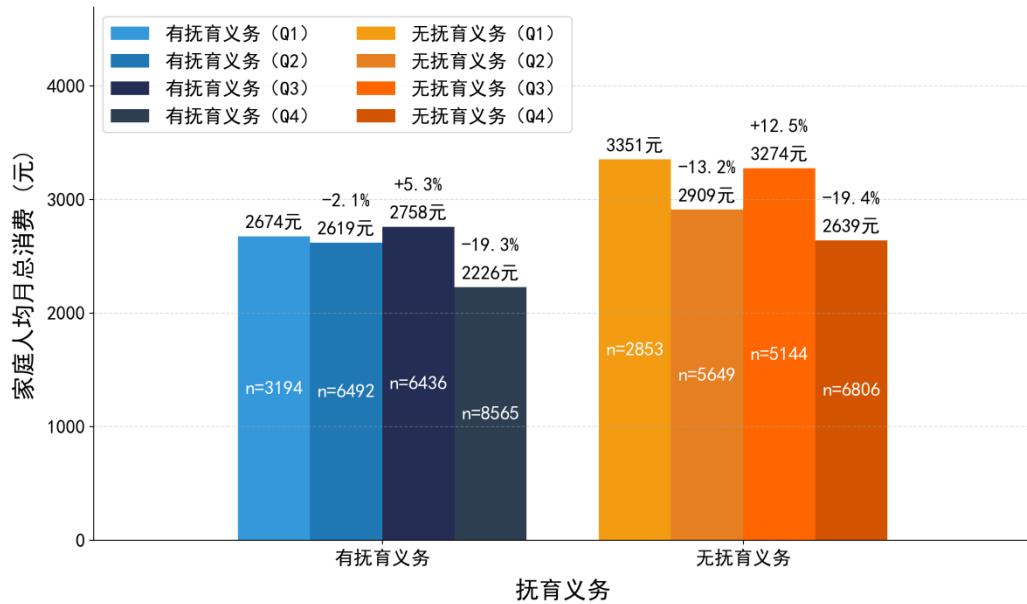


图 25 有无抚养义务-季度消费对比

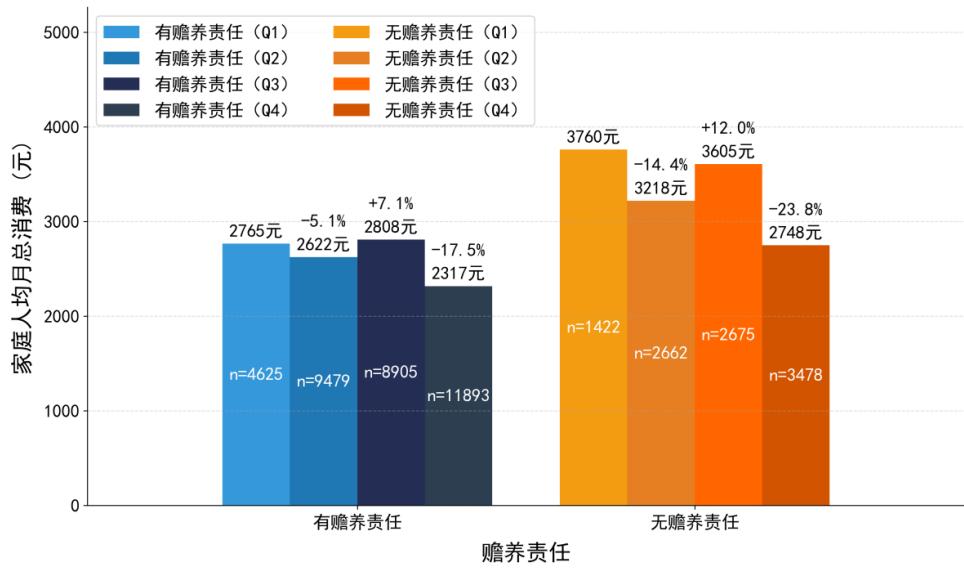


图 26 有无赡养责任-季度消费对比

图 27 进一步将受访者家庭按照城市类别与年龄区间进行分组。调查结果显示，一线城市各年龄段受访者家庭受季节影响较大，降幅明显，青年（35岁及以下）、中年（36-59岁）、老年（60岁及以上）受访者家庭其人均月消费分别下降28.8%、17.1%、18.4%；在重点城市和其他城市中，老年受访者家庭人均月消费相对平稳，尤其是重点城市老年人受访者，其四季度家庭人均月消费较三季度上涨2.6%。

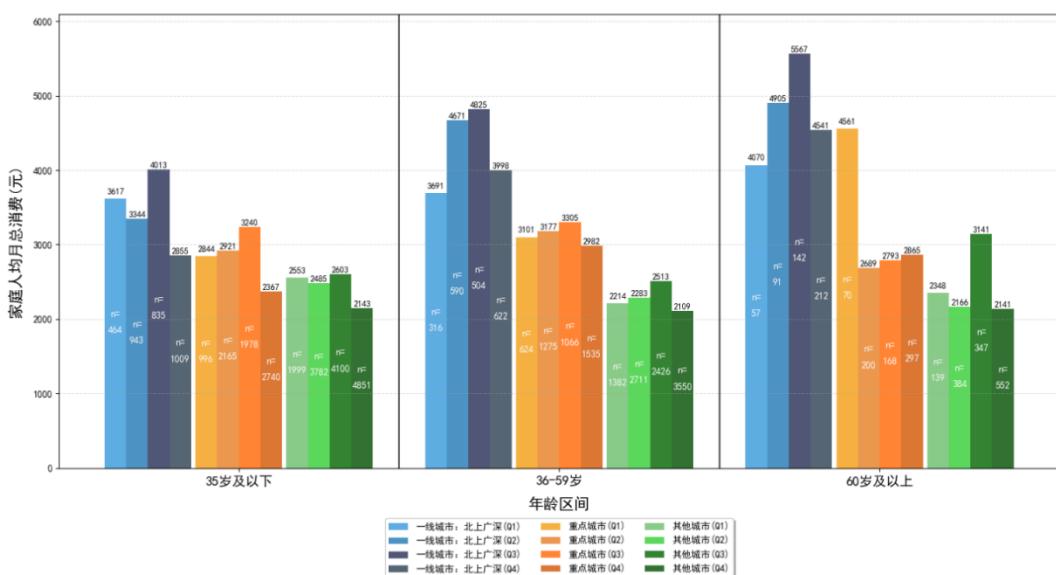


图 27 不同城市-年龄分组的家庭人均消费变化

(四) 高等教育水平家庭消费支出最高

图 28 的结果显示，受教育水平越高的受访者其家庭消费支出越高，其中住房与交通支出类最为明显。图 29 的结果显示，与三季度相比，四季度不同教育背景受访者的家庭消费呈现显著分化：高等教育受访者家庭消费回落至二季度水平。相比之下，初等教育背景受访者家庭则呈现两个突出特征：一是其四季度人均消费支出继续维持在 1591 元的低位，位居所有群体之末；二是与三季度相比，消费进一步下滑 19.1%，成为唯一持续萎缩的群体。

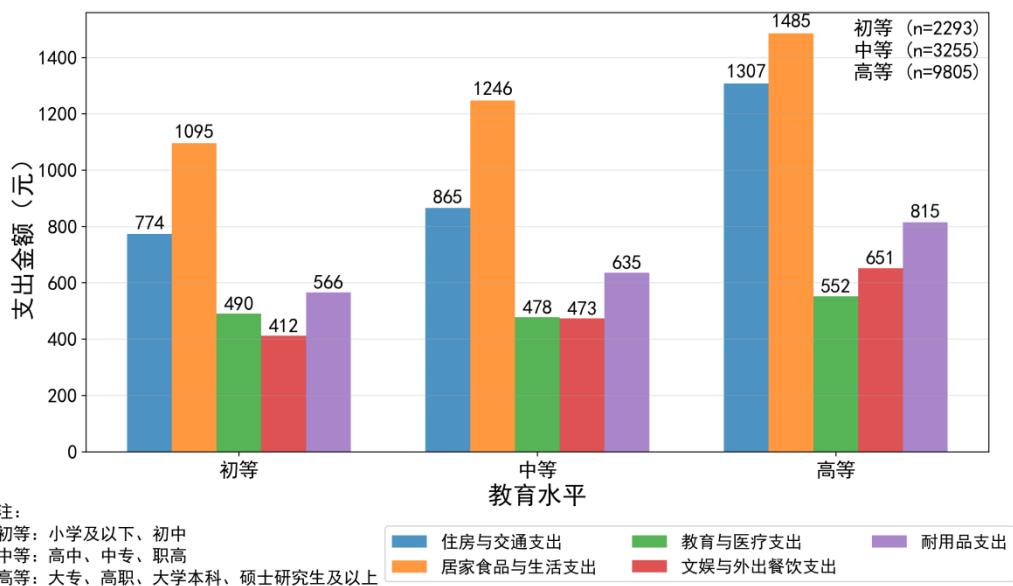


图 28 不同受教育水平消费比较

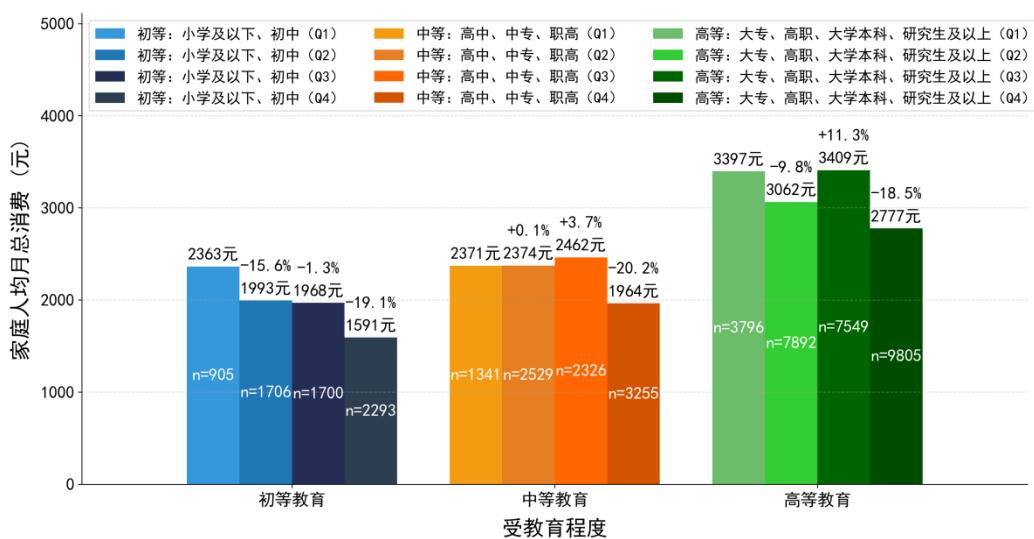


图 29 不同受教育程度-季度消费对比

(五) 城镇户籍家庭消费较高，消费水平有所回落

图 30 表明，拥有城镇户籍的受访者家庭在各类消费支出上均高于农业户籍。具体地，城镇户籍受访者的家庭人均月消费支出为 2936 元，而农业户籍受访者的家庭人均月消费支出为 1898 元，低于城镇受访者家庭人均支出的 35.4%；城镇受访者的家庭的最大支出类别为居家食品与生活支出，为 1603 元/月，农业受访者家庭的居家食品与生活支出则为 1146 元/月。而户籍地与常住地不一致的家庭（即流动人口的比例可能较高）消费支出与两地一致（即常住原籍的可能性较高）的家庭总消费以及分项消费类目的差别不大。

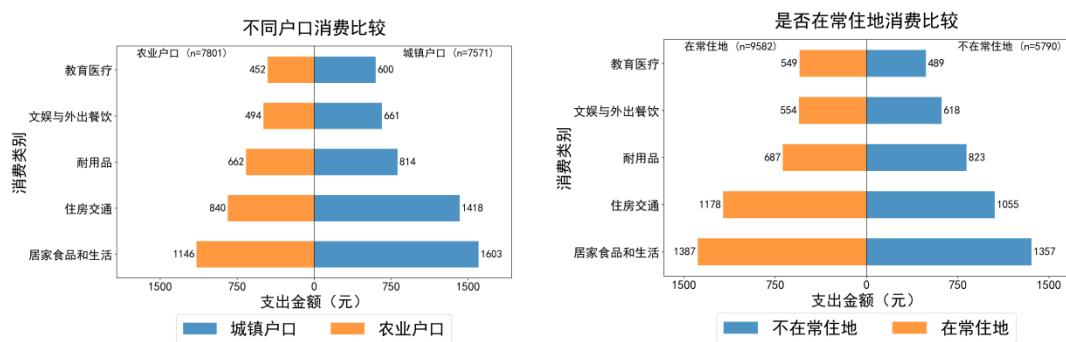


图 30 不同户籍类型与居住情况的家庭人均消费状况

图 31 显示，与三季度相比，城镇户籍家庭与农业户籍家庭的人均消费均有一定回落，其中城镇户籍家庭的人均消费支出下降了 706 元（19.4%），而农业户籍家庭的人均消费支出下降了 447 元（19.0%）。

