

跨界风劲吹 小型商务车渐成新宠

未来什么车型将成为新宠？

在人们追求个性解放、打破固有的条条框框的当下，跨界风也从时尚圈吹到了汽车行业。随着汽车工业的升级和发展，传统的汽车种类划分界限被不断打破。

据权威机构的研究，相当一部分微车用户和部分轿车用户在生活水平提高后，需要有一款车来实现微车的经济性、MPV 的舒适性、SUV 的突破性和轿车的时尚性。现有的车型种类，显然已经不能满足他们的多层次需求。

在这样的背景下，汽车界的新宠儿——小型商务车应运而生。

车型革命 市场新宠

所谓小型商务车，就是一种处于微客、轻客之间的“蓝海地带”的新兴细分市场车型。它集轿车、厢式车、旅行车的特点于一身，具有多用途、多功能、高性能的产品。

相对于传统微客，小型商务车既具有更大、更宽敞的空间，又因配备了国际化动力和欧洲新技术而具有更出色的性能，气派并充满现代感的内外外观设计让其档次明显提升。相对于传统轻客，小型商务车具有更出色的经济性、实用性和灵动的车身尺寸与操控性，在售价、燃油成本等方面，小型商务车更具有明显优势。

可以说，小型商务车集合了小型车和商务车的一些特质，但并不是简单的“一加一等于二”，而是将“小型”与“商务”相融合，所体现出的就是一种高品质的、统筹兼顾“商务、商用、家用”需求的全新车型。

从世界范围看，VAN（厢式客货两用车）起源于欧洲，已有四五十年的历史。在最近 10 年的发展中国，欧洲市场上的微客产品在原有

车型基础上，车身尺寸进一步增大，承载空间和承载能力得到显著提高，造型更趋于 MPV；在功能上，也由早期的单一拉货为主，演变到家用休闲、客货兼用为主。现如今，这样的趋势也在国内逐步明朗。

商务、商用、家用，一个都不能少

今年 36 岁的王先生，在盛年之际离开原来的大型国企，下海创业，成为一位创业新贵。随着业务的不断拓展，生意日益兴隆的王先生最近寻思换一辆车，既能同时满足商务出行与接待、家庭代步与休闲等多种需求，还能兼顾商用，价格又不要太高。可让王先生苦恼的是，市面上已有的车型类别——微客、轻客、MPV 似乎都不太符合要求。

事实上，和王先生有着相同烦恼的人不在少数。正如美国三大汽车巨头之一的克莱斯勒集团所言，跨界车“产生的主要原因来自消费者对于特殊用途车辆的需求”。和许多事物一样，跨界车在国内的兴起，完全是循市应求而发，有其必然性与合理性。也正因为如此，当多元、复杂的需求越来越呈现出群体、急迫等诉求特征时，一类新车型势必出现。

小型商务车的诞生，契合了一个市场经济下新兴人群——创业新贵和职业经理人的消费需求。这类人群大多为男性，30~45 岁之间，已婚，价值观念传统，注重家庭，努力奋斗。无论是出入写字楼的经理人，还是进行二次创业的创业精英，他们都全力拼搏，为了让一家人生活得更好。他们有一定的消费能力，务实精明，既关注体面外观，又看中实用、经济，因为他们有时需要西装领带出入机场、酒店、商务楼；周末休息，他要载上一大家人，或郊游或聚会。

可以说，小型商务车是伴随着中国经济发展与汽车产业发展的新兴细分市场需求产物。相对传统微客、轻客，它具有更灵动的车身尺寸与操控性、更经济的实用性，能容 5~9 人的乘坐空间、气派现代感的内外外观设计，满足商务、商用、家用的多层次用车需求。

消费升级 小型商务车大有作为

专家指出，小型商务车的诞生绝非偶然。市场的变化，消费的多元化发展显然是决定性因素。伴随着中国经济发展特别是汽车产业的发展和现代化进程的加快，消费者对汽车产品提出了越来越细致的要求，市场细分度也日益提高。

在这里，我们要特别关注一个热词——小微企业。在今年的政府工作报告中，温家宝总理共 7 次提及小型微型企业；而在回顾去年的经济工作时，他也提到“重点支持实体经济，特别是小型微型企业”。

众所周知，现代科技在工业技术装备和产品发展方向上有着两方面影响：一是向着大型化、集中化发展；二是向着小型化、分散化发展。产品的小型化、分散化生产，为小微企业的发展提供了有利条件。与此同时，小微企业在扩大就业、推动经济增长等方面发挥着不可替代的作用。由此可见，国家一再强调支持小微企业发展，具有全局性的战略意义。

在国家扶持下，小微企业将再一次迎来发展的黄金期。小微企业比拼的不再单纯地体现为市场反应速度、性价比优势等方面，而是体现在创新能力、品牌形象等内容为代表的核心竞争力上。与此同时，小微企业业主在经过多年打拼后，在用车需求上有了明显改变：从起步时的“多拉快跑”，发展到兼顾“商用、商务、家庭”等多方面用途；从手头

相对拮据、购车时更重采购成本，到有了一定积蓄、买车时更多地指向终身运营成本的综合考虑；从不是格外注重车辆外观，到把用车形象与事业发展相结合。

一方面是日渐兴盛的以小微企业带来的新兴需求，另一方面是更多的效仿者与有着相同用车诉求的其他从业者，他们既不能满足各种需求而分门别类地购置车辆，也不再满足于用老旧而单调的微客车型“抛头露面”。看似矛盾的需求，却给车企提供了开拓市场的蓝海空间。

