

漯河日报秋季车展将于9月14日~16日举行 活动报名火热 团购券被疯抢

□本报记者 李林润

漯河日报秋季车展将于9月14日~16日在市会展中心广场举办,本届车展首次开设了团购会,团购会活动一经发布就吸引了不少市民。“车展团购券还有没有?”“能不能多给我几张?”“最多一次能使用几张啊?”近段时间,不少市民通过电话和微信报名参加团购活动。

“我连着两天打电话都是正在通话中,真是崩溃!”一位通过微信报名的网友说,由于电话报名没有成功,他只好通过加工作人员的微信来报名,最终成功报名。“刚开始我还以为这个电话有问题,后来看到工作人员给我回的信息,说报名成功了。”他说。

“确实听不少市民说电话打不进

来。这是因为同一时间段打电话的人太多,所以有些电话会打不进来。”负责此次车展团购活动的工作人员告诉记者,想报名参加此次团购会的市民在电话打不进来的情况下,可以通过微信报名。“只要信息没填错,都能成功报名。”同时,该工作人员表示,他们会加班加点做好报名信息统计工作,还会及时与没有报上名的市民联系,让他们再次确认信息。

“报名成功后,可在车展开幕当天到车展服务台,根据报名信息领取团购券一张。”该工作人员说,团购券可在市民“砍价”之后使用,从而可以获得额外的优惠。该工作人员还向记者介绍,目前参展的汽车品牌有别克、东风本田、雪佛兰、福特、一汽丰田、北京

现代、东风悦达起亚、比亚迪、五菱、宝骏、雪铁龙、汉腾、北汽绅宝、荣威、捷途、大通等。

目前,车展团购活动仍在报名中,报名时间截至9月16日。想报名参加此次车展的市民可拨打“浩哥热线”13461554777进行报名,也可加浩哥微信13461554777进行报名。



车市风向标

是流行,还是模仿?

汽车“大嘴”设计大行其道

近些年来,各大汽车品牌的家族化设计特征越来越明显,而前脸设计造型尤为关键。一个有意思的现象是,被人们戏称为“大嘴”的大进气格栅设计成为风潮。越来越多“大嘴”设计的出现不禁让人想问,这是一种汽车设计潮流,还是一种盲目模仿跟从?

“大嘴”设计由来已久

汽车前脸是人们对汽车的一种拟人称谓,因此进气格栅也就成为汽车的“嘴巴”了。如果说起汽车“大嘴”设计的由来,那确实由来已久,甚至可以追溯到老爷车时代。众所周知,汽车前脸的进气格栅设计并不仅仅是为了美观,首先是有重要的功能,就是为发动机提供进气以及散热的通道。而在早期的汽车设计中,由于发动机是立式,再加上散热的需要,因此往往进气格栅被设计得又高又大,形成了老爷车独有的风格。

不过,前脸毕竟是一款车型最重要的特征,前进格栅对于汽车的美观影响甚为重要,甚至成为一个汽车品牌的重要特征,如宝马的“双肾形”格栅设计、Jeep的七孔格栅就是典型代表。所以,进气格栅的造型作为一种设计的美

学,也理所当然地受到汽车设计师的重视。从近几年的设计主流来看,“大嘴”设计风格越来越受青睐,可以说得到了各大汽车品牌设计师的钟爱。

跨国品牌带来的风潮

说到“大嘴”设计,如果要数哪个汽车品牌最开始给人们带来深刻印象,奥迪无疑是代表。奥迪在早期把原来的双层进气格栅融合在了一起,营造出更具有视觉冲击力的“大嘴”前脸设计。这样具有时尚、先锋设计的风格受到了消费者的喜爱,因此也逐渐成为奥迪设计师的选择,并奠定了如今奥迪家族车型家族化脸谱设计的一个重要特征。

“大嘴”风格并不仅限于德系,无论是韩系、日系、美系还是法系等也都不难发现“大嘴”的身影。首先让人印象深刻的就是日系,几乎清一色的“大嘴”。首先雷克萨斯的纺锤形“大嘴”激进设计早已深入人心,包括丰田的车型如凯美瑞等也深受影响。还有三菱的多款SUV,本田的雅阁,马自达的阿特兹、CX-5等都是各自品牌的“大嘴”代表。

当然韩系也不甘落后,实际上在现代首次推出“流体雕塑”设计后,包括

起亚,“大嘴”的风格也随之成为其家族设计的标志之一。美系方面,在福特推出全新一代的福克斯后,“大嘴”的风格依然清晰可见。

自主品牌,“大嘴”风越演越烈

自主品牌车型有没有受到“大嘴”风潮的影响?答案是明显的。首先就体现在概念车上。概念车作为量产车设计的雏形,从它的设计中就可以看出该汽车品牌将来设计风格的走向。在这方面,比亚迪的王朝概念车正是“大嘴”的典型代表。

有意思的是,在自主品牌的诸多新车当中,进气格栅的面积越来越大,已经成为一个跟风现象。在前段时间的北京车展上,要论谁的“大嘴”比较大,那长城的最新车型、WEY品牌旗下首款插电混合动力车型P8就不得不提了。还有红旗H5、东风启辰的最新概念车“The X”、哈弗F5、比亚迪全新一代唐、奇瑞瑞虎8、荣威RX8等这些最新推出的车型,都是典型的“大嘴”设计。可以说,在近年来自主品牌推出的新车当中,“大嘴”的比例还是相当高的。

据《今晨6点》

新能源汽车普及需要多少年

新能源电动汽车从现在算起七年内会呈阶梯状增长,到2025年会全面爆发。不管是否愿意承认,但从现在的政策制定和厂家释放的信息来看,这几乎是注定的。

工信部2025年禁售燃油车的信息虽然没有实锤,但是无风不起浪也是老例。目前长安、北汽以及其他小厂制定阶段性禁售燃油车计划,以及2025年彻底停产燃油车计划也从侧面印证了工信部信息。

那么电动汽车的普及节奏就可以大致判断了,从第一款国产EV上市销售到2017年保有量不过170万左右,而2018年上半年的销量就超越现有量的三分之二,预计完成目标为200万辆。按照现在的普及速度来看,这七年内电动汽车的市场占有率会达到15%~20%。尤其是北京、上海、广州这些一线限行限牌城市,倾斜会越来越大。

但电动汽车毕竟是新生事物,任何一种新生事故如果没有刚需或者特别大的领先差距,普及的难度都会很大。电动汽车的优势仅在于用车成本,使用便利性还不尽人意。

可政策的大力推行是势不可挡的,普及阶段不仅是让消费者主动或被动地接受这一车型,更是汽车研发企业技术积累和突破的过程。

如果汽油2元一升的话没人会在乎用车成本,但是高昂的售价已经让用车成为很多人的负担,电动汽车的优势也就逐渐显现。一旦续航里程或者电池成本突破限制,这种车会迅速取代燃油车。

据新华网





吉利汽车
GEELY AUTO

ONE TO FREE



吉利缤瑞 超感新势座驾

上市指导价: 7.98 万元起



吉利缤瑞 超感新势座驾