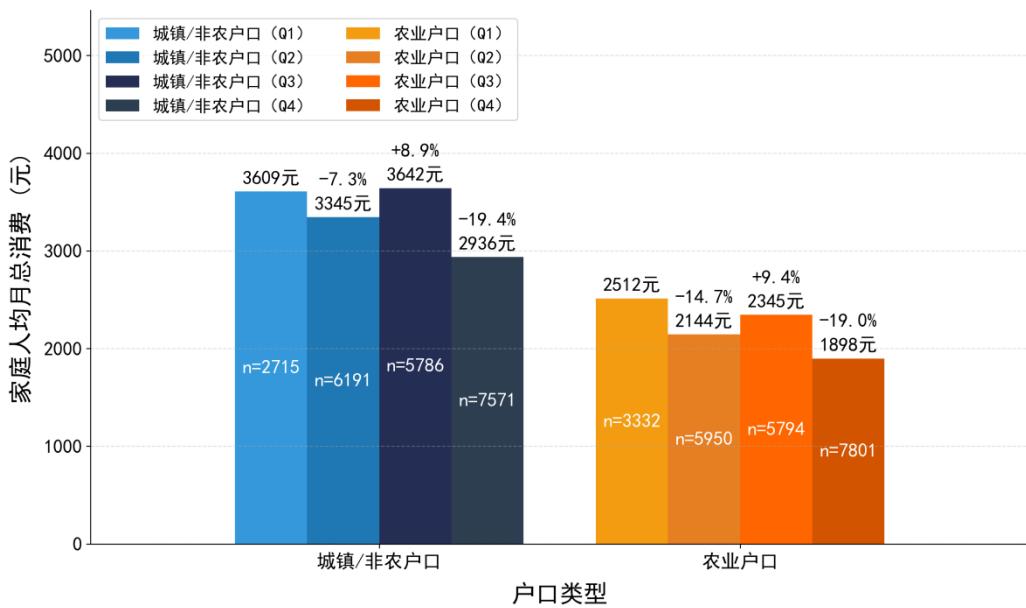


图 31 不同户口类型-季度消费对比

(六) 社会保障与家庭消费差异

1. 全职工作的受访者社保覆盖比例较高

调查数据表明全职工作群体的社保覆盖比例较高，但是不同职业群体的缴纳比例存在显著差异。如图 32 所示，普通职员、专业技术人员和管理者的缴纳比例较高，社会养老保险分别为 82.1%，86.2% 和 82.5%，医疗保险也接近这一水平。个体户/自营商的缴纳比例稍低，约为 56.7% 和 63.7%。临时性工作及失业人员的缴纳比例最低，尤其是失业人员，两项保险缴纳比例仅为 38.9% 和 53.6%。退休人员中有社会养老保险和医疗保险的比例则为 45.2% 与 43.8%。这些差异反映了不同职业人群的经济状况和社会保障覆盖率。

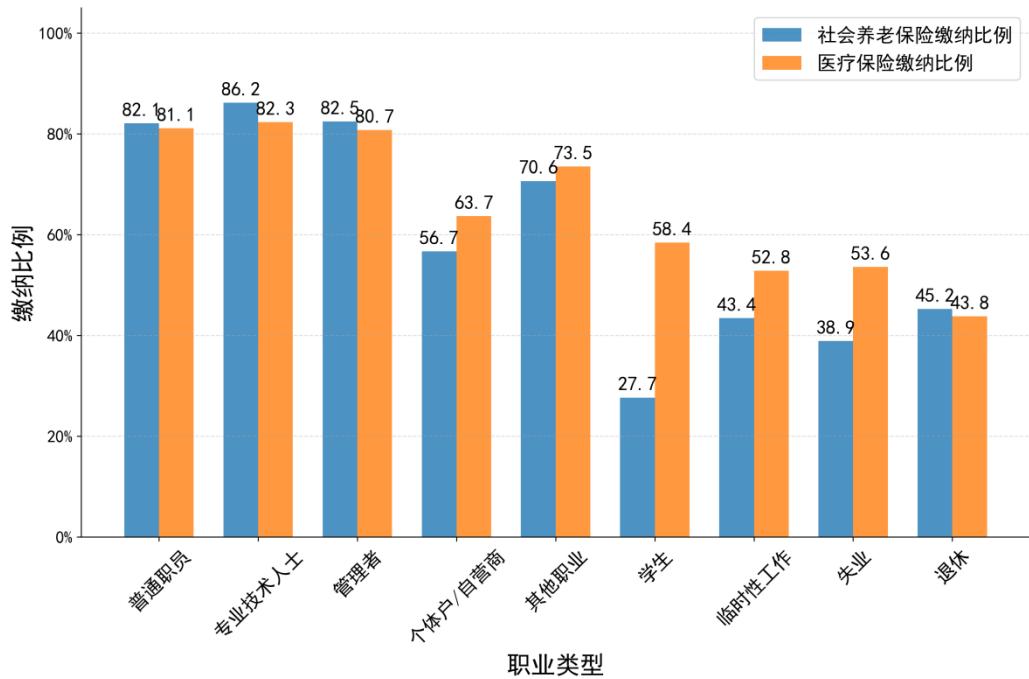


图 32 不同职业人群社会养老保险与医疗保险缴纳比例

2. 社会保险的缴纳情况与家庭消费结构性差异

社会保险包括养老保险与医疗保险可以为中低收入家庭提供必要的生活保障，同时通过财富再分配机制调节收入差距。图 33 与图 34 显示，家庭年收入小于 30 万的样本中，缴纳了社会保险的受访者家庭，包括养老保险与医疗保险，在三季度的家庭人均消费上均略高于未缴纳相应社会保险的受访者家庭。但是在年收入大于 30 万的家庭，未缴纳医疗保险的受访者家庭人均消费反而远高于已经缴纳医疗保险的受访者家庭。高收入家庭受访者可能主动选择不缴纳医疗保险，而选择保障水平更高的商业保险。调查数据也显示，四季度年收入大于 30 万家庭购买商业保险的比例为 51.46%，而年收入低于 30 万家庭的商业保险比例仅为 34.16%。

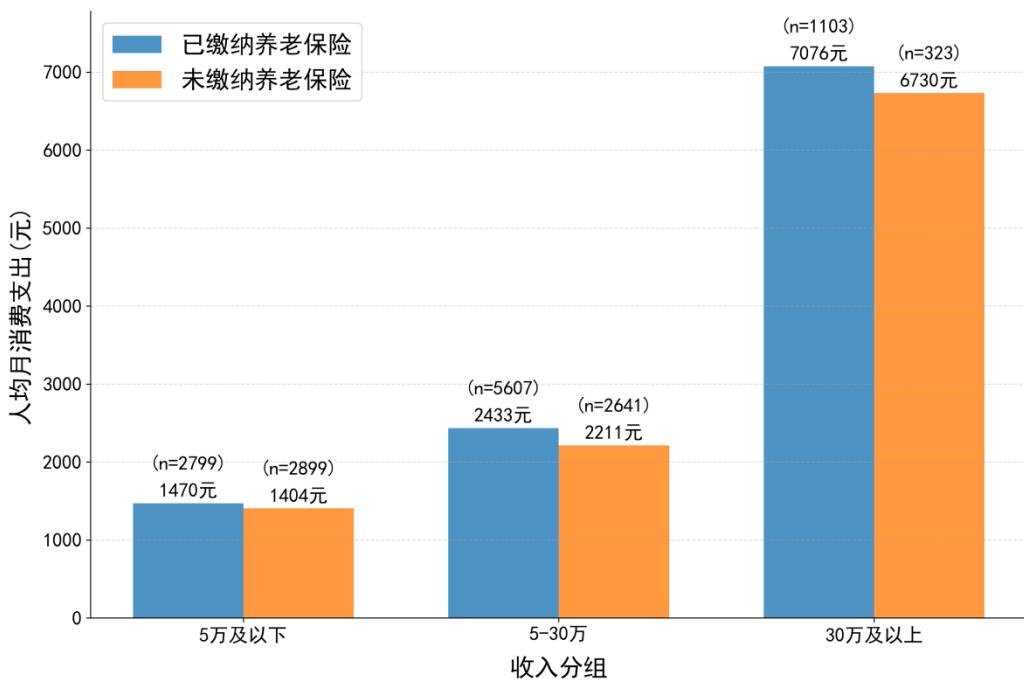


图 33 不同收入区间是否缴纳养老保险的消费情况对比

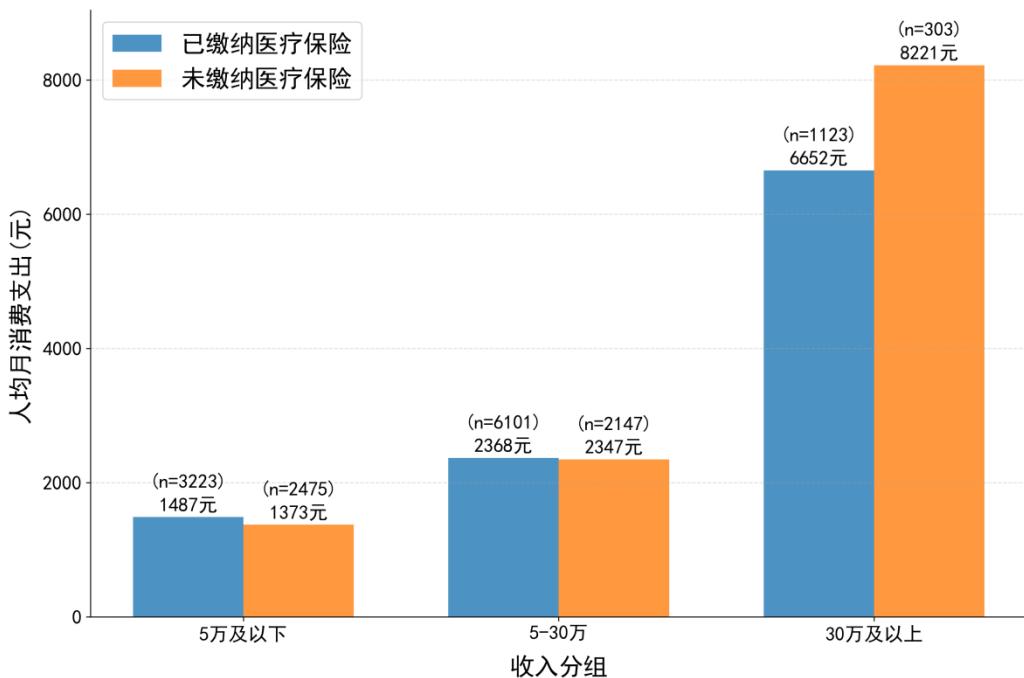


图 34 不同收入区间是否缴纳医疗保险的消费情况对比

三、家庭财富与消费情况

(一) 家庭收入与消费的水平

2025年四季度调研结果显示，调研样本家庭的户均年收入均值为13万元⁹，低收入群体（家庭人均月收入低于1000元）占调研样本的28%。图35展示了家庭收入与消费的总体关系。横轴代表家庭人均月收入（按照每千元为一组分组），纵轴代表家庭人均月消费，图中比例为不同收入群体在总样本中所占比例，蓝色圆圈大小代表不同收入群体样本数量。如图所示，家庭消费与收入总体呈现正相关性。随家庭人均月收入的提升，收入与消费的差值逐渐放大，即储蓄绝对值和比例都会随着收入增加而放大。具体而言，低收入人群平均月消费1234元，而月收入7000-8000元左右的家庭，消费均值约为3644元，储蓄率显著上升。

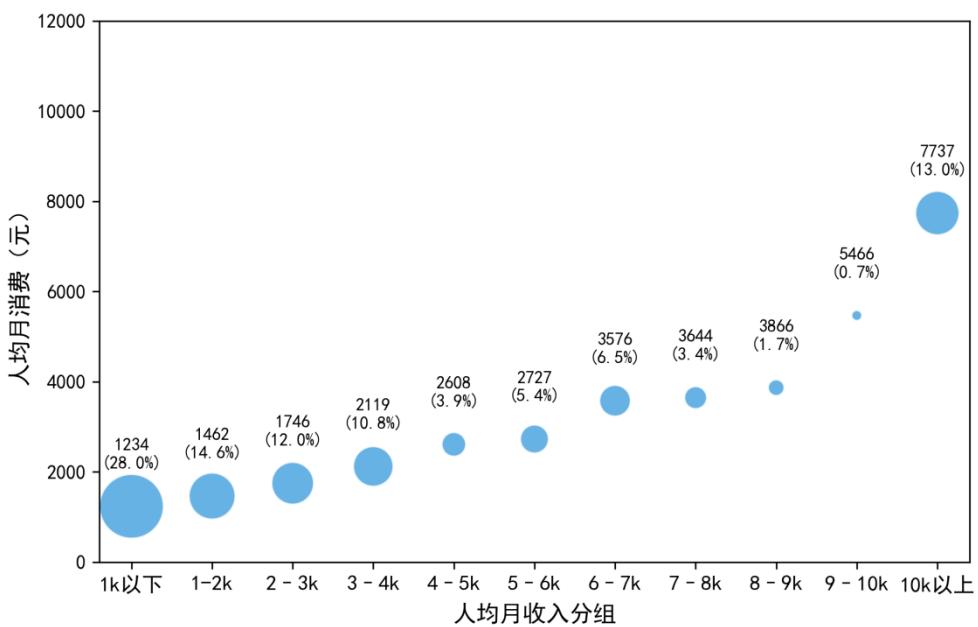


图35 人均月收入与人均月消费的关系

图36展示了家庭收入和消费支出的匹配关系。72.9%的家庭表示目前收入水平可以满足家庭日常消费需求，约16.6%的家庭表示“不太够”，10.4%的家庭表示“远远不够”。第四季度调研进一步聚焦家庭应对资金不足问题的应对方

⁹ 该收入是指调整虚拟房租后家庭的年收入均值。虚拟房租是指对于拥有自住房的居民，假设其未拥有该自住房，按照市场租金水平估算其应支付的住房成本。关于虚拟房租的计算，见附录III。

案，调查结果如图 37 所示。面临资金不足问题时，削减消费为多数家庭的主要选择。随着收入的下降，家庭对压缩消费以应对资金不足问题的依赖性增强，动用储蓄的能力减弱（无储蓄或很少储蓄，见图 36）。在年收入低于 5 万元的家庭中，选择削减消费的家庭占比达到 58.7%，选择动用储蓄的家庭占比仅为 20.9%。该结果反映出低收入家庭面临更强的流动性约束，无应对冲击的资产，消费平滑能力不足。同时，该发现也表明低收入群体具有巨大的消费潜力，该群体的消费释放亟需政策精准支持。

