

颜色革命 破解 2010 年车市流行密码

潮流!潮流!作为全球早春的
汽车流行风向标,本届日内
瓦车展为我们解读了 2010
年的流行密码。白色再次成为潮流,SUV
不再受宠,MPV 向 SUV 靠拢……赶快随
我们一同来把握最新的流行趋势。

白色风暴来袭

珍珠白、超级白、奶黄白……本届的日
内瓦车展上,白色车身重新回到流行舞台。
从几个厂家发布的流行色板信息来看,白色
要么排在首位,要么就是色款最多。标致主
打款 SR1 代表了设计师对未来的想法,车
身采用了纯白色;宝马则在展示区内,用一
系列的车型来表达对白色的崇拜;还有奥
迪、丰田等品牌的首发车型或主打车型,也
都是白色调。记者采访摩根汽车的总设计师
Matthew Humphries,他也认同白色的重新
流行:“事实上,纯的颜色和简单的颜色总是
会流行,因为它们最容易被人们接受。”
除了白色,代表了环保和动力的绿色
也是日内瓦车展上的潮流新秀。瑞士设计
公司 Rinspeed 发布了一款电动车,其涂装
就是绿色。当然,一些经典的小车,如福特
Fiesta、雪佛兰 Spark 等车型,绿色也被作为
代表摆在了展示台上。最令人惊讶的是向
来最爱红色的法拉利,此次居然发布了一



款翠绿的法拉利 599,这是一款新的混合
动力车型,法拉利也正是想通过绿色来传
递环保的概念。

SUV 失宠 MPV 向其靠拢

而车型方面,在本届日内瓦车展上,最
不常见的车型就是 SUV。可以看到,一些
以 SUV 为主打的品牌,今年的展厅面积不

仅大大削减,展厅也是门可罗雀。
Matthew Humphries 认为,“SUV 的时代已
经过去了。”当然,他这种说法不排除带有
欧洲人的偏见,因为欧洲市场上,紧凑型小
车一直是最畅销的车型。不过,记者在日
内瓦展馆内看到,SUV 车型确实很少,紧
凑型车越来越多,这也符合最近两年在环
保、节能的号召下,所形成的流行趋势。

此外从日内瓦车展上发布的几款
MPV 中可以看到,MPV 的设计风格正在
逐渐向 SUV 靠拢——更高的底盘、可以
安装运动感更强的行李架、车身更高的视
觉效果……这一切都表明,MPV 和 SUV
正在进行跨界结合。以福特 2011 款 S-
为例,它拥有更高的车身线条和更为前倾
的顶部线条,整体看上去有 SUV 的影子。

奥迪公司设计总监史蒂芬·西拉夫对
这一看法十分认同,“我这次在车展上有
同感,不同的汽车类型它的界限越来越模
糊,但是在设计方面,我却不一定很看好
这种趋势,因为一个纯粹的汽车设计方案,
需要目标相当明确的功能需求。一辆纯
粹的 SUV,或者一辆纯粹的 MPV,它仍然
有比较大的说服力。就跟你喝饮料一样,
到最后喝白开水还是最好喝的。”

复古风再度来袭

本届日内瓦车展上还有一个大的趋
势,就是一些经典品牌的重生,它们所带
来的车型基本保持了原来的面貌,或是在
保留复古车型元素的基础上进行流行化
改良。例如摩根品牌,它所展示的车型
看起来都像上个世纪二三十年代的车型,
但却拥有一颗“摩登”的心脏。摩根
汽车的总设计师 Matthew Humphries
认为,经典总是被不断重复而成为经典。
“就像摩根所展示的这些车辆,虽然看
起来很复古,却有它独特的味道,再加
上一些现代的元素和空气动力学的设计
调整,这些看上去很老的车型也可以变
得很流行。”

的确如此,记者看到不仅是摩根品
牌,一些改装品牌所带来的产品也充满
了复古的味道。豪华改装厂 Touring
Superleggera 的这款跑车,线条十分
经典却具有冲击力,虽然有很多老式跑
车的元素,但整体感觉十分时尚、简约。

奥迪公司设计总监史蒂芬·西拉夫
则认为,不仅车型上复古的元素会越来
越多,颜色上也会趋向“复古”:“我认
为不久之后汽车颜色的潮流会再度‘复
古’,也就是说一些具有强烈视觉效果
的色彩会再度吸引大家。如橘色、绿
色这样鲜艳的颜色都会再度成为汽车
流行色彩,这些颜色曾经在上世纪 70
年代非常受欢迎。”

