

冰箱彩电沙发三件套沦为标配，车企开始卷地暖和浴室了？

来源：吕国荣 发布时间：2025-11-17 16:26:08

当“冰箱彩电大沙发”从新鲜卖点沦为车型标配，车企的“内卷”竞赛正滑向一个令人瞠目的新维度：谁能把车变成更奇葩的“移动生活空间”？

我们的生活空间里除了冰箱彩电沙发，还应该有什么？于是，马桶、浴室、地暖、鱼缸都争相“上线”。

刘强东造车首秀： 京东汽车001号 卖出天价，震撼全网！

京东汽车001号车展首亮相



聚焦汽车新势力



东梦汽车网

DONGMENGQICHEWANG

新近上市的智己LS9，这次终于一改智己车系一贯圆润的城市风格，走起了偏硬朗的户外路线。根据官方介绍，该车搭载了行业首创的智控地暖系统，地板内嵌、石墨烯加热。哪怕在零下20℃的严寒天，10分钟就能让车内升温20℃，而且不用风机，安静无噪音。

给车里面装上东北地暖，却在网上引发了意想不到的热议。有的网友直呼“这才是冬天

开车该有的样子”，也有网友质疑：“是觉得汽车热管理太闲了吗？冬天怕冷有空调和座椅加热不就行了吗？”一位网友更是调侃：“上面给用户加热，下面给电池包加热？是觉得汽车热管理太闲了吗？”

更夸张的是，这款旗舰SUV还拿出了一套单独的野奢户外套装。

这套套装在智己LS9预售期间就在网络上引发了争议。将后备厢变成了简易淋浴间，于尾门上的“单人简易淋浴房”，通过后备厢10L水箱供水，接通车辆电源后，加热模块可在10分钟内将水温升至45℃，号称能满足户外冲凉。

再加上后排磁吸生态和可拓展桌板设计，支持用户在车内煮火锅，开上智己LS9去户外游玩，真的可以不再住酒店上馆子了？智己这是瞄准了露营热背后的细分需求，旨在打造一个完整的“露营生活空间”。

只不过细心的人就会想了，10L的水箱连一个人的深度清洁都不够用，充其量更多适用于冲脚、儿童或宠物清洁等场景，且需要额外携带水箱，占用后备箱空间并消耗续航。45℃的水温夏天倒是还好，如果赶上秋冬季节，或是深山之中，怕不得伤风感冒。

车内煮火锅可能因空间限制和清洁问题影响体验，操作不当还可能引发电路故障。

之前智己就推出过“车内吃火锅”的宣传海报、CEO直播在LS6车内包饺子，到这次的智己LS9，智己汽车再次把车企“内卷”拉到了新维度。但这并非孤例。

极石01的操作更为离奇，直接将中央储物箱改造为可拆卸车载马桶，并搭配折叠厨房。这看似解决了户外“燃眉之急”，但带来的车厢异味、乘客心理不适感，以及那个成本低廉、毫无技术壁垒的折叠桌板，都让这一设计充满了“为差异化而差异化”的尴尬。其月销千台左右的惨淡成绩，也印证了市场对纯噱头功能的不买账。

除了这些为差异化而差异化的设计和配置，一些本来实用的设计功能，为了配合整体的营销也开始玩出“花活儿”。

比如纯电动车上的前备箱，这的确为电动车提供了额外的储物空间，尤其适合长途旅行或户外活动时存放行李、装备等。但某些车企在营销时，过度强调前备箱创意用途的行为。

坐在前备箱里钓鱼也就算了，用前备箱来养鱼也算是剑走偏锋。小鹏G7、小米SU7等网红车型，都曾经演示过用前备箱来养鱼、种花养草。我不知道钓鱼佬们是否真的会用过前备箱来养鱼，但在普通人的日常生活，这种脱离了基础装载功能拓展的部分场景，使用频率无疑是较低的。

一些车型搭载了车载KTV功能并配备麦克风，将座舱变为K歌房，座椅还会随音乐震动。且不论行驶中K歌的安全隐患，其音质体验与专业KTV相去甚远，更像是一时兴起的玩具，新鲜感过后极易闲置。

这些功能和设计有用吗？有用！但问题在于，究竟是解决了大多数人的痛点，还是为小众需求而生，还是为了博眼球而制造的营销噱头？一场围绕“第四空间”的功能狂欢，背后是深刻的行业焦虑。

当下的汽车产品同质化严重。即使是在代表着未来的新能源汽车领域，三电技术（电池、电机、电控）和智能座舱的差距正在迅速缩小。当核心性能参数难以拉开绝对差距时，车企必须在“可见”的地方创造差异化卖点，吸引用户注意。

而营销驱动思维在信息爆炸的时代正在成为主流。一个“能在车里洗澡”、“能在车里拉屎”的卖点，远比“百公里电耗降低1度”更具传播力和话题性，能迅速为品牌带来流量。功能是否实用已是次要，能否“出圈”才是首要考量。

而部分新势力品牌，由于缺乏自研的三电系统或先进的智能驾驶技术，更是试图通过这类表面化的“微创新”来转移消费者视线，掩盖其核心产品力平庸的短板。

车再怎么样生活化，始终是车。汽车的伟大，在于它拓展了我们的生活半径，而不在于它试图笨拙地复制我们家里的客厅和浴室。任何创新，都应以强化其出行本质为前提，否则终将是舍本逐末。

如果将这些非刚需功能做成标配，让用户多增加几万块的购车成本，那就更加没有必要了。

当营销噱头的新鲜感褪去，汽车的竞争终将回归到产品力本身——续航、安全、可靠性、能耗、智能驾驶的成熟度、驾乘的舒适性以及长久的使用成本。那些能平衡实用、安全与真实用户体验的车型，才能经得起市场的长期考验。

对于我们用户而言，在选车时更应保持清醒，警惕那些华而不实的“花架子”。不妨问自己一个问题：这个让我眼前一亮的功能，在未来的用车周期里，我究竟会用上几次？

（文/优视汽车 老炮）

注：配图来自网络，权利归原作者所有，如有侵权请联系删除，一并感谢！本文仅代表作者个人观点，不代表优视汽车的立场。

HTML版本：[冰箱彩电沙发三件套沦为标配，车企开始卷地暖和浴室了？](#)