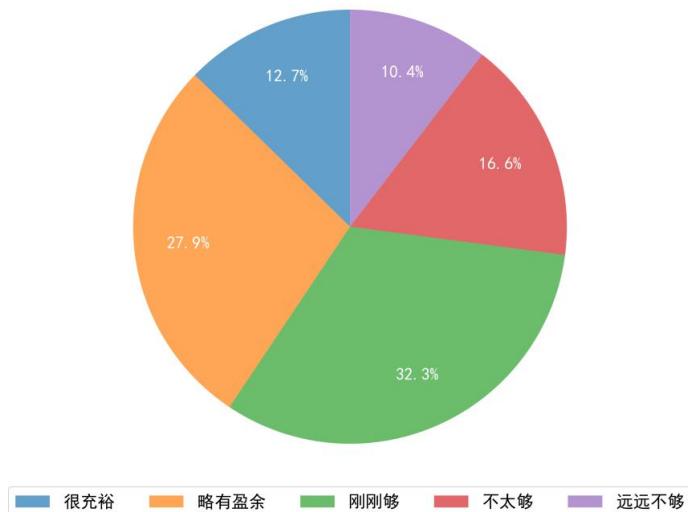


图 37 家庭收入水平与消费支持的匹配程度

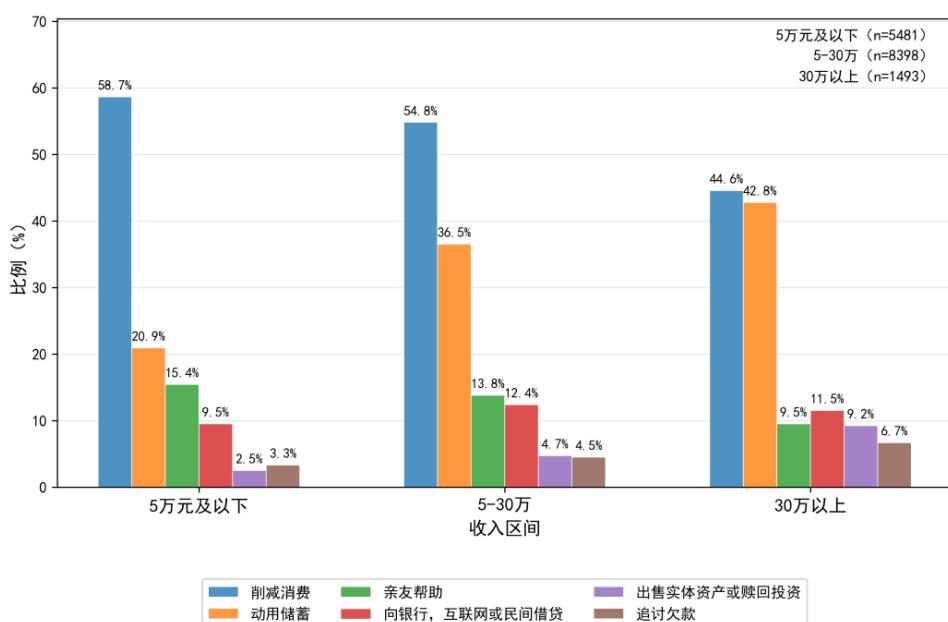


图 38 家庭面临资金不足的解决方案

(二) 不同收入结构家庭的人均消费

与工资性收入为主的家庭相比，经营性收入为主家庭仅占受访样本家庭的8.5%。如图38所示，同一收入区间内，在住房与交通支出项目上，以工资性收入为主的家庭消费能力略高。在文体娱乐、外出就餐与耐用品的消费型支出项目上，以经营性收入为主的家庭人均消费都表现出较高的消费能力，这可能和经营性收入为主的家庭具有更高的资金流动性有关。这一消费结构与前三季度基本一致。在年收入5-30万的家庭中，经营性收入为主的家庭消费水平较高，在其余两组收入组别中，以工资性收入为主的家庭消费水平较高。这一差异反应了收入稳定性对家庭消费支出的影响，在较高及较低收入群体中，工资稳定性是支撑消费的主要因素。

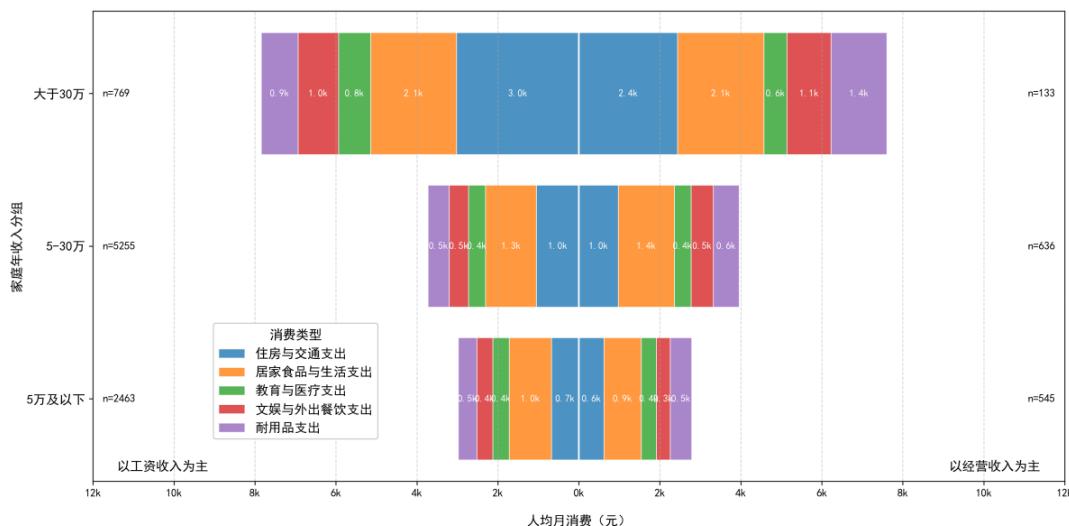


图 39 不同收入来源家庭人均消费结构

(三) 服务消费回落

与三季度相比，四季度的服务消费小幅回落。根据数据的可得性，我们将家庭消费中的生活服务、外出餐饮、文化娱乐、医疗健康、教育培训消费归类为服务消费¹⁰。全样本的家庭人均服务消费支出为1362元/月。图40显示，随着收入

¹⁰ 由于一季度调研样本中没有单独调查外出餐饮消费支出，本报告根据二季度外出餐饮支出与家庭人口与职业特征进行非线性回归后预测得到一季度的外出餐饮消费支出。图37一季度的服务消费包含了预测外出餐饮消费支出类目。

的提高，服务消费项目的支出呈现上升趋势。在家庭年收入 30 万以下的群体中，一线城市家庭的人均服务消费支出略高于重点城市和其他城市家庭。在家庭年收入超过 30 万的家庭中，城市间服务消费力度的差异呈现出相反的模式。具体而言，在高收入家庭中，其他城市的服务消费（3547 元/月）高于重点城市（3006 元/月）和一线城市（2573 元/月）。季度比较结果显示，大部分组别的四季度的服务消费都略有下降，幅度从 0.2% 到 17%。年收入超过 30 万元，居住在其他城市的家庭组别第四季度服务消费略有上升。总体而言，服务消费呈现减弱的趋势。

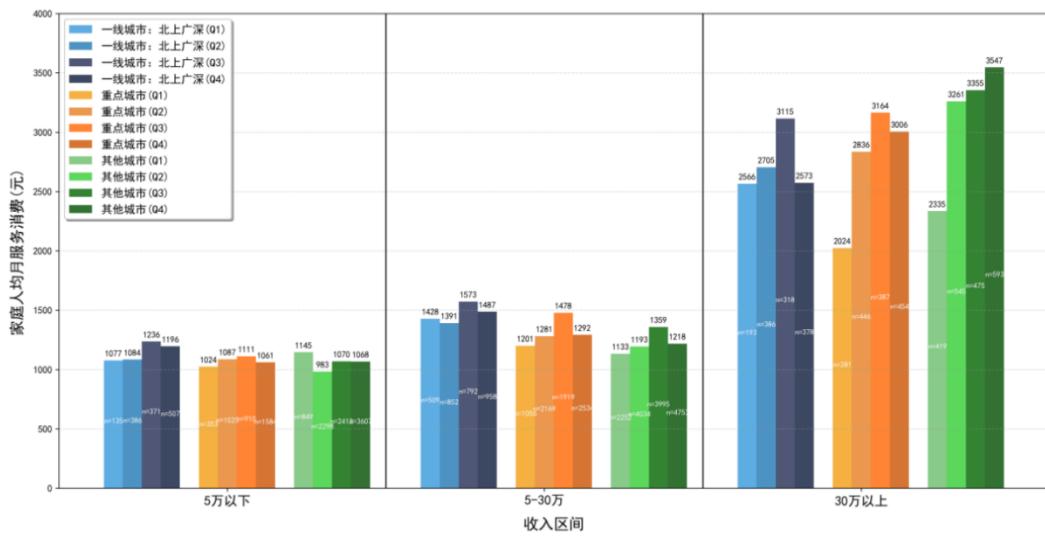


图 40 不同城市与收入等级的人均服务消费

（四）购房压力挤占消费空间

图 41 至图 42 进一步分析了是否持有房产对家庭消费结构的影响，并对不同年龄段群体进行了同期比较。总体而言，由于存在购房压力，无房家庭在居家食品、外出餐饮、生活用品、生活服务、教育培训、医疗健康等领域的消费倾向略低于有房家庭。具体而言，在居家食品与外出餐饮上，三个年龄段内的有房群体消费均高于无房群体。其中，青年群体之间的差异最为显著，达到 172 元。即购房压力对青年群体即时性餐饮消费的约束作用最为明显。在生活用品 and 生活服务方面，各年龄段无房的群体的支出均明显低于有房群体。在教育培训方面，中年家庭的投入显著高于其他年龄组别。这一差异可能来源于子女教育需求及自身职业发展压力。在医疗健康方面，老年群体消费明显高于其他年龄群体。无论是否拥有住房，家庭在医疗健康方面的支出差异均较为有限，说明医疗消费在家庭

支出结构中具有明显的刚性特征，受资产状况影响较小。整体而言，有房家庭在各年龄段、各消费品类上释放更强消费动能，无房家庭则受住房成本或购房需求的影响，消费集中于基础需求。