(摘自《广州日报》陈鑫欣/文)

3 月车市缓慢升温 今年价格战可能性小

由于 2 月春节期间淡季行情“全国
同冷”,很多人开始认为今年中国车市
将走下坡路。但全国乘用车联合会(以
下简称乘联会)最新出具的报告表明,
今年车市行情将稳中有升,并且不会出
现打价格战的情况。

3 月车市缓慢升温

乘联会的报告预测 3 月乘用车销量
环比将增长 30%左右,同比增 40%左
右。
报告分析:3 月份有 23 个工作日,比
去年同期多一天,比 2 月份多 6 天,是今年

工作日最多的月份之一;3 月份有 10 多
个新车扎堆上市,对销售有一定的刺激
作用;由于天气转暖,出行方便,购车者
增多;在季度末经销商更愿意多提车
和多拿销售奖;3 月汽车价格优惠幅度
会略增大,且提车更快,推迟购车的潜
在用户在 3 月份将较集中购车。如上
五个因素决定了 3 月份乘用车销售将
上升。

乘联会秘书长饶达认为,按日平均销
量计算,3 月可生产广义乘用车 130
万辆,但市场只是缓慢升温,可能会出现
产量低于最大产能,销量低于产量的情
况。

今年不打价格战

由于 2 月汽车销量没有延续去年从
3 月份以后的高速增长,而且各厂家公
布的今年销售目标均比较高,有部分分
析人士认为,市场供大于求,今年将出
现激烈的价格战。不过饶达认为,开打
价格战的可能性很小。

饶达分析,10 多年来,除 2009 年乘
用车价格基本稳定外,其余年份都是
较大幅度降价,降价空间已被极大地
压缩。而除自主品牌实力无法达到的
中高档和高档乘用车外,只要自主品
牌能有 30%以上市场份额的细分车
型,其价格都已经低于国际市场上价
格最低的美国汽车市场价,企业利润
率并不高。

“随着国际经济的复苏,对原材料和
能源的需求和投机将增大,从而抬高
原材料和能源的价格,估计今年制造
成本将增大 2~3%,降价空间进一步
被缩小。”饶达还表示,另外一个重
要因素是,汽车企业经营水平已经大
大提高,降价已经不再是竞争的主要
手段了。

(摘自《长江商报》任爱民/文)

汽车黑匣子 记录你的车内“行径”

丰田全球召回事件,将“汽车黑匣子”
这个看似普通的汽车电子部件带入了
人们的眼帘。

飞机发生事故的时候,调查人员往往
把焦点集中在黑匣子上,通过它的数
据记录来还原事故真相。然而,对全球
大多数的司机而言,却不知道汽车上也
装有类似的装置,它们被称为“汽车行
驶记录仪”又或者“事故数据记录器”。
该仪器不仅记载汽车行驶中的车的状
态,同时也记录人(司机)的各种操作。

如果你犯的事情足够严重,而你又愿
意支付足够的费用,汽车公司有可能帮
你还原你之前的操作真相。

欧盟最早强制推行记录仪

“汽车黑匣子”不仅能够记录车辆行驶

中车速、油耗、遇到事故时气囊是否
弹出等客观状态,还能反映出司机是否
系扣安全带、在面临各种路况时采用
了什么样的操作,操作是否有效等细节
信息。

汽车一经投入使用,该记录器就开始
工作。考虑到存储大量数据具有一定的
困难,记录器只保留车辆最近一段时
间的数。目前,最长的数据保留期约
为一年。

“具体记录了哪些数据,保留多长时
间的数据合适,每个厂家的做法都不
同,但这并不是技术含量很高的部件。”
大众汽车的相关人员在解释时说道。
丰田中国的人则表示,丰田全球生产
的车辆基本都配有这样的装置,但是
考虑到驾驶者的“隐私”,通过记录
器采集的数据极少对公众公开。

事实上,汽车行驶记录仪在欧盟的
使用要追溯到上世纪 70 年代。汽车
记录仪在欧洲出现后,欧共体很快就
通过立法形式,对其

进行推广使用。同时,欧共体还制定
了相应法规,以规范记录仪的日常使
用和管理。目前,欧盟是世界上最早
强制推行使用记录仪的地区,也是使
用记录仪数量最多的地区。

IEEE2009 年通过了建议性标准

丰田事件中现身的记录仪,在北美
地区被称为 EDRs(event data recorder)
即“事故数据记录器”。EDRs 记录
制动器、油门及方向盘等的工作状态
并保存到存储器中。相当于飞机上的
飞行记录器。与上文提到的欧洲厂
商目前使用的记录仪相比,EDRs
功能更强大,能记录车辆的多种状
态信号以实现车辆故障诊断。

