

SUV“小时代”谁领风骚?

小型SUV市场迎来真正的“战国时代”。继去年昂科拉、翼博等掀起小型SUV的风暴以来,今年北京车展期间,标致2008、雪佛兰创酷、广本缤智、现代ix25等新晋选手争先上市发布或亮相,按此盛况说是“小型城市SUV年”也并不为过。

小型SUV“火上浇油”

现在的市场,小型SUV已渐成气候,大有与其他SUV分庭抗礼的态势。在这方面,翼博和昂科拉堪称当之无愧的开拓者和领军者。截至去年年底,翼博和昂科拉的月销量都已超过7000辆,显示出这一细分市场的确是潜力非凡。

综观目前火爆的小型SUV,早已与过去的有了质的区别。无论是翼博、昂科拉还是标致2008,它们都是基于轿车平台开发的,使用特性上也与轿车接近。这类车型主要突出的是时尚与休闲的气质,而与所谓“越野能力并无太多关联。因此尺寸、排量等都不再成为制约因素。与此同时,国内市场的消费群体也发生了巨大转变。以85、90后为代表的新生代购买力日渐提升,小型SUV的这种特质刚好符合它们的需求。众厂商之所以将新车计划都锁定这一领域,也恰恰是看中了这一市场的



成长性——这一群体的购买力增长也将呈现出一种“爆棚”的气势。

小型SUV的出现仿佛为负担沉重的五味生活“减负”了。减轻购买负担、减弱产品负重,这些俨然被消费者看在眼里,记在心里。东风标致2008、翼博、昂科拉等小型SUV,其“瘦身”与“轻量”并不仅仅在尺寸上,更多体现在驾驶灵动性、操控性方面,这也将城市SUV用车定义推向

了又一高度。即,小有可为。

小型SUV最大的成功在于成功突破传统SUV定义的桎梏,激发SUV市场从传统化走向个性化。这些小型SUV凭借更具针对性的产品,更符合市场目光的推广手段以及更贴近消费者的定价策略,将“年轻人的小型SUV”这一细分市场做大。由于小型SUV市场的特殊性,该细分市场购买人群多为80、90后消费者,小型SUV产品需要更多的体现“个性化”,才能调齐众口,光靠一两款车型肯定是不够的。因此小型SUV市场要想真正走向成熟,必须要有新的、而且是不同风格的加盟者来“浇油”。

欧美上演“三国杀”

由于广本缤智、现代ix25尚未公布售价,而昂科拉的价格又在国内明显“高人一等”,使得真正具备可比性的,只剩下翼博、东风标致2008和创酷。

当我们把翼博、昂科拉和2008摆在一起会发现,2008与前面两款车在设计风格上有非常大的不同。在很多的细节勾勒上,2008都极具法系固有的创意,比如全景玻璃车顶和新的内饰设计风格i-cockpit。定位于“城市SUV领航者”的2008,其9.97万-13.67万元的价格区间不仅准确卡住这个区间,更以“全景天幕玻璃顶”、“星际宇航驾驶空间”、“触控智能系统”三大产品优势作为强有力的产品支撑点,在该细分市场脱颖而出。

从创酷上市后官方指导价11.99万-15.99万元来看,一向定价务实的雪佛兰做到了给同门兄弟昂科拉留出空间,避免内部消耗。从主推车型的配置来看,如果购买创酷车型消费者,将会在13.19万元的自动舒适型开始考虑,因为只有在这个级别的产品中,才能体会到创酷本身的产品优势。翻开2008与创酷两款车

的配置表,不难发现,在价格相近的两档车型中,面对2008的一键启动、定速巡航这些高科技配置,以及全系标配的全景天幕玻璃顶,创酷或许将感到较大的压力。

再若仔细对比2008和翼博的配置,我们会发现2008入门款手动潮流版的配置要高于翼博的入门款手动舒适型,而与定价10.28万元的风尚型基本相当的同时,还比翼博多了行车电脑显示功能。再结合排量和功率上的优势,以及后轮碟刹等等,2008综合性价比其实已经超过了翼博。定价11.17万元的2008时尚版,大量体现了标致2008的特色配置,例如全景天幕玻璃顶、LED氛围灯、7英寸触摸屏中控台、分区自动空调等等。而所有这些都是11.58万元的翼博尊贵型没有的。至于2008顶配13.67万元的领航版,则将标致小型SUV的所有高端装备悉数配齐,翼博并没有对应的车款,也算是对于追求“高大上”的人群提供了更好的选择。

综合而言,东风标致2008的定价策略的确显现出了它巧妙的一面,采取了错位定价的策略,通过起步配置较高,以及同配置价格略低来体现性价比。再结合它所独有的法式设计、全景天幕玻璃顶、氛围灯、具备人机对话功能的触屏主机等等,在这片蓝海中杀出一片属于自己的天地是完全可能的。