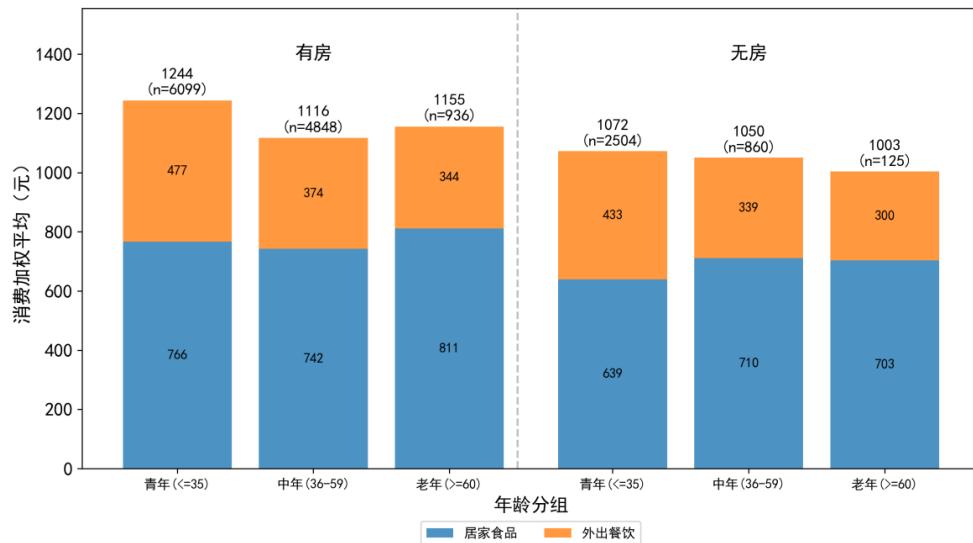


图 41 不同年龄段有无房产的居家食品、外出餐饮消费差异

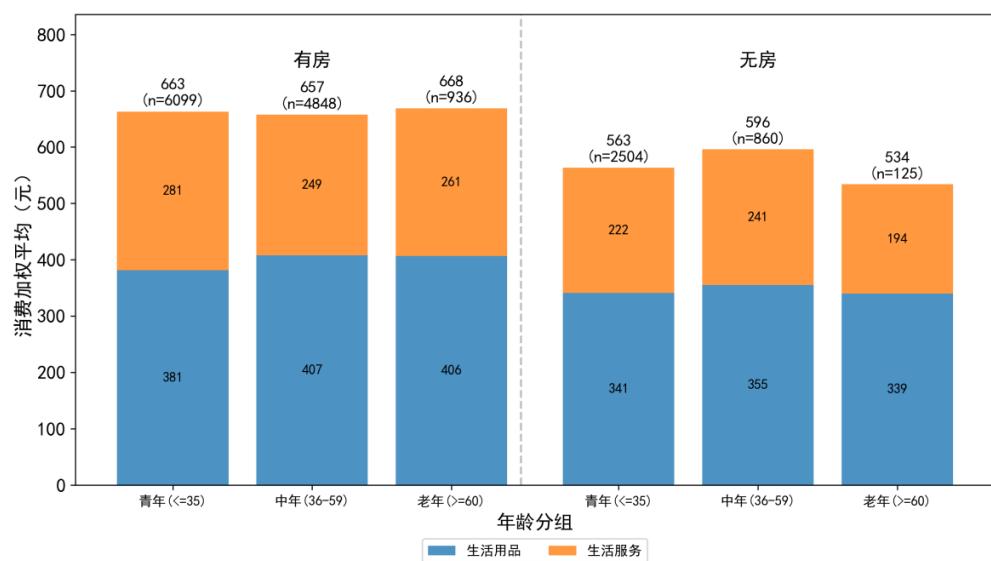


图 42 不同年龄段有无房产的生活用品、生活服务消费差异

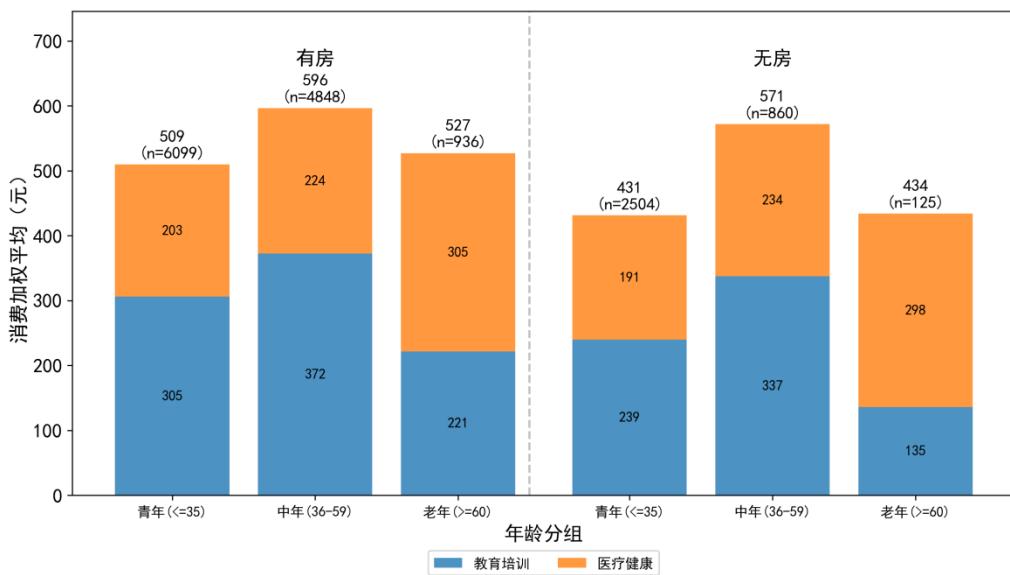


图 43 不同年龄段有无房产的教育培训、医疗健康消费差异

（五）负债率与消费

图 43 对比了不同收入群体除房贷以外借款的主要用途。随着收入的增加，家庭借款的用途呈现由生存性向发展性转变的趋势。在年收入低于 30 万的群体中，家庭借款主要用于日常生活开支、医疗健康等刚需消费。随着收入的增加，为购买耐用品、投资及经商等需求的占比逐渐上升。

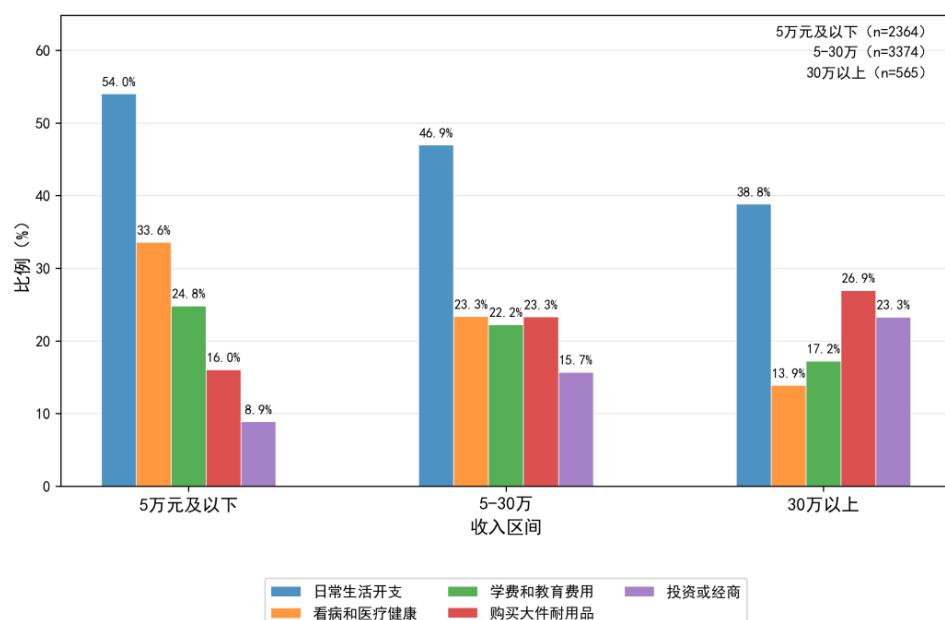


图 44 不同收入群体借款的主要用途

报告将有房家庭按照房产数量划分为一套房家庭和大于一套房家庭两组，探究了不同房产数量及家庭负债率对家庭人均消费的影响。图 45 显示，大于一套房的家庭消费明显高于只有一套房的家庭，这一差异可能源于是财富水平的提升。在低资产家庭中（房产数量=1 的家庭），低负债赋予家庭财务弹性，随着负债率攀升，消费逐步受限，债务压力挤占可支配收入，抑制非必需支出。在高资产家庭中（房产数量>1 的家庭），较高的负债率并未抑制消费，可能由于高资产家庭能够通过杠杆配置资源，强化财富效应。

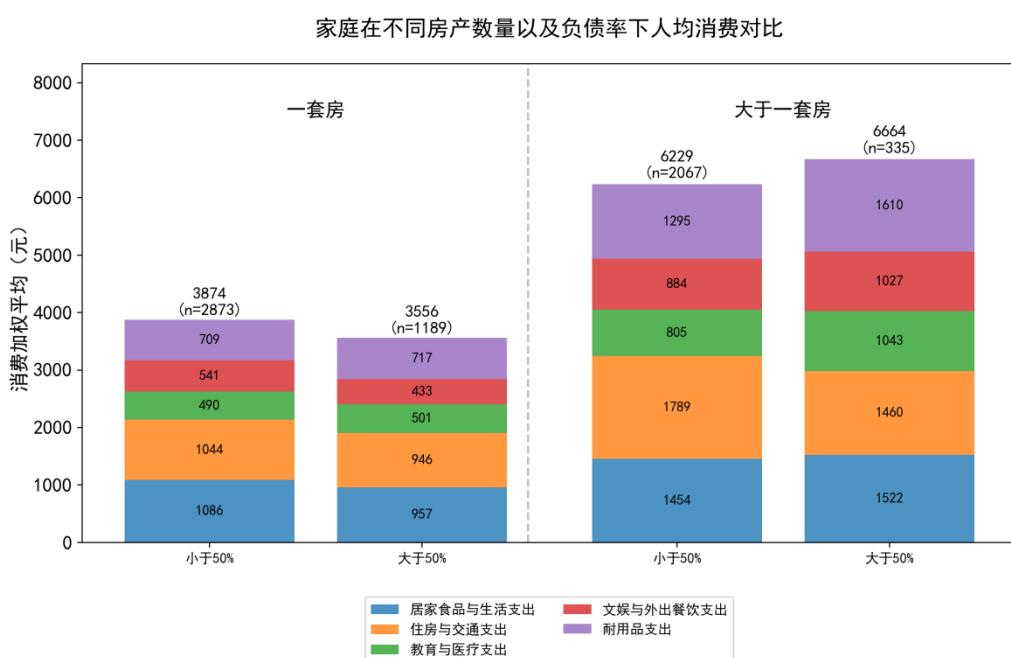


图 45 家庭在不同房产数量以及负债率下人均消费对比

(六) 房价止跌促进消费

为探索房价波动与消费的关系，我们将房价波动定义为用户所在城市近三年房价变动的累计比例，即 $(2024 \text{ 年房价} - 2021 \text{ 年房价}) / 2021 \text{ 年房价}$ ，其中房价数据来源于中国房地产业协会。基于此，将有房家庭在房价波动下的消费进行对比，结果如图 46 显示。整体而言，房产数量多的家庭人均消费水平较高，这与前文结论一致。对于一套房家庭而言，在房价高于 2021 年水平的地区（即房价波动 $>=0$ 组），样本户消费能力明显高于房价低于 2021 年水平地区的家庭样本。对于多套房家庭而言，房价跌幅越大，家庭消费越低，且所有类别消费均下降。

该结果表明，房价止跌有望提振消费水平。在房价下行区间，民众持币观望程度较大，抑制了消费动力。这一趋势与二、三季度结果基本一致。总体而言，房价稳定有助于激发消费动力，过快的涨或跌都不利于以消费带动经济发展。

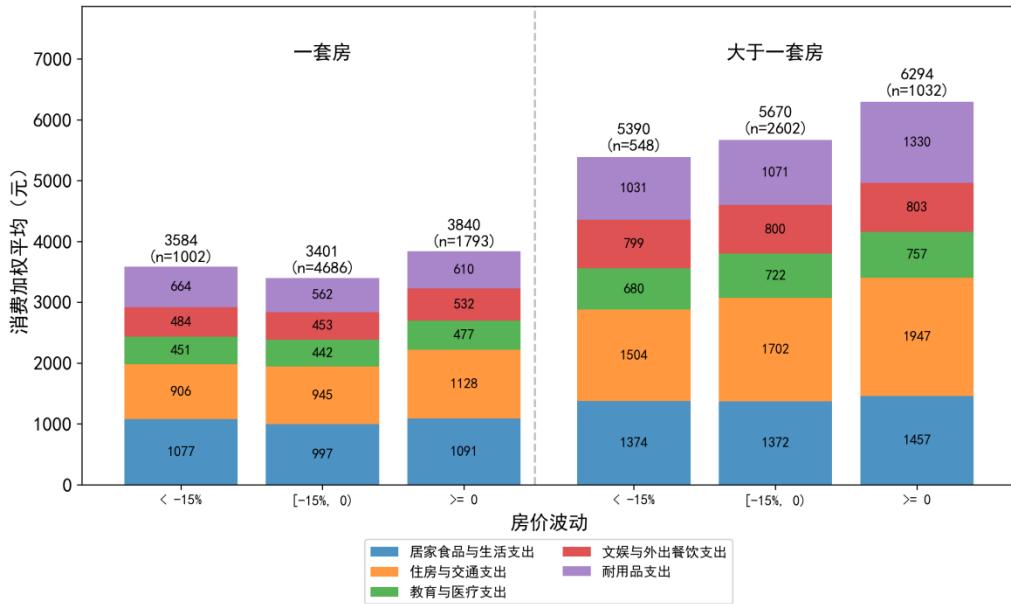


图 46 家庭在不同房产数量以及房价波动下人均消费对比

(七) 金融市场波动与消费情况

为探索金融市场波动与服务型消费的关系，报告比较了三季度与四季度是否有现金储蓄、购买股票、购买理财产品和购买“新三金”产品家庭的消费差异。考虑收入效应，我们将人均月收入分为八组，对比分析不同收入家庭组间的变化。柱状图内的比值为该季度该收入分组家庭的财产性收入占总收入的比例的均值。整体而言，相较于第三季度，有现金储蓄家庭、购买理财产品及购买新三金家庭人均月服务消费均减少，除了收入低于 1k 以及收入 4-5k 的分组，购买股票家庭的人均月服务消费在第四季度都有减少。