没有好产品，品牌永远是空谈，而没有精准的市场定位，好品牌也将自绝于市场。自主品牌汽车的高端化、细分化，在小型车、商务车市场上也渐露苗头。经历了价格战、长度比拼等相对低端的竞争阶段后，国内一批以微车、小型车为主导产品的自主品牌企业已在风雨中得到了锻炼，开阔了视野，同时也强化提升了引领市场发展、提供优秀产品的内在能力。

据了解，位列国内微车企业前三甲的东风小康公司，在今年 4 月的北京国际车展上将推出全新车型东风小康 C37，这将是国内首款小型商务车。东风小康相关负责人表示：“小型商务车适应了我国经济快速发展、消费结构多元化的市场需求。据我们了解，目前瞄准这一市场的竞品十分有限，这种另辟蹊径让东风小康有了更广阔的发展空间。”

东风小康的创新性举措，为行业 and 用户带来极大利好。正是在这类洞悉领先、创变市场格局的车企共同努力下，传统的车型壁垒被不断打破，融合了轻型商务车、轻型客车、微型客车多种特质的小型商务车及更多跨界车型被创造性地引入市场，新形势下的用车需求也将在最大限度上得到满足。

（小康）

几个坏习惯 影响用车寿命

一般来说，汽车电瓶使用寿命为 2 至 3 年，新车原装电瓶能使用 3 年以上。事实上，很多新车主却因为一些不当的用车小习惯，导致电瓶迅速没电。

忘记关灯和车载电器

熄火时忘关车内照明灯，是很多新车主容易犯的小错误。遇到这种情况，条件许可情况下，可以尝试为电瓶充电即可。如果还是不行，电瓶可能需要更换。

熄火前忘关空调

多数车主习惯了不关空调或让空调随着车辆启动自动启动，这会造成直接导致车辆瞬间功率负荷过高，长久对电瓶就是一种损耗。

正确习惯应该是，每次到达目的地前，先关掉 A/C 按键，让冷风吹几分钟，以保证空调系统内部的干燥，减少细菌的滋生。然后在熄火之前，关掉空调。每次着车之后，再启动空调。

急速时听大功率音响

如果您爱车的音响系统经过改装，装上了一个大功率的音响，那么就要小心了。专家指出，在不着车情况下，急速听大功率的音响，同样会给电瓶带来极高的负荷。

频繁启动车辆

每次启动发动机时，不要超过 3 秒。如果第一次启动失败，这时候不要急于反复启动。从汽车的工作原理来说，此时连续启动电动机肯定会造成电瓶过度放电而受损。

预知电瓶“罢工”前兆

一般临近寿命终点的电瓶，车主在驾驶中可以有所感受，如果车停放几天就发现打不着火，油耗增加，在夏季开空调行驶感觉车负担加重，车沉、油耗增加明显等。车主在电瓶使用周期两年半左右时，常规保养就应检测电瓶，能起到预防作用。（路乐）

车友追求音质享受 汽车音响改装市场渐火

随着越来越多喜欢流行音乐的年轻人成为车主，加上车主在购买新车时并没有个性化的音响方案供选择，汽车音响改装市场开始从玩家级向入门级别转化。

近日，记者针对车主开展了关于车内听音乐的时间以及是否改装音响的调查。记者发现，由于售价 10 万元左右级别车型音响配置较为普通，超过三成的受访车主愿意花 2000~5000 元打造更完美的车内音乐空间。

结果：九成车主上车即开音响

随着汽车的大量使用，越来越多的车主每天待在车内的时间从 1~4 小时不等，因此汽车音响的重要性进一步被凸显。近日，记者通过互动平台定向调查和车城的随机走访，采访了不同年龄和驾驶不同级别的车型的 35 位车主发现，超过九成的受访者在单独驾驶汽车，一上车就有启动音乐的习惯，有八成的车主音响长期处于开启



的状态。在收听时间上，上班族收听时间在 1~2 小时。而经常需要四处跑动的车主每天在车内听音乐的时间为 3~4 个小时。

三成人愿花小钱改装

记者调查发现，35 名受访者中，有 5 人已改装音响，改装费用从 1000~6800 元不等，12 人有计划改装

音响的计划，其中 5 人准备近期进行。在有改装计划的群体中，费用预算在 2000~5000 元之间。众多计划进行音响改装的消费者坦言，自己并非专业级别的音响发烧友，只是希望通过支付一点钱，改善听音乐的环境。

探因：年轻车主涌现

记者走访了解到，随着越来越

多 80 后群体成为车主，音响改装市场开始呈现膨胀式的发展需求。

途歌汽车影音负责人何奋航表示，现在越来越多的年轻车主不满原车音响的效果，进行花费不多的“平民化”改装，七八万元的车型也加入音响改装的行列。其中，售价在 10 万元左右的车型的年轻车主改装需求最大。

中低端车音响一般

据悉，在原材料价格上涨和人力成本大幅提高的前提下，国内车价在 10 年间却只降不升。其中，售价 10 万元左右价位的中低端车型竞争非常激烈，而音响则成为厂家成本控制的对象。据了解，目前市面上 10 万元左右的经济型轿车音响设备效果较为一般，多数谈不上音质享受。此外，与国外购新车拥有大量可选音乐配件不同，在国内销售的车型，并不能在购买时直接选装更高级别的音响系统。

改装价格不再昂贵

而某位行内人士则坦言，汽车音响已经成为车主享受音乐最主要的渠道。当前，生活条件的改善，使大批车友开始追求音质享受，这直接导致了越来越多的汽车维修商家进军音响改装市场。

在激烈的竞争中，音响改装的价格也变得不再昂贵，并更符合大众的口味。

（辛华）