最终,待缤智和ix25下半年加入这场激战,这个市场将更有看头。谁才能领跑SUV“小时代”,让我们拭目以待。

汤力



车载空气净化器或成新消费热点



驶员在二氧化碳浓度超标的环境中驾驶车辆,会导致驾驶员精神恍惚,注意力不集中,增大了交通事故的可能性。

车载空净渐成热点

车内空气污染是否难以解决?其实不然。已有30年发展历史的车载空气净化器受到越来越多人的关注,不少车主都购买了车载空气净化器,以更进一步确保家庭成员的健康。车载空气净化器渐成市场新热点,在很多汽车用品、精品商店里,车载空气净化器都被摆放在十分明显的位置,其中一款来自日本的Bluea空气净化器好评如潮。

Bluea空气净化器的发明人小宫重次郎先生在空气净化器领域已潜心研发18年,他曾做过这样的实验——在一个密闭容器内点燃香烟,待烟气充满容器后,将Bluea空气净化器打开放入容器,60秒内烟气全无。

针对汽车车内空气,Bluea空气净化器能够有效吸附车内有害物质,如新车内部的甲醛污染、旧车的多环芳烃物质,以及进入汽车内部的PM2.5,经过一定的净化后,变作PM10以上的物质,也就是尘埃,散落成为车内的尘土。如此一来,只要定期做车厢内部清理就可以了。换句话说,bluea空气净化器还能24小时工作,这就成了一个维持私家车时代独立空间小清新的净化器了。这款口碑甚好的产品已由上海夕月实业有限公司正式引入到中国。

空气污染、环境恶化已经成为全世界共同关注的一个话题。近年来,随着国人生活水平的改善,人们对身体健康的重视程度不断增加,PM2.5等之前鲜有耳闻但却直接影响着人们健康的环境检测标准开始得到广泛的关注。

在汽车市场,随着国内车市的日益成熟,消费者对汽车质量的关注已不再仅仅局限于车辆本身的品质,越来越多的车主开始意识到一些潜在的危害,例如车内空气污染。此前,多个豪车品牌相继被曝出车内空气污染的消息,引起舆论激烈的讨论。而就在今年的北京国际车展上,有消费者因为汽车车内异味问题现场维权,再次

引发大家关注。

那么,产生车内空气污染的原因是什么?其对驾乘人员会带来怎样的影响?车主又该如何防范?就此,本刊做了一番深度调查。

双重原因引发污染

车内空气的污染源有两点,一种是来自车外面的环境,特别是在堵车时,车外空气中PM2.5、一氧化碳、碳氢化合物、灰尘等,或隐或现地钻入车内。

另一种是来自车内的各种物体,如内饰部件和车主自选的装饰物件,散发出的“毒气”,包括致癌的甲醛,以及甲苯、乙醛、乙苯、二甲苯等,以及各种微

生物。使用劣质价低的材料是导致这些污染的主要原因。有专家介绍,汽车企业都会基于某款车型的成本控制采取一定的采购方案,并且参照企业内部有污染物控制的一系列标准。就拿吸音棉来说,仅吸音棉一项就有很多种选择,超细玻璃棉、玻璃棉板、岩棉、矿棉吸声板、环保吸音棉、化纤地毯、纤维喷涂、石棉等,而大多数的消费者对这些材料的使用并不知情,厂家在采购时容易刻意压缩成本,选择价格便宜但质量无法保障的车内材料。

车内毒气危害极大

据相关专家介绍,若长期在车内接触这些有害气体,将会导致人体患病。其中,甲醛是一种刺激性很强的气体,对人体的伤害首先表现在嗅觉方面,会引发流泪、鼻塞、

呼吸道炎症,它对免疫功能也有影响,可导致体内IgG和T淋巴细胞减少。另外,甲醛还会导致机体过敏,对人体记忆力和遗传基因也会产生不良影响。

苯系物(苯、甲苯、二甲苯)是一种略带芳香味的有机溶剂,挥发性强。在日常生活中,苯用作装饰材料中的黏合剂、空气清新剂和杀虫剂的溶剂。苯对皮肤、眼睛和上呼吸道有刺激作用,吸入液态苯能引起肺水肿和出血,苯可以造成皮肤脱脂,引起红斑、起疱干燥和鳞状皮炎。长期低浓度接触可出现神经衰弱症状,头晕乏力,记忆力减退,免疫力低下,白细胞减少,严重时可发生再生障碍性贫血、白血病等。

专家还指出,车内的二氧化碳、氨以及细菌等污染物也会对人体健康产生不良影响。如人体呼吸可造成车内二氧化碳浓度的累计,若驾



▲ Bluea 空气净化器