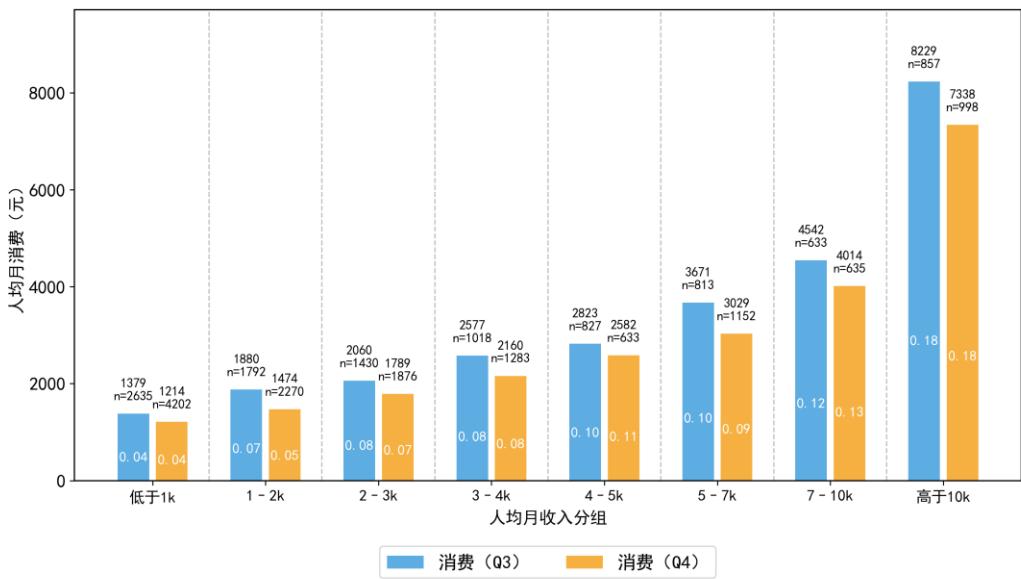


图 47 有现金储蓄家庭在不同收入下人均月服务消费对比

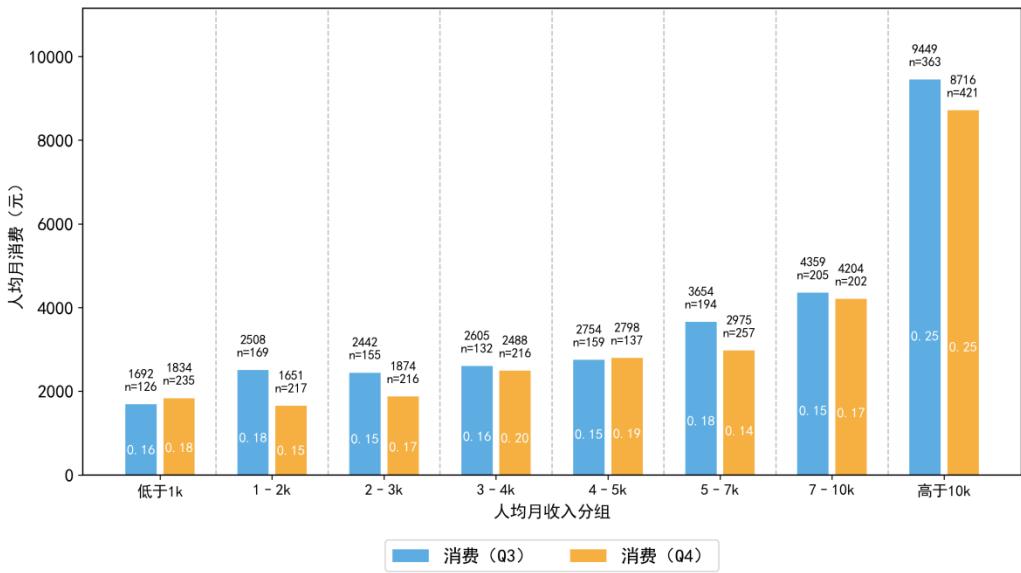


图 48 购买股票家庭在不同收入下人均月服务消费对比

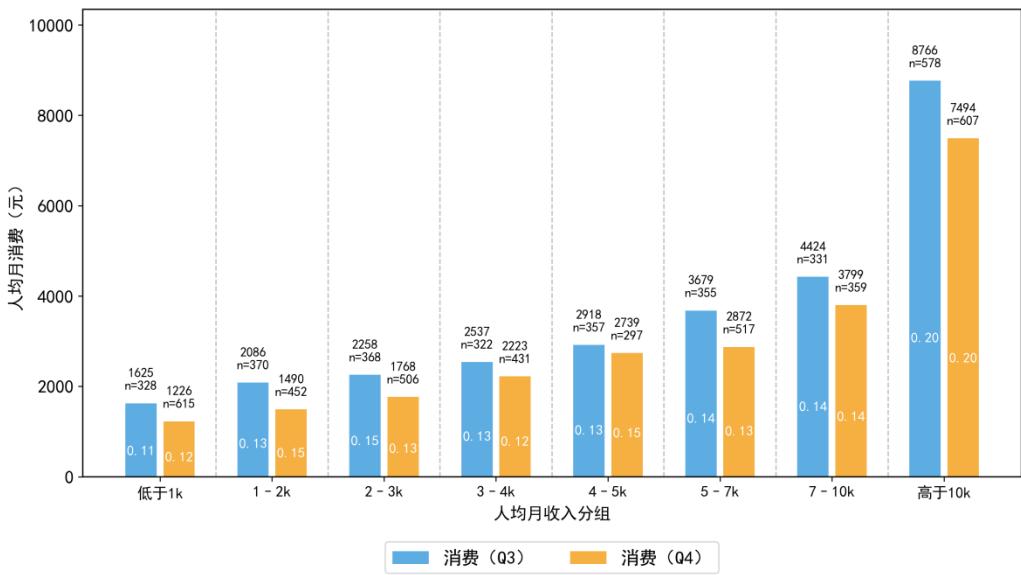


图 49 购买理财产品家庭在不同收入下人均月服务消费对比

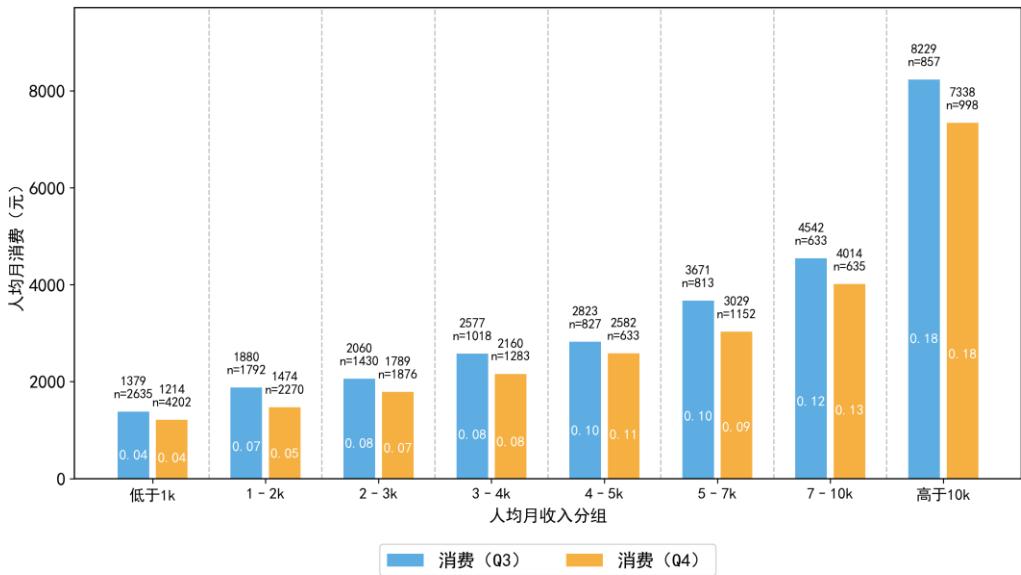


图 50 购买‘新三金’家庭在不同收入下人均月服务消费对比

四、家庭未来预期与消费变化

(一) 消费预期较三季度有所降低

调研结果显示，四季度受访者对未来的消费预期整体保持相对平稳。图 51 关于 9 个消费种类的消费预期调查显示，每类产品平均约有 66%的家庭计划在

未来三个月维持消费规模不变，每类产品平均约有 11%的家庭计划未来增加消费，而每类产品平均约有 23%的家庭计划缩减消费。从全球范围的比较来看，中国消费者预期降低消费的比例相对较低。¹¹从不同消费类别的对比来看，住房支出的消费预期依然最为稳定，约有 74.2% 的家庭计划未来保持住房消费规模；外出餐饮和文娱服务的消费预期下降最为明显，分别约有 29.9% 和 27.8% 的家庭计划降低相关消费规模。

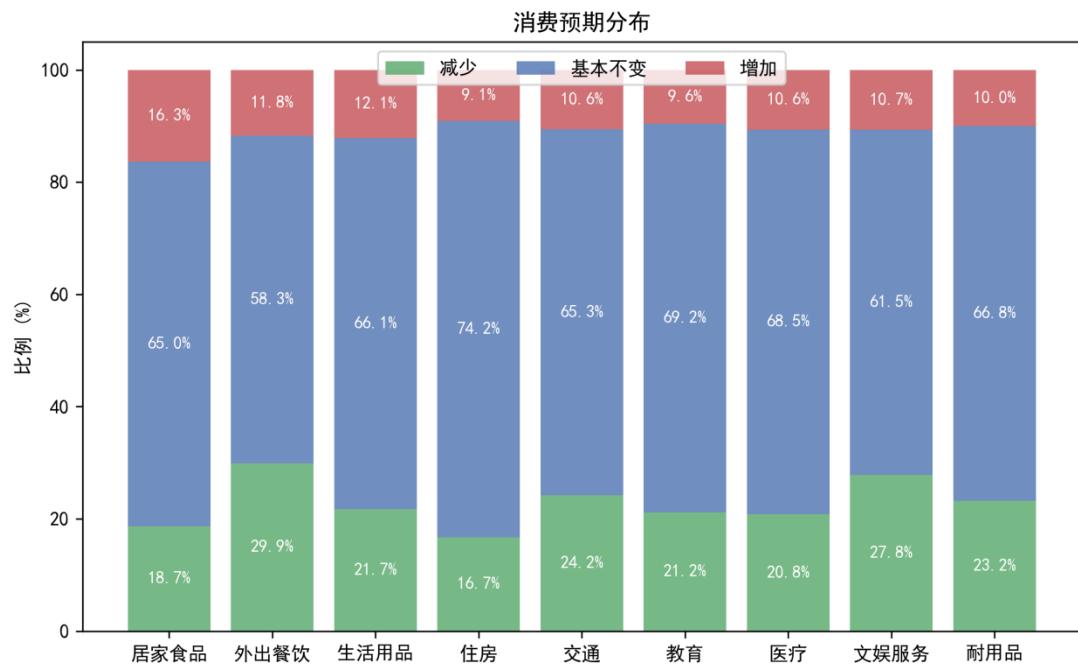


图 51 消费预期分布

为了衡量受访者对未来消费趋势的整体态度和环比变化，我们构建了一个综合性指标——消费预期指数¹²。图 52 显示，“Y”型雷达图整体呈现收缩态势，

¹¹ 与其他国家相比，我们消费预期总体上优于他国汇报的结果。具体比较结果和数据来源：欧美国家数据来自咨询公司艾睿铂（AlixPartners）发布的《2025 Global Consumer Outlook》报告，<https://www.alixpartners.com/media/k1th1ykq/alixpartners-2025-global-consumer-outlook.pdf>；亚太国家数据来自咨询公司麦肯锡（McKinsey）2025 年 6 月发布的《Asia-Pacific consumer sentiment: Spending shifts amid uncertainty》，https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/asia-pacific-consumer-sentiment-spending-shifts-amid-uncertainty#。

¹² 消费预期指数 = (预期增加比例 - 预期下降比例 + 1) / 2，取值区间为 [0, 1]；指数 ≈ 0.5 意味着“增加”和“减少”的比例相当，代表消费预期总体稳定、中性。指数上升表示消费预期整体偏乐观，下降则表示偏向谨慎。

表明第四季度受访者消费预期指数相较第三季度虽存在小幅波动，但整体水平变化有限，反映出居民消费信心总体保持平稳。具体来看，住房和居家食品消费预期指数基本持平，外出餐饮与生活用品类消费预期指数出现一定幅度下降，其中生活用品下降约 2.1%，反映出阶段性需求回落；教育和耐用品消费预期指数降幅相对明显，分别为 2.9% 和 2.7%。除上述类别外，交通、医疗和文娱服务等支出类别的消费预期指数变化幅度较小，整体仍围绕中性区间波动，显示出第四季度居民对未来消费安排保持谨慎。

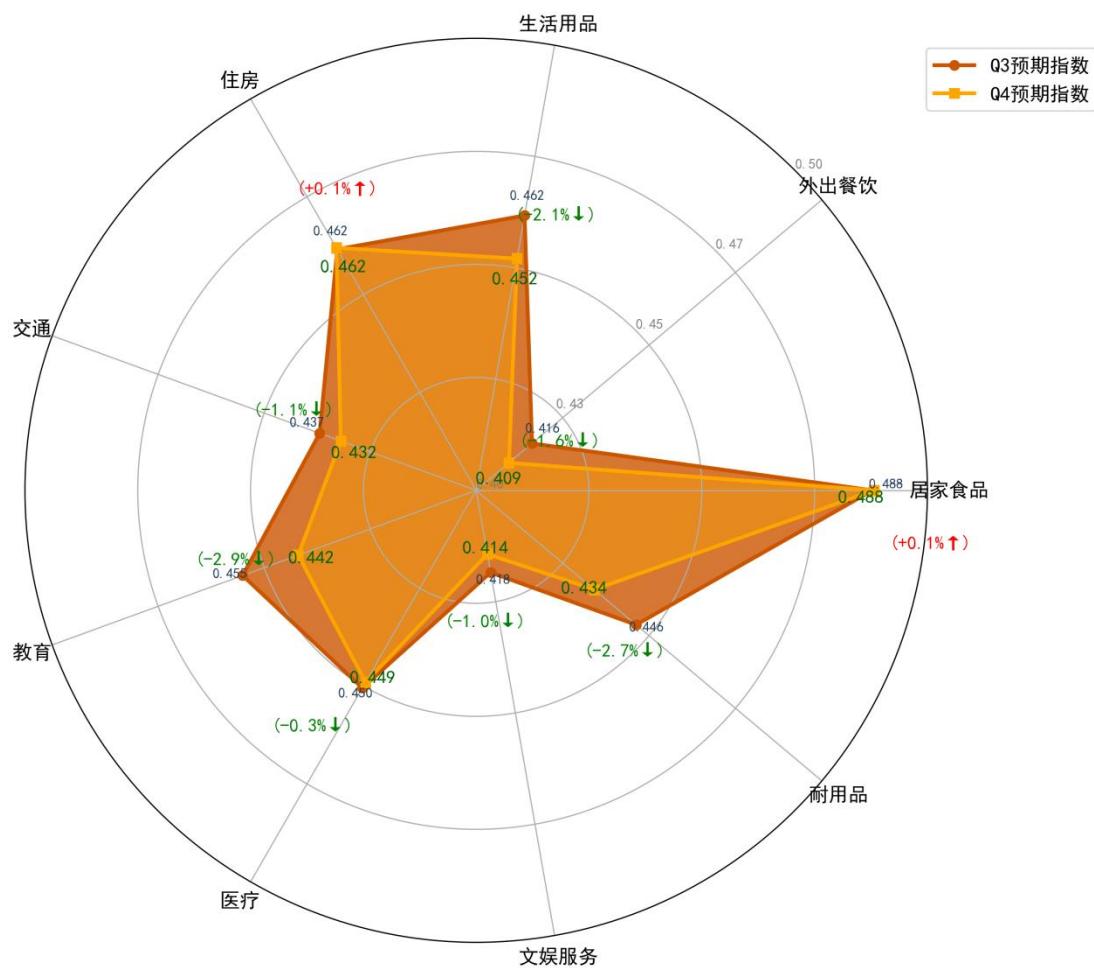


图 52 第三、第四季度消费预期指数及环比变化

注：图中数值为消费预期指数；红色（绿色）箭头表示第四季度消费预期指数高于（低于）第三季度，数值为差值；预期不变则不标识。

（二）稳就业促消费——就业现状、就业预期与消费预期

面对全球经济下行压力，就业稳定是消费稳定的重要决定因素。我们进一步将所调查的消费品合并为 5 类，并且根据受访者的就业状态划分为四组：全职工

作、临时性工作、失业（小于三个月）和失业（大于三个月）。具体而言，在图 52 中，每个条形图表示每类群体在每类消费品中选择计划降低消费的比例，条形图越长，表示此类群体更有可能在此类产品降低未来消费¹³。同时，在条形图右侧标记与上一季度相比、本季度选择计划降低该类别消费比例的变化情况。

