

# 丰富户外车生活

## 车载电器成玩车新潮流

车载电器已成为小家电的新兴细分领域。应急电源、保温箱成为露营、自驾游等户外“车生活”场景的重要辅助；洗车机、车载空气净化器则成为潮流玩车党的心头好。

作为全球第一大汽车市场，中国汽车保有量水平超3亿辆，其中新能源汽车占比快速提升。这也推动了汽车用品的发展，车载电器的使用人群基础庞大。

与此同时，中国小家电市场正在飞速发展，对用车场景的渗透成为自然。智能化新能源汽车是汽车电器的更好载体，由于其动力更强，所以可以承载的电器数量和种类更多，小家电品牌也开始逐步拓展电车市场。

《2022车载电器趋势洞察报告》显示，从产品来看，洗车机的市场份额优势明显，应急电源成为新星，快速增长；冰箱、吸尘器等产品成为“潜力股”。

具体来看，选择洗车机的用户多为中年人群，手持、无绳等轻量型产品大热；应急启动电源、储能电源等产品的热度与露营热潮有着一定的相关性，消费人群持续上升，男性扮演绝对主导角色；车用吸尘器、充电式吸尘器赢得中青年人群喜爱，全方位、随时保障车内清洁成为新趋势；车载冰



箱、保温箱的覆盖人群不分男女，年轻女性、中年男性偏好更为强烈，饭菜加热、辅食保温、母乳保鲜等使用场景更加实用，并且对露营、自家出行等户外生活也起到了重要作用。

报告显示，车载电器消费者以25至49岁之间男性居多，高购买力人群占比高于汽车用品市场，车载电器的年轻人群占比略高于汽车用品市场。

精细爱车族、高端商务男、精致宝妈族、潮流玩车党、经济养车族、实惠老司机……车载电器的消费人群中，你属于哪一类？统计显示，精细爱车族人数占比位居第一，在2022年增长仍旧迅猛；潮流玩车党占比仅次于精细爱车族，增速为六类人群之首。

精细爱车族偏好更丰富多元，既偏好应急启动电源、洗车机等保障型产品，也会购买电饭煲、保温杯等体验类的产品；潮流玩车党追求更精致的用车体验，对能够保持车内外清洁、美观的洗车机、空气净化器更感兴趣。

陈斯



# 闻香识逸居



家居的舒适度取决于我们的感官，色彩满足我们的视觉，悦耳的音乐让听觉有了快感，美食带来味觉的体验，家具的材质，柔软的织物，地毯的脚感让我们的触觉得到感知。

嗅觉也是家居环境的重要一环，气味会直接影响我们的情绪，刚刚装修过的房子，新买来的家具，日常生活产生的气味，都需要有效的管理。好气味可以调节人的心情，宜人的气味能对人体生理产生积极的影响，持久清爽的芳香，会使人精神愉悦。

香氛历史久远。古希腊很早就对香氛有过记载。中国的用香历史最早可追溯至5000年前。红山文化、良渚文化就已经出土有原始的陶熏炉，这证明当时的先民已经有用香的习惯了。

家居香氛要用得纯粹，切忌串味。人们普遍喜欢自然的留香，大多用的是植物散发的本色香味。比如薰衣草，即使干了以后也会持久留香半年左右。还有檀香，这种香味会淡雅些，没什么刺激的味道，用起来舒适就可以了。用香前房间要保持整洁，经常通风，配合香气是很清爽的。

家居的香气和店面不同，店面是根据所经营的不同属性来管理气味，比如面包店就应该有麦香，皮具店就是那种皮革本身散发的味道，卖茶的有茶香，蛋糕店里飘满了奶香。大型商场和宾馆也有着标志性的香气，很浓烈。

有的人想在家里也弄点这种香，其实不适合，也没法实现，大型宾馆是有专门的香气管道通风系统的。自动电子喷雾是一种空间加香的技术，用扩香设备雾化香薰精油，然后通过新风系统或者中央空调系统扩散香味。

家居还是推荐传统香薰，对人体有益，液态香薰、香氛蜡烛、缓释香氛、精油香薰、香挂、香

囊、原石水晶精油香薰这几种足够香你到陶醉了。

需要提醒的是，家里要常通风保持空气清新，浑浊的空气加香氛那就成了味道杀手了，要保证不能太浓烈，刺激的气味搞不好会适得其反。

液体香薰都会配芦苇或木棍扩香，能散发出淡淡的香气。正确的用法是将芦苇或木棍插入液体香薰中，等几分钟再反过来插，这样香味才会持久飘散。

香烛是形式感与香味融为一体的完美配方。用途广泛，是营造气氛的最佳选择，香烛要在有人的环境下使用，保持使用安全。选择香烛还有个优点——蚊虫不扰。

鲜花的花香是很受欢迎的，自然又有生气，是嗅觉和视觉完美的统一。

香囊、香挂多用在抽屉、收纳柜等狭小空间。原石水晶香薰有点自己动手制作的意思，把原石水晶放到一个杯子之类的容器里，滴上喜欢的香氛精油，再配上发光的杯垫，美得如梦如幻。

选择香薰考虑安全性是最重要的，首选天然环保、无毒、无甲醛、无酒精、无重金属的香薰产品，不要高浓度、长时间使用，避免出现中毒反应。

另外挑选香薰也要根据具体环境而定，卧室选择助眠香型比较合适，书房就要选择薄荷或尤加利香型，有提神的作用。

选择香薰时要闻一闻，判断是不是自己喜欢的香型，根据前调、中调、后调来评价一款香薰的最初印象，主题味道和回味。大多数香薰都采用花香、果香，适合大部分空间环境。

赋瑾