美国的 NHTSA(高速公路交通安全
管理局)一直强调安装运行记录仪
装置是一项最优先考虑的、能够改
善道路交通安全

的措施,并于 1998 年和 2000 年
先后成立了两个工作组,开始对 EDR
项目进行调研,而美国一些知名汽车
制造商如通用、福特等公司也都先
后独立开发了 EDRs 模块单元,结
合汽车故障诊断系统,安装在高档
轿车上使用。

国际电气、电子工程师协会(IEEE)
在 2002 年 6 月成立了专门机构,着
手进行代号为 P1616 的 MVEDRS
标准起草工作。经过 7 年的论证,去
年 3 月 31 日,IEEE 出台了代号
P1616a 的相关标准。目前,该标准
仅为建议性标准,对厂商及实际产
品设计并无强效的约束力。

丰田事件后,由于“黑匣子”对调
查汽车事故非常有用,美国国家公
路交通安全管理局(NHTSA)已经
颁布新法,规范仪器记录的数据,并
将在 2012 年实施。

(摘自《南方都市报》林懋文/文)

【车民资讯】

车载信息产业 探索标准化

向综合式、一键通、一体化方向发展

车载 GPS(全球定位系统)导航仪、
智能公交控制系统……当我国汽车产
销量双双突破 1200 万大关时,用各
种通信信息技术为手段,以各种车辆
为载体的车辆信息服务也伴随着车辆
智能化的脚步,成为崭新的行业。最
近,车载信息服务产业应用联盟宣告
成立,标志着我国车载产业的发展将
进入标准化时代。

车载信息服务是一个全新领域。根
据有关资料显示,从 125.2 亿美元到
627 亿美元——这是全球车载信息
服务业从 2006 年到 2011 年市场总
值的预计增长规模。这个数据意味着
在未来一段时间内,车载信息服务的
需求在全球范围内将呈高速增长状
态。

在汽车消费成熟的国家,车载信息
服务业在整个汽车后市场占据重要
的地位。在北美及欧洲国家,新车
型的车载信息服务安装率均超过
25%。而在中国,尽管车载信息服
务产业尚处于起步阶段,商业模式
有待探索和完善,但是启明、航盛
、东软、联想等一批骨干企业已经
崭露头角,中国移动、中国联通、
中国电信也开展了一系列成功的服
务应用探索。

同时,伴随着我国车辆保有率的持
续提高,公路交通设施不断完善,现
代客运与物流网络日益发达,以及
3G 通讯、物联网、数字城市、智
能交通等现代信息技术应用的普及,
在未来 5~10 年,将是我国车载信
息服务产业蓬勃发展的黄金阶段。

行业普遍认为,未来车载信息系统
将从目前的后装市场转移到前装市
场,由当前各种功能模块各自为战
的现象向综合式、一键通、一体化
的车载信息服务平台方向发展。

(摘自《中国质量报》徐建华/文)



史上最大容量 256GB 闪存盘问世

集超大容量、安全保护、高速读写于一身

担心报告资料一大堆,照片视频无
处存?想要拥有更大移动存储空间?
没问题!金士顿数位科技有限公司——
全球第一大独立内存模组制造商金
士顿的子公司,近日隆重宣布推出
256GB DataTraveler 310 闪存盘,
超大存储容量让你想带什么就带
什么!DataTraveler 310 还内置了
Password Traveler 软件,该软件可
方便地建立并使用受保护的私密区
域(Privacy Zone)容量最高可达
闪存盘总容量的 90%,且无需管理
员权限即可设置密码。

金士顿中国区闪存业务总监王立
平表示:“金士顿看到了大容量闪
存盘的市场机会。消费者的反映和
我们的研究结果显示,对于设计师
、工程师与建筑师等需要存储和传
输大量数据文件的专业人士来说,
256GB DataTraveler 310 是一个
非常理想的存储解决方案。而对于
希望能够随时随地享受影音娱乐
的发烧友来说,DataTraveler 310
可存储多达 365 张 CD、54 张 DVD
或 51,000 张照片,可以存下整个影
音数据库并随身携带。”