首先，图 52 显示，相较于全职工作而言，就业不稳定群体回答各类消费预期下降的比例更高，与三季度结论相仿。如果进一步与三季度展开详细对比，条形图右侧的数值（红色代表预期消费减少的比例下降，绿色代表预期消费减少的比例上升）表明，大部分群体的预期消费减少比例都大于三季度，仅有全职工作的群体的住房与交通支出的比例维持不变。这一变化表明，就业稳定性仍是支撑消费信心与维持消费预期稳定的关键因素，稳就业在很大程度上意味着稳消费、稳预期。当前长期失业群体值得社会各界关注。在具体的消费分类中，文娱与外出餐饮是不同就业群体计划降低消费比例最大的种类：失业（大于三个月）的群体有约 52% 的受访者计划降低此类消费，全职工作的群体也有约 31% 的受访者计划降低此类消费。

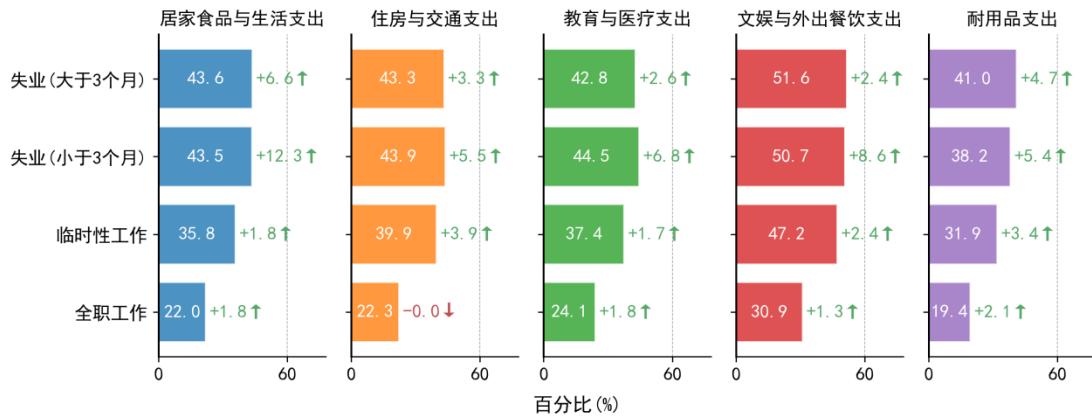


图 53 就业状态与预期消费降低

注：图中比例为不同工作状态的家庭中选择降低消费的占比；红色（绿色）箭头表示第四季度预期消费减少的比例低于（高于）第三季度，数值为差值；预期不变为红色。

¹³ 根据图 50，消费预期下降这一变量的变异度较大，更有机会体现出季度差异，因此以下降比例作进一步分析。不同国家的消费调查结果普遍为预期下降的比例高于预期上升的比例，这更多体现的是人们对节俭行为的认可，预期下降与增加的绝对值比较不可直接用于反应经济状态。相比之下，消费预期的组间差异和动态变化则更具有参考价值。

其次，图 54 展示了在拥有全职工作的受访者中，不同职业类型与预期消费的关系。整体来看，计划降低未来消费的比例依次为其他>自由职业者>个体户>公司普通职员>企业高管>专业技术人员>机关或事业单位人员，呈现出就业稳定性越高，消费预期越稳健的特征。这说明就业稳定程度仍是影响居民消费信心与支出预期的关键因素。“其他职业”群体的消费预期有所改善，可能原因在于上轮以服务业为主导的经济回暖已传导至制造业与农业基层，致使该群体受益于复苏红利。与上季度相比，各类职业群体的预期减少消费的比例普遍上升，其中企业高管和公司普通职员的增幅最为明显，表明这两类群体的消费信心降低，消费预期正由积极向谨慎转变。从消费结构来看，文娱与外出餐饮仍是各类工作群体计划削减比例最高的支出类别：其他职业中约有 44% 的受访者计划减少此类支出，而机关或事业单位群体中亦有约 25% 的受访者表达了相同预期，显示该类弹性消费在不同职业群体中普遍受到收入预期与稳定性变化的影响。

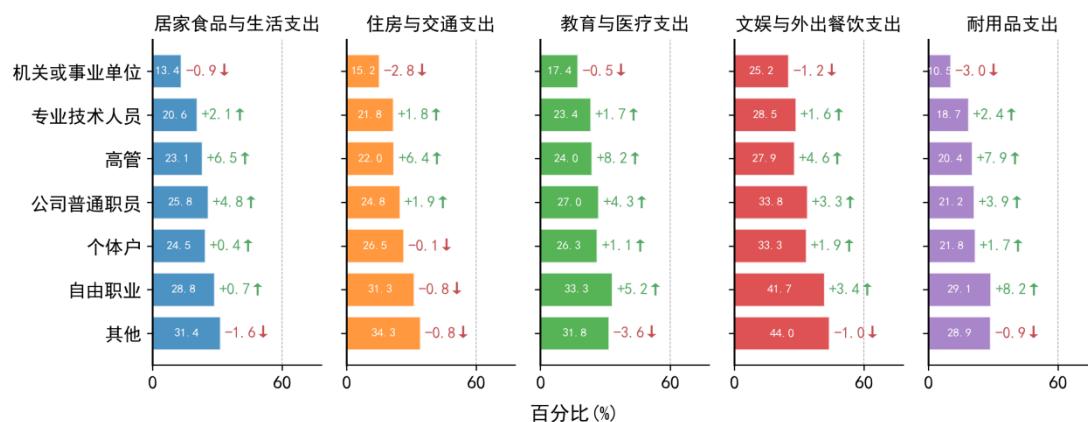


图 54 职业类型与预期消费降低

注：图中比例为不同职业类型的家庭中选择降低消费的占比；红色（绿色）箭头表示第四季度预期消费减少的比例低于（高于）第三季度，数值为差值；预期不变为红色。

最后，我们在调研中收集了受访者对未来工作稳定性的预期，结果显示，回答工作预期稳定的占比 82%，回答工作预期不稳定的占比为 18%。进一步根据这个答案将样本分为两类，展示工作预期稳定性与消费预期的关系，见图 55。结果显示，二者之间的差异非常巨大。工作预期稳定的群体预计各类消费下降的比例仅为 21% 左右，而工作预期不稳定的群体，他们预计消费下降的比例普遍在 50% 以上。在两组群体中，文娱和外出餐饮始终都是计划降低未来消费占比最高的种类。与三季度相比，工作预期稳定与不稳定群体在各类消费中计划降低消费

的比例整体有所上升，且工作预期不稳定群体的增幅更为明显，表明就业预期仍是制约居民消费信心与消费预期修复的重要因素。

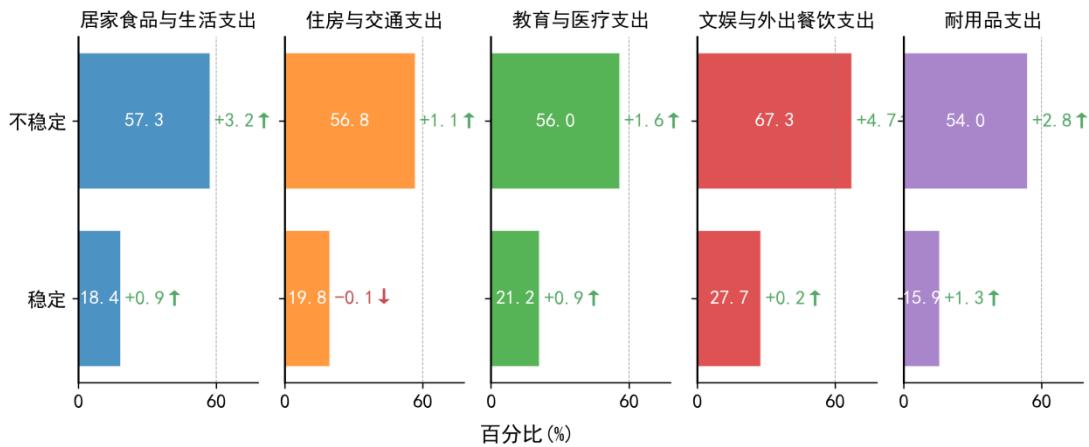


图 55 工作稳定性与预期消费降低

注：图中比例为不同工作预期的家庭中选择降低消费的占比；红色（绿色）箭头表示第四季度预期消费减少的比例低于（高于）第三季度，数值为差值；预期不变为红色。

（三）收入、财富与消费预期

本小节，我们关注收入和财富与消费预期的关系。在图 56 中，受访者按其家庭收入被划分为两组：小于等于 10 万、大于 10 万；在图 57 中，受访者按其家庭金融资产规模分为三组：小于等于 5 万、5-30 万、30 万以上。图 56 和图 57 显示，与上季度相比，不同家庭收入和家庭资产群体“预期减少消费”的比例整体上升，表明居民消费信心有所减弱。值得注意的是，在金融资产处于 5-30 万区间的家庭中，交通与住房、教育与医疗、文娱与外出餐饮、耐用品支出类别的预期下降比例略有减少，这一变化可能与该类群体金融资产增加有关。在具体的消费分类中，文化娱乐和外出餐饮始终是计划削减比例最高的两类支出：在年收入大于 10 万的群体中，25% 的受访家庭表示未来准备降低此类消费；在金融资产大于 30 万的群体中，该比例为 23%。综合图 56 和图 57 的结果可见，不同收入与财富水平的家庭在选择削减消费的类别上表现出较强一致性与结构稳定性，且总体而言，四季度较三季度，消费预期减弱，消费信心不足。

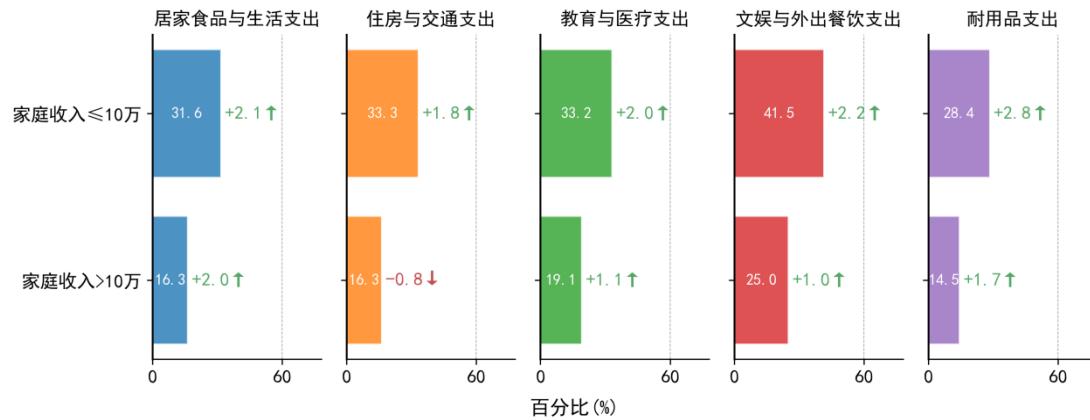


图 56 家庭收入与预期消费降低

注：图中比例为不同收入分组中选择未来降低消费的家庭占比；红色（绿色）箭头表示第四季度预期消费减少的比例低于（高于）第三季度，数值为差值；预期不变为红色。

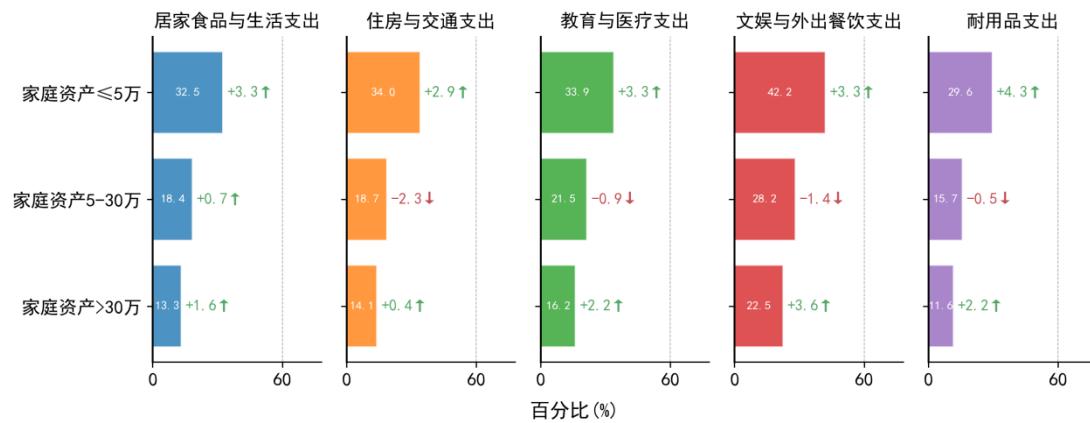


图 57 家庭金融资产与预期消费降低

注：图中比例为不同财富分组中选择未来降低消费的家庭占比；红色（绿色）箭头表示第四季度预期消费减少的比例低于（高于）第三季度，数值为差值；预期不变为红色。

为了更好地使用政策工具提振消费，我们需要明确各类产品在收入下降冲击下的收入消费弹性。收入消费弹性越高的产品，说明消费者越有可能在收入变动的情况下调整消费。为了捕捉收入消费弹性的特征信息，我们在问卷中向受访者提出假设性的问题，即“假设家庭可支配消费金额减少一半的情况下，请提供削减消费种类的顺序”。在图 58 中，我们根据工作特征划分受访群体，并描述每类群体答案中最想削减的消费种类。图 57 (a) 显示无论是失业的群体，还是全职工作的群体，在可支配消费金额减少一半的情况下，最想削减的消费种类都来自文娱与外出餐饮（红色）。图 57 (b) 表明无论是工作稳定的群体，还是工作不稳定的群体，在可支配消费金额减少一半的情况下，最想削减的消费种类同样

