

夏季雨水多 车内进水怎么办



日前的一个早上，市民刘先生走进车内准备像往常一样驾车上班时，突然发现脚底下很多水，脚垫都湿透了。“奇怪，车里面怎么就进水了？”头天夜里虽然下了雨，但是车窗都关得好好的，水从哪里来的？刘先生不敢怠慢，赶紧把车开到了汽车维修店。

□文/图 本报记者 王力



■工人师傅在为汽车天窗疏通排水孔。

汽车排水孔应时刻保持畅通

“每到雨季都会接待很多车内进水的顾客，最近雨水比较多，车内进水的事情还不少。”在石家庄一家汽车维修店，正在帮刘先生检查车辆的宋店长向记者这样介绍。

宋店长说，刘先生的车进水原因是天窗排水孔堵塞造成的。天窗排水管堵塞不及时清理会造成雨水沿着天窗的边缘缝隙从而流入进入驾驶室内，驾驶室内便会出现漏水、渗水、内饰板受潮等现象。在暴雨天气下，天窗排水孔堵塞可能导致车内积水。造成天窗排水管堵塞的原因有很多种，大部分原因是被树叶、柳絮、泥土、沙粒等小颗粒垃圾堵塞。

宋店长说，前雨刷底部的排水孔堵塞也是常见的导致车内进水的其中一个原因。在前雨刷的底部，雨刷槽的左右两侧各有一个格子状的排水孔，是车辆排水系统中的重要位置。这个位置的排水孔也是最容易堵塞的，尤其是那些经常停在树下的车辆，经常由于落叶等杂物产生堵塞。当这里的排水孔堵塞时，雨水无法正常排出可能会导致车内进水。

据介绍，汽车设计之初就考虑到了排水问题，所以预留了很多排水孔。主要位置有：前雨刷底部的排水孔、车门排水孔、天窗排水孔、空调排水孔和后备箱排水孔。为了避免车内进水，宋店长建议车主在每年雨季到来前到汽车维修店疏通这些排水孔，特别是那些经常停放在户外、树下的车辆。

车内进水如何处理

如果车内进水了该如何处理呢？宋店长认为主要分为两种情况：一是像刘先生这样不太严重的进水；二是汽车停放时被淹。

宋店长说，如果进水情况不严重，即水渍较少且浸湿范围有限，可以自行使用干净的布擦拭干净水渍。接着，将车窗降下，让阳光进入车内，促进水渍的自然蒸发。同时，建议在车内放置一些干燥剂，以加速车内湿气的吸收。如果条件允许，车主可以打开所有车门，让阳光充分照射车内，进一步加快干燥过程。

如果车内进水比较多，宋店长建议直接联系拖车服务将车辆送至专业维修厂进行处理。因为这种情况下需要拆除座椅和地毯，以便彻底清除车内积水。车辆底盘下部通常设有密封塞，打开这些胶塞可以有效排出积水。处理车内进水问题应尽早进行，以免长时间潮湿导致车内发霉甚至滋生细菌，影响空气质量和乘车健康。

据了解，汽车短暂涉水不会导致车内进水，而当车辆被淹没时，外部积水会通过车门缝隙、空调外循环通道等进入车内导致车辆“被泡”。此时车内的电气设备、电脑线路等重要部件受到严重损坏，应该立即采取以下措施：不要尝试启动车辆，立即联系保险公司告知他们车辆的严重受损情况，让他们及时派出理赔人员进行查勘定损。当汽车进入到维修环节时，由于雨水和污水对车身具有强腐蚀性，汽车维修店应立即拆解清洗，最大限度减少车辆损失。同时还应该详细检查车辆底盘应无锈蚀，检查刹

车、刹车油、电路，车内通风除湿。

“车辆泡水后需做全车座舱拆解护理或深度维修保养，更换泡水部件。”宋店长说，尽管“泡水车”拆检费用不低，但车主切勿为省钱免去这项流程。

电动汽车涉水有两方面风险

对于现在越来越多的电动汽车，宋店长认为它们的防水原理与燃油汽车差不多，所以电动汽车车内进水后的处理方法也大同小异，只是电动汽车的电子传感元件更多，比如摄像头、雷达等，长时间浸水也会导致元件损坏。

实际上，电动汽车通常情况下三电系统的防尘防水等级较高，在应对涉水的时候具有一定优势。但是毕竟电池电机是在底盘，位置比较低，同样不能长时间浸泡，同时底盘还拥有复杂的线路，一旦长时间泡水还是有可能造成损伤的。

