

不同市场环境下五年后燃油车的生存状况分析报告

来源：徐淑娟 发布时间：2025-11-13 01:10:04

当下，汽车产业正处于百年变革的关键时期，燃油车面临着前所未有的挑战与转型压力。2025 年，新能源汽车销量已占据全球车市半壁江山，但街头巷尾奔跑的燃油车依然是交通图景的主体部分。站在这个历史节点展望五年后的 2030 年，燃油车不会如某些激进预测那样彻底消失，而是将在不同市场环境中呈现显著分化的生存状态——从主流市场逐步退守至特定细分领域，形成与新能源汽车长期共存的多元格局。这种分化既源于政策导向的差异，也受到技术演进速度的制约，更取决于区域市场的经济基础与消费习惯。

政策导向对燃油车生存的影响

全球范围内，燃油车禁售时间表已形成明确的推进路线，但落地节奏呈现出务实的梯度特征。目前已有超过 30 个国家和地区宣布了禁售计划，挪威将在 2025 年成为首个全面禁售燃油车的国家，英国、德国等欧洲国家设定在 2030 年，中国海南则明确 2030 年试点禁售。这些政策直接重塑了车企的战略布局，宝马、奥迪等传统品牌已停售部分燃油车型，转而聚焦纯电和插混产品。然而政策并非简单的“一刀切”，欧盟允许使用合成燃料的燃油车继续销售至 2035 年后，中国对商用车、特种车辆（如越野车）也留有明确缓冲空间，长城汽车仍在研发 4.0T V8 发动机即是例证。

政策对燃油车市场的影响呈现出“双重性”特征：一方面通过排放法规持续提高燃油车生产门槛，中国国六 B 标准实施后，不符合要求的车型已被迫退出市场；另一方面对存量市场采取渐进式管理，考虑到燃油车平均 10-15 年的使用寿命，即使 2030 年主要经济体全面禁售新车，存量燃油车仍将延续至 2045 年左右。工信部原部长李毅中曾指出，预计到 2030 年中国汽车保有量中燃油车仍能占 80%，这一判断揭示了政策在推动转型与维护稳定之间的审慎平衡。

技术发展与燃油车的竞争力表现

新能源汽车的技术迭代正在重塑行业竞争规则，但燃油车通过技术升级仍在特定领域保持竞争力。当前电池技术取得显著突破，宁德时代神行电池 plus 实现 1000 公里续航和 10 分钟快充 600 公里的性能，800V 高压快充技术逐步普及，这些进展持续压缩燃油车的使用优势。智能化领域差距更为明显，华为 ADS 3.0、小鹏 XNGP 等系统已实现城市道路自动避障，而燃油车因动力响应机制限制，在智能驾驶适配性上处于天然劣势。



然而燃油车在技术层面仍保有三重“护城河”：极端环境适应性方面，北方冬季低温环境下电动车续航普遍缩水 30%-50%，而燃油车启动性能不受影响，2025 款大众探岳 L 凭借耐寒性能在东北地区销量逆势增长即是证明；情怀与品牌忠诚度构成独特市场，保时捷 911、本田思域 TYPE R 等燃油性能车拥有稳定的“死忠粉”群体，2025 款思域 TYPE R 上市首月订单破万；细分市场技术壁垒短期内难以突破，硬派越野领域中，路虎卫士插混版因电机动力不足被用户吐槽“越野不如燃油版”，显示燃油动力在特定场景下的不可替代性。

值得关注的是燃油车自身的技术进化，大众第五代 EA888 发动机通过 VTG 可变涡轮技术将油耗降低 8%，中科院二氧化碳加氢转化汽油技术已开始落地量产，这些进展都在延长燃油车的技术生命周期。传统车企也在推进“过渡技术”，丰田、本田等企业大力推广的混动技术，使燃油消耗降至 4-5L/100km 水平，在充电设施不完善地区形成独特竞争优势。

市场需求的变化与燃油车的市场定位

全球燃油车保有量已超过 14 亿辆的庞大基数，构成燃油车存续的基本盘。尽管新车市场被新能源汽车快速渗透，但二手车市场仍以燃油车为主导，2025 年中国二手燃油车交易量占比仍高达 75%。这种存量与增量市场的“剪刀差”意味着，即使五年后新能源汽车新车销量占比达 70%，燃油车仍将在较长时期内保持市场存在感。

市场需求的分层特征为燃油车创造了差异化生存空间。在实用主义消费群体中，三四线城市及农村地区用户更看重购车成本与维护便利性，2025 款别克昂科威 S 以 15 万元价格和成熟动力总成，成为该市场“性价比之王”；高端消费领域，凯迪拉克 CT5 赛道版凭借 2.0T+10AT 动力组合，吸引追求驾驶体验的年轻用户，销量同比增长 25%；特殊工具车市场几乎完全依赖燃油动力，皮卡、工程车等车型因使用场景特殊，电动化进程明显滞后。

新兴市场与发达市场呈现截然不同的需求结构。东南亚、非洲等地区消费者对价格敏感，电动车成本居高不下且基础设施缺失，低价燃油车年销量增速仍维持在 4.5%；与之形成对比

的是挪威、荷兰等发达市场，电动车渗透率已接近 90%，燃油车正快速退出私人消费领域。这种差异使得燃油车不会出现全球性的统一退场节奏，而是根据区域市场特点呈现梯度衰减。