都来自文娱与外出餐饮。换句话说，在经济波动期，受影响冲击最大的可能是该领域相关行业，值得政策制定者特别关注。

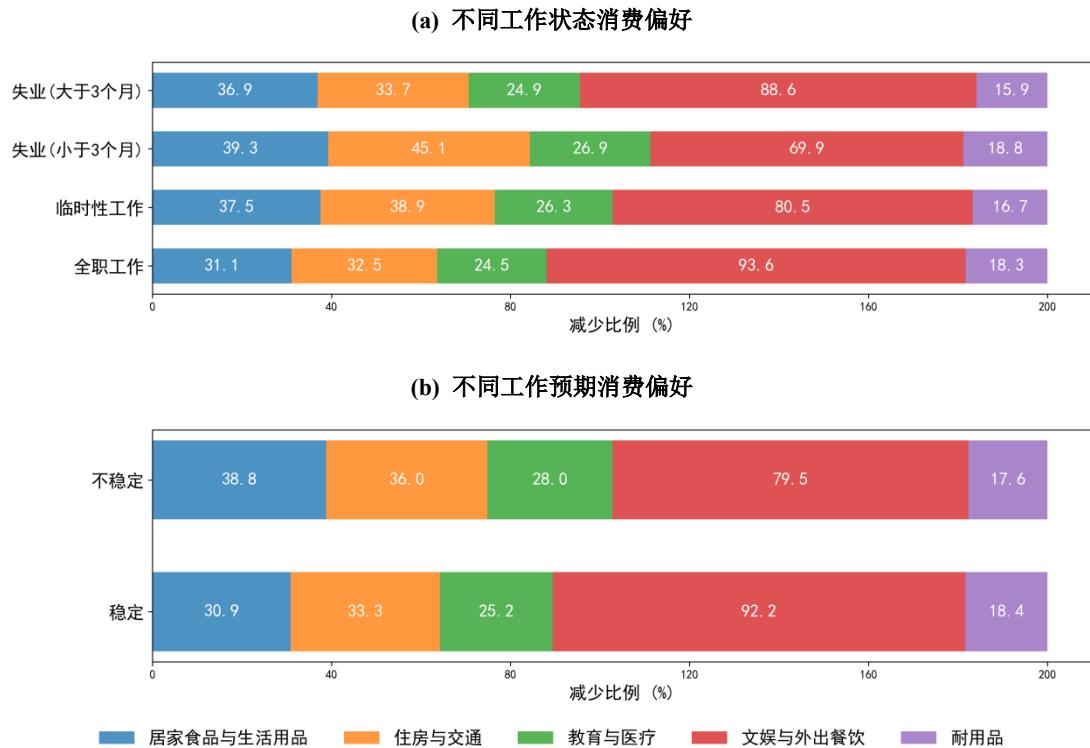


图 58 就业状态与收入消费弹性

注：图中的百分比反映了当家庭可支配收入减半时，各消费类别被选为‘第一’及‘第二’削减项的比例之和。由于统计了两个选择位的比例，所有消费类别的比例之和为 200%。

（四）房价波动与消费预期

为考察房价变动对家庭消费预期的影响，我们按房价累计涨跌幅对样本进行分组，并区分一套房家庭与大于一套房家庭，比较不同房价波动区间内各类消费中计划降低消费的家庭占比情况。¹⁴结果如图 59 所示，在一套房家庭中，房价下跌幅度越大，计划降低消费的家庭占比越高，该特征在所有消费类别中均有体现；随着房价跌幅收窄，消费预期整体趋于稳定。相比之下，大于一套房家庭在各房价区间内计划降低消费的比例整体低于一套房家庭，且随房价波动变化的梯度特征相对不明显，显示出其消费预期对房价下行的敏感度较低。总体来看，房

¹⁴ 房价波动定义为用户所在城市近三年房价变动的累计比例，即 $(2024 \text{ 年房价} - 2021 \text{ 年房价}) / 2021 \text{ 年房价}$ ，其中房价数据来源于中国房地产业协会。

价波动对消费预期的影响在不同房产结构家庭之间存在明显差异，一套房家庭的消费预期对房价下行更为敏感，而多套房家庭的消费预期相对稳健。

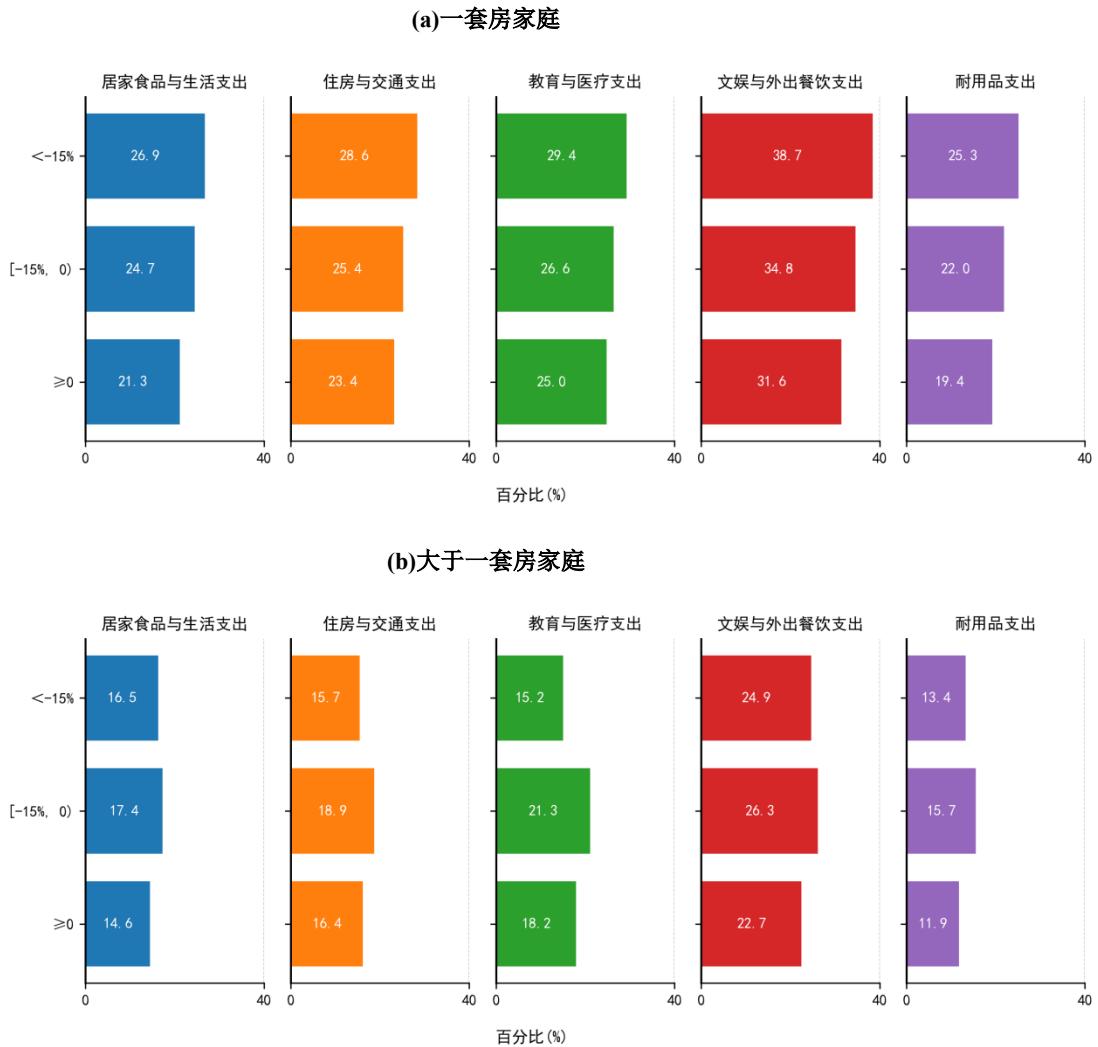


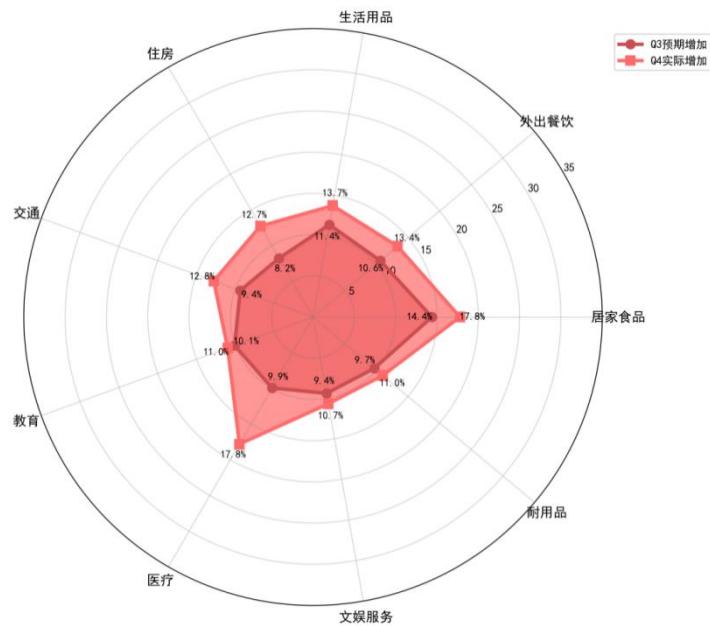
图 59 房价波动与预期消费降低

（五）第三季度的预期消费与第四季度的实际消费对比

最后，我们将第三季度预期消费与第四季度实际消费的情况作对比。根据雷达图 60 的结果，第四季度“实际增加”的比例整体高于第三季度的预期水平，呈现扩张趋势（内圈为第三季度的预期消费增加，外圈为第四季度的实际消费增加）；第四季度“实际减少”的比例整体高于第三季度的预期水平，呈现扩张趋势（内圈为第三季度的预期消费减少，外圈为第四季度的实际消费减少）。从各类消费支出看，第四季度实际消费增加幅度在医疗、居家食品和住房三类中较为突出，显示出居民在健康保障、食品及住房等刚需的消费稳定。同时，文娱服务

与外出餐饮的“预期减少”与“实际减少”比例始终居高不下，且变化不大，反映出居民在非必需性支出上的信心尚未完全修复，弹性消费需求仍处于相对低迷阶段。

(a)第三季度预期与第四季度实际消费“增加”部分对比



(b)第三季度预期与第四季度实际消费“减少”部分对比

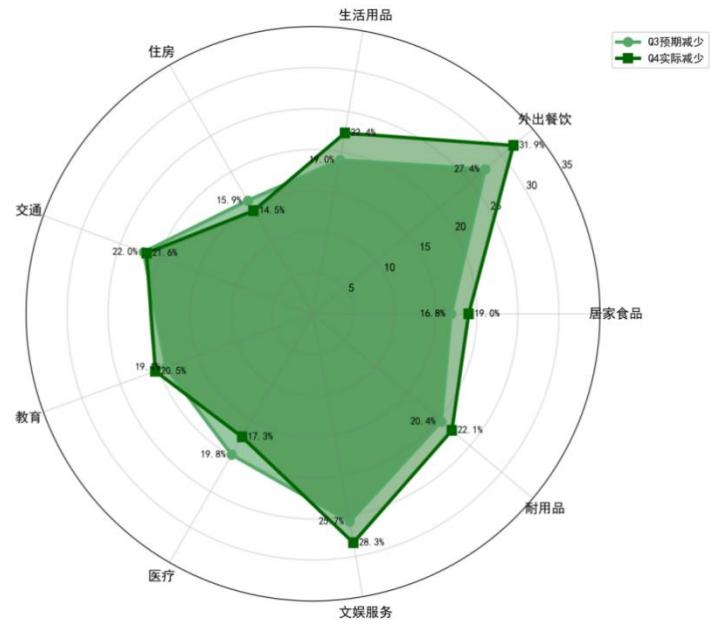


图 60 第三季度预期消费与第四季度实际消费对比

五、总结与建议

(一) 主要总结

由厦门大学经济学科与蚂蚁集团研究院联合开展的“中国家庭财富与消费调查”2025年第四季度的调查数据显示，中国家庭整体收入结构保持稳定，工资性收入仍是家庭最主要的收入来源，占比为61.6%，其核心地位未发生实质性改变。同时，经营性收入、财产性收入、转移性收入及多样性收入家庭占比小幅提升，反映出部分家庭在收入来源上的多元化趋势有所增强。从区域和年龄结构看，一线城市各年龄段家庭的人均年收入仍显著高于非一线城市，其中中年群体在一线城市的收入水平出现一定回落，而青年与老年群体相对平稳。职业结构方面，随着收入水平提高，管理者、个体户、专业技术人员及机关事业单位人员占比持续上升，高收入家庭中未工作与自由职业者比例相对较高。

在资产配置方面，住房仍是家庭最重要的财富载体，家庭房产持有结构整体趋于稳定。第四季度无房家庭占比为28.9%，较三季度有所下降，而拥有一套住房的家庭占比上升至47.5%，继续构成住房结构的主体，多套房家庭比例保持在相对低位。家庭金融资产配置方面，现金与存款依然是最主要的持有形式，但其占比出现回落。一线城市家庭在股票、“新三金”和理财产品等非现金金融资产上的配置比例明显高于非一线城市，尽管较三季度有所下降，但整体仍表现出更高的投资参与度和配置多样性。家庭债务状况继续呈现稳健态势，四季度无房贷家庭占比上升至59.3%，月供负担较高的家庭比例持续下降。整体负债率分布延续“两端集中”的U形特征，无负债家庭比例进一步提高，而高负债家庭仍占一定比重，家庭负债结构分化态势依然存在。

在消费方面，第四季度家庭消费水平较三季度出现回落。调研样本家庭人均月消费支出为2421元，各城市层级家庭消费均出现不同幅度下降，其中一线城市人均月消费为3424元，重点城市和其他城市分别为2607元和2130元。城市间消费结构差异依然显著，一线城市住房与交通支出占比突出，生活成本较高，而非一线城市家庭消费仍以居家食品和基础生活支出为主。从不同群体看，全职工作家庭的消费水平依然高于临时性工作和失业家庭；青年群体在文娱、外出餐饮和耐用品方面消费相对活跃，中年群体消费更多集中于教育和医疗支出，老年