DataTraveler 310 具有 USB 插
头保护盖,贴心的设计可让 USB 插
头保护盖在读写数据时套在盘体
后方,避免丢失。DataTraveler 310
容量高达 256GB,并享有 5 年保
固和免费技术支持。

(摘自《中关村在线》张继琴/文)

“她”车市 女性偏好什么车

短短几年内,女性购车族已经迅速成
为国内市场一股中坚力量,也受到了
包括汽车厂家、汽车行业人士在内
的社会各方面的关注。那么,女性如
何选车?在挑选爱车时看重什么呢?
记者进行了一番调查了解后发现:
好看、好开、安全成为女性购车的
三大要素。而在购车真正进入实质
阶段后,“购车顾问”也是女性买
车环节中所必需的。

外观要亮丽

“一些外形特别引人注目的车型往
往比较讨巧。”北京现代某 4S 店销
售人员告诉记者,女性购车与男性
明显的不同就是过于感性。“外观
是女性买车时最关注的问题。”

“如果内饰颜色和车身颜色不搭
配,多半女性也不会买。”上海通
用某经销商表示,女性对车的外观
要求很高,内饰精致程度也是她们
的选车重点,一款价位合适的车
型,外观和内饰能达到女性的要
求,就能获得女性多半肯定。

事实上,女性的性格特点决定了
她们所选购汽车的特点——外形
要时尚、亮丽、具有流线型,这样
才能符合女士爱美的心理,像嘉
年华、POLO、POLO、骐达、飞
度等这些外形时尚亮丽的两厢车,
就因其造型可爱、时尚、适合女
性的审美观而颇受女性的喜爱。
当然,也有追求个性和另类的消
费者,会以巨大的反差来标新立
异。“不少身材娇小的



女性,或是为了满足自己的驾控欲
望,或是在行车中给人一种气势,怕
被一些司机欺负,往往选择与自己
形象反差很大的越野或者 SUV 作
为自己的座驾。这种女性一般都
比较有个性且经济条件比较宽
裕。”一家 4S 店的销售人员告
诉记者。

好开易操控

多数女性天生对机械缺少感觉,也
没有太大的兴趣。因此,选车时往
往特别要求车子一定要操作简单、
好开。“我买车首选自动挡:一是
手动挡车在城市拥堵时驾驶

太累;二是我的驾驶技术不行。自
动挡车型操作简单,遇到红绿灯不
会手忙脚乱,同时也没有起步停车
的难题。”刚买了辆自动挡马自达
3 的徐女士表示。

“女性开车更看重车辆驾驶时的舒
适性。因此,她们在选车时,往往
特别要求车子一定要操作简单、
好开。”东风本田车商表示,这
一点从女性购车者普遍青睐自动
挡车就可见一斑。“女性客户在
油离配合上往往不是太熟练,也就
更乐意选择操控简便的自动挡车。
自动挡车型驾驶时舒适、轻松、
易于操作、更为安全的特点得到
女性车主的更多青睐,较之男性,
女性车主选购自

动挡车型的比例更大。”

注重安全性

“老公体谅我骑电动车上下班辛
苦,孩子出生后,给我买了辆汽车。”
对于买车首要考虑的因素,何女士
说:“买车就是为了接送孩子,安全
自然是第一位要考虑的。”而她的
观点代表了不少“母亲级”女性的
购车需求。记者在采访中注意到,
由于女性越来越看重车辆的安全
性,因此,她们在选择车型时,都
尽量选择主、被动安全配置完善
的车型,如倒车雷达、ABS 防抱死
系统、SRS 安全气囊、电子防盗系
统、中控锁等都是必需的配置。

买车找顾问

已经工作几年的张玉华今年打算
为自己买辆车以方便出行,她比较
看好嘉年华、标致 207 两款车。
“这两款车的外形我都喜欢,只是
不知道哪款车的性能更出色。这
不,今天来试车时就找了一个懂
车的朋友帮忙把关。”同张玉华
一样,大多数女性购车者由于对
汽车及相关知识不熟,买车时
车型、颜色等都由自己做主,但
在最后决策时大都会找来参谋进
行技术把关。

“与男性购车者不同,女性购车
时喜欢带着购车‘顾问’。她们
一般只负责看这款车的外形和
内饰设计,至于车的性能等技术
性问题,都交给朋友或家人把
关。”东风日产郑州威佳店负责
人告诉记者。

(摘自《大河报》)