区域差异对燃油车生存的影响

五年后的全球汽车市场将呈现显著的区域分化格局，燃油车的生存状态将深度嵌入各区域的发展阶段与政策环境中。在发达市场，以欧盟和中国一线城市为代表，预计将形成电动车（45%）、混动车（30%）和燃油车（25%）的三元格局。这些地区充电设施完善，政策限制严格，燃油车主要退守高端性能车和特殊用途领域，其市场份额将压缩至 25% 以下。

主流市场如中国大部分地区、美国等，将成为燃油车的“战略相持区”。这些地区政策执行更为灵活，充电设施处于建设完善期，消费者需求呈现多元化特征。预计到 2030 年，燃油车仍将占据 30%-35% 的市场份额，其中混动车成为重要过渡形态，大众、丰田等车企的“油电并举”战略将在此类市场获得空间。长安汽车董事长朱华荣预测的 80% 燃油车品牌“关停并转”，主要将发生在这些市场的中低端领域。

发展中国家将成为燃油车最后的主要阵地。印度、东南亚及非洲地区，由于经济发展水平限制，充电基础设施建设滞后，消费者购车预算有限，燃油车在较长时期内仍将占据主导地位。这些地区不仅是传统燃油车的销售市场，也可能成为部分淘汰产能的转移目的地，形成全球汽车产业梯度转移的新特征。值得注意的是，这些市场的年轻人口结构和消费升级趋势，可能加快新能源汽车的渗透速度，为燃油车的最终退出埋下伏笔。

燃油车在五年后面临的潜在挑战

尽管存在多元生存空间，燃油车在未来五年仍将面临系统性挑战，这些压力将持续压缩其市场生存边界。产能闲置问题已成为行业痛点，中国 3000 万辆燃油车产能中已有大量闲置，广汽菲克长沙工厂历经五次拍卖才勉强成交，降价幅度近 10 亿元。这种产能过剩将导致连锁反应，从产销量下降到销售渠道收缩，近年来部分豪华品牌线下 4S 店数量持续减少，部分经销商转向新能源汽车销售渠道，预示着燃油车服务体系的萎缩趋势。

残值率结构性下跌构成燃油车车主的直接压力。乘联会数据显示，日系丰田、本田等主流燃油车保值率已从 2021 年的 80% 左右下降 20-30 个百分点，德系豪华车残值下滑更为明显。这种贬值不仅源于新车价格战，更根本的是消费认知转变——当年轻消费者进入市场，燃油车的配置劣势和技术代差使其失去吸引力。尤其高端燃油车面临双重打击，既无新能源汽车的智能化优势，又因排放政策面临使用成本上升压力。

燃油车使用环境的变化将进一步削弱其吸引力。多个城市已实施燃油车限行政策，武汉长江大桥等主干道在工作日 7 点至 22 点对燃油车按尾号限行；国七排放标准的酝酿出台，可能使大量老车面临年检难题。与此同时，油价长期上涨趋势明显，交通领域消耗的 7 成进口石油若转向化工原料生产，将从根本上改变能源消费结构，间接推高燃油使用成本。这些因素共同构成了燃油车“使用成本攀升 - 残值下降 - 消费意愿降低”的恶性循环。

研究结论与相关建议

展望 2030 年，燃油车的生存状态可以概括为：市场份额显著收缩但不会消失，在不同区域呈现梯度衰减，最终退守至技术壁垒高、政策限制少的细分领域。这种生存形态既非某些预测的“全面淘汰”，也不可能维持现有市场地位，而是进入与新能源汽车长期共存的“多元技术协同演进”阶段。

对燃油车企业而言，战略收缩与精准聚焦成为必然选择。大众、丰田等巨头应继续推进“油电并举”，利用规模优势维持燃油车利润；长城、Jeep 等专注细分市场的企业，可深耕硬派越野等新能源技术暂难突破的领域；而缺乏核心技术的中小品牌，则需正视“关停并转”的行业洗牌。技术路线上，发展混动技术、合成燃料适配、提升燃油效率仍是可行方向，中科院二氧化碳加氢制汽油技术的落地即是重要探索。

消费者决策应基于使用场景与地域特征理性选择。一线城市用户可优先考虑新能源汽车，享受政策红利与使用成本优势；三四线城市及长途出行需求者，燃油车或混动车仍是务实选择；收藏与性能爱好者，可关注经典燃油车型的稀缺性价值，部分车型可能成为“理财产品”。需要警惕的是“认知陷阱”，传统观念中的“燃油车保值”已非铁律，购车决策需纳入长期使用成本核算。

政策制定者应保持转型节奏的灵活性，避免“一刀切”式禁售带来的社会成本。在推进新能源汽车发展的同时，需完善燃油车退出机制，建立合理的残值补偿制度，保障存量车主权益；对商用车、特种车辆等特殊领域，应给予更长转型周期；在基础设施建设上，兼顾不同地区发展差异，为燃油车有序退出创造条件。汽车产业的百年变革，终究需要技术创新与社会适应的协同推进，而非简单的替代与淘汰。

燃油车的退场将是一场渐进有序的漫长过程，五年后的 2030 年，我们看到的不会是燃油车的葬礼，而是汽车产业多元技术路线并存的新生态。这种生态中，每一种技术都将找到最适合的应用场景，共同构成可持续交通体系的丰富图景。

HTML版本： [不同市场环境下五年后燃油车的生存状况分析报告](#)