群体则主要聚焦于住房交通和基本生活支出。一线城市中高收入老年家庭消费表现相对稳健，显示出一定的银发消费潜力。整体来看，四季度消费回落主要受假期因素消退和收入预期趋于谨慎的影响，消费结构本身并未发生根本性变化。

家庭责任结构和社会保障状况仍对消费行为产生重要影响。无抚养或赡养责任家庭的消费水平显著高于承担相关责任的家庭，而有家庭责任的家庭在教育与医疗等刚性支出上的比重更高。城镇户籍家庭消费水平整体高于农业户籍家庭，且消费回落幅度相对更为明显。社会保障方面，全职工作群体的养老保险和医疗保险覆盖率显著高于其他职业群体。中低收入家庭中，缴纳社会保险的家庭消费水平相对更高；而高收入家庭中，未参与医疗保险者消费反而更高，可能更倾向于通过商业保险进行风险管理。这显示出不同收入群体在保障方式选择上的差异。

住房条件、负债水平与消费之间的关系在第四季度依然清晰。有房家庭在各年龄段、各类消费项目上的人均消费普遍高于无房家庭，购房压力对青年和中年无房家庭的消费约束尤为明显。负债率较低的家庭消费能力相对更强，而在低资产家庭中，随着负债率上升，消费逐步受到抑制；在多套房家庭中，较高负债率并未显著压制消费，体现出一定的财富效应。房价波动方面，在房价跌幅较大的地区，家庭消费普遍收缩，文娱、外出餐饮和耐用品等弹性消费下降更为明显，房价趋稳有助于缓解观望情绪、提振消费信心。

在未来消费预期方面，第四季度居民消费预期整体保持平稳，但较三季度有所走弱。多数家庭计划维持现有消费水平，计划增加消费的比例维持在较低水平，而计划减少消费的比例有所上升，尤其集中于文娱与外出餐饮等弹性消费领域。就业稳定性依然是影响消费预期的关键因素，就业不稳定群体和失业时间较长群体中，计划降低未来消费的比例显著高于全职工作群体；同时，工作预期不稳定的家庭在各类消费中均表现出更强的收缩倾向。收入和财富水平同样对消费预期产生显著影响，低收入和低金融资产家庭更倾向于削减未来消费，而不同收入和资产水平家庭在削减消费类别上的选择呈现出较强一致性。

总体来看，第四季度中国家庭在收入和财富结构上保持相对稳定，但消费表现由三季度的阶段性回升转向回落，居民消费信心和消费预期趋于谨慎。家庭资产配置更为保守，负债结构持续优化，就业稳定性和收入预期仍是制约消费恢复

的关键因素。相关政策有必要继续围绕稳就业、稳收入和降低不确定性发力，通过改善预期环境，逐步释放家庭消费潜力，推动消费回归更加稳定和可持续的增长轨道。

（二）政策建议

1. 稳就业、强保障，夯实消费预期基础

就业稳定与家庭消费决策高度相关。在预期降幅方面，工作预期不稳定群体预计消费降幅普遍超过 50%，就业不确定性风险已然成为抑制家庭消费潜力的关键因素。在就业结构方面，失业群体中青年占比居高不下，中年群体面临收入回落压力。青年群体是文娱与外出餐饮、耐用品支出等弹性消费支出的中坚力量，其就业波动对消费冲击较大。建议继续将稳就业作为稳消费的关键锚点，重点关注青年、自由职业者、失业者等重点人群。围绕新产业、新业态的发展趋势，拓宽就业渠道，加大稳岗拓岗力度，提供“培训+转岗+匹配”一体化支持方案。同时，强化再培训体系建设，通过阶段性稳岗政策缓解中年群体在经济调整期面临的收入与职业压力，稳定整体家庭消费预期。

完善社会保障覆盖，降低收入不确定性对消费的抑制作用。报告显示，临时就业者与失业者的社会保障覆盖比率偏低，应加快完善灵活就业及失业群体的社会保障体系，简化参保流程，降低参保门槛，稳定该群体收入来源。同时，完善生育补贴、托育支持、税费减免等基本保障机制，缓解家庭责任对消费的结构性约束，削弱因不确定性造成的过度储蓄动机，提振家庭消费信心。

2. 优化家庭资产负债结构

第四季度家庭资产负债结构趋于稳健，但风险偏好下降及住房支出压力仍然抑制着消费增长。一方面，无房贷及无负债家庭占比上升，家庭在负债管理上表现得更加谨慎。另一方面，与三季度相比，新三金及理财产品等非现金资产的持有比例在不同城市层级中普遍回落，家庭金融资产配置行为趋于保守，短期内可能会抑制消费的释放。在防范风险的前提下，建议金融机构关注对“低波动、易理解、强引导”类型普惠理财产品的设计，构建覆盖多生命周期、风险等级清晰的金融产品体系，避免居民资产过度回流至储蓄。同时，提升理财服务的透明度和普惠性，强化家庭金融素养和风险认知教育，为不同年龄与收入层级家庭提供

财务管理指导，帮助家庭实现稳健的财务规划，提振消费信心，增强中长期消费能力，在合理区间内释放家庭消费潜力。

3. 释放全年龄段内需潜力

报告显示，四季度家庭人均消费水平出现回落，尽管居民消费信心仍处于持续回升阶段，但与三季度相比，消费预期的回暖趋势有所减缓。从消费结构上看，文娱、餐饮等非必需性消费的“预期减少”与“实际减少”比例依然偏高，居民弹性消费需求仍处于相对低迷阶段。此外，不同年龄群体之间在消费结构上展现出差异性：青年群体偏向发展性与享乐性消费，中年群体承受教育、医疗等家庭责任支出的压力，老年群体消费则高度集中于基本生活和健康保障。同时，高收入老年群体表现出强劲的消费能力，凸显了银发经济潜力。建议精准定位不同年龄群体的消费需求，摒弃“一刀切”的促消费模式。针对青年群体，应着力降低发展性消费成本，减轻该群体在职业发展、安家落户、婚育教养等方面的刚性支出压力；针对中年群体，应缓解家庭责任压力，完善教育医疗等公共服务供给，减轻其在抚育及赡养方面的支出负担；针对老年群体，应提供康养型消费供给，激发银发消费潜力，推动构建覆盖全生命周期的内需增长格局。

4. 以服务消费为抓手，形成就业、消费的良性循环

报告显示，四季度文娱及外出餐饮消费回落明显，且当可支配收入下降时，家庭优先削减文娱及外出餐饮的预期消费。这表明相关行业在经济波动期承受较大冲击，也对相应就业岗位产生持续压力。建议协同推进服务消费恢复及就业稳定，防止消费收缩与就业承压形成负向循环。政府应提供定向化消费支持措施，针对青年或灵活就业群体定向发放限期使用的餐饮、文旅消费券，引导居民将消费需求转化为即时消费。地方政府可围绕春节、寒假等节点，开展“惠民文旅季”、“餐饮促销月”等促消费活动，提升居民消费积极性，稳定文娱、餐饮等服务行业消费需求，进一步释放服务消费潜力，推动形成就业、消费的良性增长循环。

附录 I：数据简介

为了更全面、深入地了解中国居民在当前经济环境下的消费行为与家庭财富状况，厦门大学经济学科依托其学术研究优势，与蚂蚁集团研究院联合，共同发起了“中国家庭财富与消费调查”项目。该调查以科学严谨的问卷设计为基础，聚焦于居民家庭的收入来源、财富配置结构、总体消费水平与各类消费支出的构成，以及居民对未来收入与消费等方面的预期与信心等多个维度，从微观层面描绘出中国居民家庭的消费与财富结构图景。调研覆盖全国大多数省份，涵盖不同收入、年龄、职业背景的居民群体，确保样本的代表性与数据的广泛性，并于每个季度末开展线上调研。本调查样本基于支付宝平台的活跃用户，通过随机发放问卷获得，每季度形成一次截面数据。为了增强样本代表性，本报告按照国家统计局 2020 年第七次全国人口普查各省的家庭户规模结构对样本进行权重调整，具体调整方法与结果见附录 II。

2025 年的四季度调研投放渠道为支付宝 APP 的消息盒子。本次线上调研投放时间为 12 月 23 日至 1 月 4 日，共回收问卷 15,536 份，扣除问卷应答时间极小的样本后，共保留有效问卷 15,372 份。需要注意的是，2025 年一季度问卷投放渠道包括支付宝 APP 的消息盒子与蚁问，两个渠道的问卷回收量各约占 50%，二季度、三季度与四季度的问卷投放渠道仅为支付宝 APP 的消息盒子。为了保证样本可比性，本报告一至四季度的数据比较分析仅使用了来自相同渠道的样本，即消息盒子的样本。虽然调查团队已采用多种统计方法以提高不同季度样本的可比性，但在进行跨季度比较时，相关结论仍需谨慎解读。

附录 II：样本权重调整

（一）调整方式

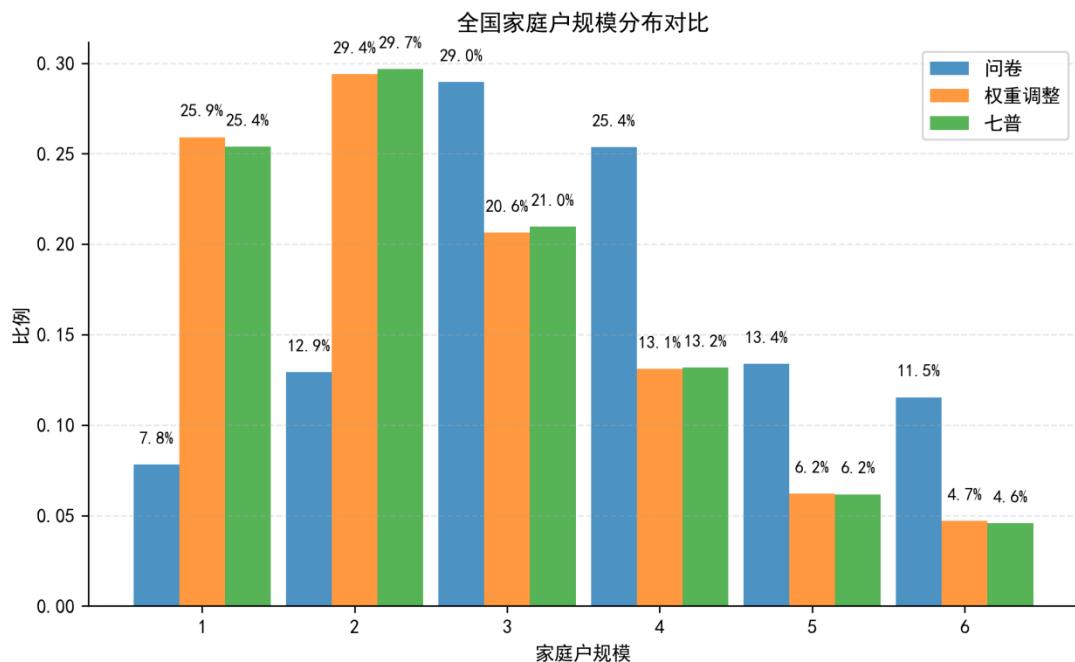
根据第七次全国人口普查（下文简称七普）中家庭户数数据，针对问卷数据进行家庭权重的调整，其中家庭权重构造如下：

$$\omega_{h,p} = \frac{\frac{N_{h,p,NBS}}{N_{h,p,Survey}}}{\frac{\sum_h^6 N_{h,p,NBS}}{\sum_h^6 N_{h,p,Survey}}} \quad (\text{II-1})$$

其中, ω 为基于公式计算出来, 将会被赋予各样本户的权重; N 为拥有 h 人口的家庭户数; h 为家庭规模, 取值 1-6, 6 代表家庭人口为 6 人及以上; p 代表省份; Survey 代表来自问卷, NBS 代表来自七普。因此, 问卷样本中各省不同家庭规模对应户数, 记为 $N_{h,p,survey}$, 七普中各省不同家庭规模的户数记为 $N_{h,p,NBS}$, 上述公式计算出的家庭权重 $\omega_{h,p}$ 将按照各省七普结果校准调查户在分析中的权重。

(二) 调整结果

权重调整后家户规模分布, 个体的年龄分布和七普对应的分布基本一致。



注: 6 人包括 6 人及以上

图 II-1 权重调整前后的家庭户规模分布

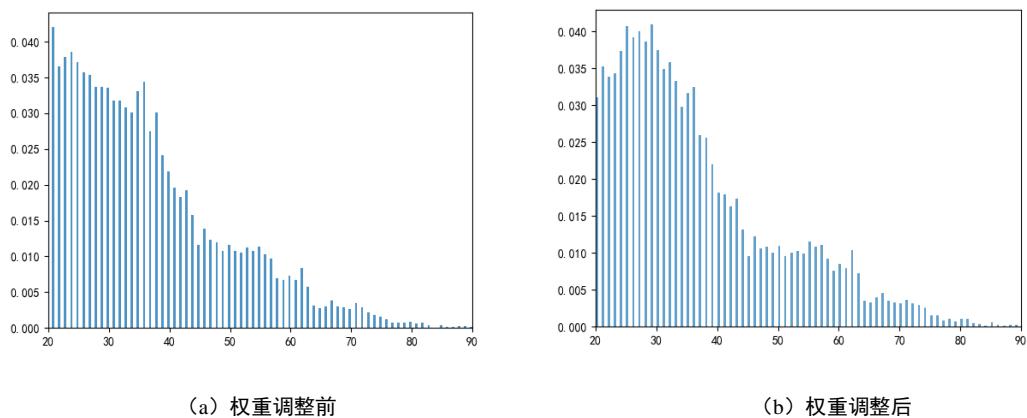


图 II-2 权重调整前后的年龄分布图