宋店长说，电动汽车涉水需要考虑的风险有两大方面，一方面是汽车本身，高压动力系统以及其他零部件可能因为涉水直接损坏，也可能因为涉水而绝缘性能降低，存在漏电风险。另一方面就是电池系统，一般情况下，新的电池系统产品的密封性和浸水可靠性都是经过严苛标准验证的。但是车辆使用一段时间后，电池系统的密封性可能会下降，在雨天或者低洼地段发生涉水情况下，有可能会出现电池包进水。

另外，宋店长提醒电动汽车车主，每次充电前都应仔细检查充电接口是否干燥，如有水迹或污渍应及时清理，确保接口干燥后再进行充电。一旦发现充电设备或车辆充电口进水，应立即切断电源，确保安全。

国内新能源汽车消费热度持续攀升

新华社重庆7月26日电(记者王松涛)中国中小商业企业协会与立信数据研究院近日在重庆发布了2024年二季度中国消费者消费意愿调查数据。调查结果显示，国内新能源汽车的消费热度持续走高，消费者对汽车功能的期望呈现出多样化趋势。调查数据对汽车业界发出多个提示信号，对我国汽车行业健康发展具有较强参考性。

消费者选择新能源车比重明显高于燃油车

调查结果表明，消费者选择新能源汽车(包括混合动力和纯电动)的比重超过一半，达到53.6%，环比上升5.9个百分点，明显高于选择燃油类汽车的消费者比重(36.2%)。

调查数据显示，在未来半年内有购车计划的10.8%的消费者中，选择“混合动力”汽车的比例达到39.4%，环比上升3.4个百分点；选择“纯电动”汽车的比例为14.2%，环比上升2.6个百分点；选择“燃油类”汽车的比例为36.2%，环比下降3.6个百分点；而10.2%的消费者表示，尚未确定选择哪种车型，这一比例环比降低2.4个百分点。

立信数据研究院院长潘建成认为，这些数据表明消费者对新能源汽车，尤其是混合动力汽车的消费热情正

在不断升温，购车取向决策犹豫不决的消费者所占比重减少，新能源汽车的市场渗透率有望进一步提升。

10万-20万元区间车型成消费者首选

在消费者关于购车价格的调查中，超过半数(51.0%)的消费者倾向于选择“10万-20万元”的车型，这一比例环比上升4.4个百分点；20.1%的消费者选择“10万元以下”车型，环比微降0.8个百分点；17.7%的消费者选择“20万-30万元”车型，环比下降2.5个百分点。

调查结果显示，接近九成(88.9%)消费者的购车预算集中在30万元以下。其中，10万-20万元区间的车型成为消费者的首选。分析认为，在当前汽车市场价格竞争日益激烈的背景下，汽车功能的日益多样化对消费者的购车决策产生显著影响。消费者拥有更为多样化的选择机会，越来越多消费者不仅关注汽车的代步功能，还对驾乘体验、智能化水平、社交属性等方面提出了更高要求。

调查数据向汽车业界传递出重要信号

潘建成说，这次调查结果向业界传递出几个重要信号：一是汽车消费数据在很大程度上表明，我国汽车

产业将迎来更广阔的发展前景，消费者呈现出的消费需求，将推动汽车行业为经济增长和社会进步做出更大贡献。

二是随着科技不断进步和消费者需求不断升级，汽车行业面临着深刻的变革。新能源汽车凭借其环保、节能等优势，逐渐成为消费者的新宠。混合动力的新能源汽车因其既能满足长途行驶的需求，又能在城市中实现低能耗的特点，受到越来越多消费者青睐。纯电动汽车在技术不断创新的推动下，续航里程逐渐提高，充电设施也日益完善，市场份额不断扩大。

三是消费者对于汽车功能的需求不再局限于传统的代步功能，而是更加注重智能化、舒适性和社交性等方面的体验。在品牌形象方面，消费者更加倾向于选择具有良好口碑和品牌影响力的汽车品牌。

四是未来汽车市场的竞争将更加激烈，汽车企业需要不断创新和提升自身实力，竞争不仅仅体现在成本、价格方面，还将体现在驾乘舒适度、智能化应用水平、续航能力等众多方面。汽车的智能化应用水平已成为消费者关注的焦点。自动驾驶辅助系统、智能互联功能等科技配置，因其能提升驾驶的安全性和便利性，为消费者带来全新驾乘体验而受到欢迎。



更多资讯扫码关注