

在2025上海国际车展期间,除了各大车企的新产品和新技术外,由汽车延伸出来的青春经济同样引人关注。年轻人的第一辆车是什么样的?对于年轻人而言,他们要的,是一辆能装下烟火气与诗意的“青春合伙人”。而车企们,正在用科技、设计和场景,与年轻人玩一场“双向奔赴”。 青年报记者 陈嘉音

上海车展里的青春经济 用一辆车装下 年轻人的浪漫

后备箱经济火热

车企瞄准
“移动商铺”新场景

下班后开上私家车,到街边摆摊,把车的后备箱当小店铺做生意的年轻人,是越来越多了。不少人都刷到过这样的“后备箱摆摊Vlog”:博主打开SUV的后备箱,折叠桌板、手冲壶、氛围灯一键展开。座椅放倒后就是“咖啡吧台”,侧门挂钩挂满绿植装饰,俨然一个精致小馆。“后备箱经济”可以说是地摊经济的升级时尚版,只要有车,谁都可以出摊,一辆辆私家车就是一个个移动的小店铺。一名销售曾向记者坦言,不少年轻试驾者都曾询问车辆改装摆摊的可行性。“年轻人不只要车,要的是能赚钱的‘生产资料’。”他说。

多功能、容量大、易改造,这类需求正被车企精准捕捉。在上汽商用车展台,记者看到了一款“摆摊神器”——大拿V1餐车定制版。从款式上看,这是一款红色涂装的“霸王茶姬”版改装车。

“车一停,打开后备箱,只需花十几分钟的布置就可以营业了。”展台负责人介绍。这款餐车凭借模块化设计、超低电费成本(每公里仅需1毛钱)以及符合国际认证的高品质配置,成为移动经营的绝佳选择。

据了解,“大拿”系列衍生出了纯电多功能客车与纯电物流车两大王牌车型。纯电多功能客车堪称“空间魔术师”,前排三座设计可秒变温馨单人床,1.6平方米的中控平台摇身一变即可成为移动餐桌、临时办公室或儿童欢乐天地。而纯电物流车则是“能装会省”的创业好搭子,后舱利用率高达98%,超低地板设计让货物搬运更加轻松省力。

露营房车成新宠

“车轮上的家”
重新定义自由

车顶帐篷一键升起,车侧抽拉式厨房展开,甚至内置投影仪幕布……对于不少人而言,房车就代表着诗和远方。在本次车展中,各式房车成了热门“打卡点”,不断有观众登车参观,体验一把“身未动心已远”的感觉。

青年报记者登上一款名为RVlife乐享版的房车,进入车内,温馨的布置让人眼前一亮。它自带了微波炉、电磁炉等厨房配置以及照明系统。“它不仅提供了宽敞舒适的生活空间,更通过先进的科技配置,如智能互联系统、AI语音助手等,让旅行变得更加智能和便捷。”展台负责人向记者介绍。

在它的旁边,还有一辆白蓝配色的“飞机头”房车,这是上汽大通MAXUS展示的智能房车,是基于国内首款超混大轻客“新途远界”的混动底盘打造的,以“油电同补”重构房车出行体验。

打开副驾驶的车门,能看到两个充电口:一个是直流快充口,一个是交流慢充口。展台工作人员表示,新途远界采综合续航里程突破1000公里。实测数据显示,在高原环境下可保持93%的电力转化效率,驻车状态下支持1.5kW外放电设备连续工作28小时。技术团队证实,该系统可同步驱动车载空调、电磁炉等大功率电器,无须外接发电机或充电桩。



青年报记者 郭容 摄



观众在一辆粉色系装扮的车辆前拍照打卡。 新华社 图

“精致生活搭子”崛起

科技让车
成为懂你的伙伴

“雨天在车里午睡有多爽”“沉浸式床车午休”……在社交平台上,年轻人中流行起了在车上午休。这种“沉浸式床车午休”的流行,催生出新玩法。有人用磁吸纱帘把后座围成私密空间,有人DIY车载香薰机,甚至开发出“午休补给包”:颈枕、眼罩、降噪耳塞一应俱全。

在广汽展台,青年报记者体验了一把躺在车里看星空的感觉:选择四档不透明度的顶棚,关上车门,对着语音助手说“放音乐”,座舱瞬间切换歌单里的City Pop。

这是广汽本田带来新驾趣纯电SUV广汽本田P7。据了解,P7的智能座舱提供了15种预设场景模式(如露营、小憩等),可联动空调、香氛、灯光等多项配置,营造出符合不同使用情境的车内环境。流媒体后视镜的加入进一步提升了整车的科技感和实用性。

展馆另一头,五菱缤果的展台同样热闹。它不仅是高颜值的“时尚单品”,更是实用主义的“全能助手”。五菱缤果以5.68万元起的亲民价格,提供了媲美10万元级车型的精致体验,成为都市女性触手可及的“甜蜜座驾”。

把PS5装进车里

身临其境体验
3D空间声场

在车上打PS5是什么样的感觉?今年车展不少汽车科技及供应链企业也参与其中,首次参展的索尼成了不少年轻人的打卡点。

在索尼展台,青年报记者看到“我独自升级”以及“孤独摇滚”两大二次元IP主题的痛车成了人气磁石。“我独自升级”车内搭载PS5和游戏手柄,关上车门就可以享受竞速游戏。

在“孤独摇滚”车内,观众不仅可以在车内沉浸式聆听到来自索尼精选Hi-Res音乐提供的人气动画《孤独摇滚!》原声带《纽带乐队》等内容,也能自由体验包括音质卓越的《山地玫瑰女王》、360临场音效佳作《绿袖子》等高品质音乐内容。

索尼车载娱乐项目经理顾兆荣介绍,本次展台两辆展车内的音响技术,是Sound Building Blocks空间声场技术(SBB)。由于车内空间的复杂性,在体积有限的车厢内实现临场感音效,往往需要较多数量且优质的扬声器。SBB则是为了解决这个难题而诞生的。

这项技术和索尼在家庭影院以及个人音频产品上的360空间声场技术同源,针对车内环境的特殊性,采用了多项索尼自研技术,可以营造出更加真实、自然、舒适的3D空间声场,让驾乘人员如同置身于音乐现场中心一般,体验到令人沉浸的三维空间音效。



青年报记者 郭容 摄