

名车历史系列之九



陆上大亨——克莱斯勒



1875年4月2日,美国一位铁路工人的妻子生下了一个男孩,他为自己的儿子取名为瓦尔特·克莱斯勒(W.Chrysler,1875~1940)。当年的这位男孩就是今天克莱斯勒汽车公司的创始人。

1908年,他参观了芝加哥汽车展览会,会上展出的形态各异的汽车,使他大开眼界,决心投身于这一富有竞争性的事业当中。



赋闲在家的克莱斯勒受聘担任了经营困难的威利斯-奥弗兰汽车公司和马克斯威尔公司的顾问,同时经营起了两家公司。

克莱斯勒汽车公司成立心以后,发展极其迅速。相继推出的“克莱斯勒4号”和“系列58”两种新车为其发展做出了贡献。

1935年7月22日,克莱斯勒在过完60周岁生日后,辞掉了公司总经理职务改任董事长,直至1940年7月22日去世。



车风景

废弃零件改装成的海洋生物



大千车市

兰博基尼 阿根廷造



这的确是辆与众不同的兰博基尼,因为它的铭牌上印有阿根廷制造的字样。从来没有离开过意大利的兰博基尼在海外生产,确实有些奇怪。

变“心”上市的大发 Copen



活泼可爱的外形、增至1.3排量的发动机、16.5万元的售价,这就是大发全新的Copen运动型轿车。

该车将会搭载来自大发汽车超级迷你车型Sirion的发动机,该发动机的输出功率为64Kw,这款发动机不仅有着较高的性能和经济性,而且传动装置也更加有效。

沃尔沃硬顶敞篷车 C70 上市



沃尔沃C70这款来自北欧的三段折硬顶敞篷跑车将于3月17日正式上市,该车的最终售价为64.2万元。

Volvo C70由来自Pininfarina的设计师John Kinsley主笔,相比上一代车型,新C70的风格更加年轻化,楔形车身流露着北欧风格的简约之美。

车市探营

选车 高配置不等于高性价比

选车购车时,哪些因素会影响到你的决定?是时尚运动的外观造型,还是宽大的内部空间?是强劲的动力性能,抑或是足以让你眼花缭乱的各类奢华配置?

平日里走访车市,总有一些经销商避开车子的实际性能不谈,却对配置如数家珍;也有部分车主不时向笔者炫耀,自己所购车型配置如何丰富、如何奢华。

都是“要面子”的错

就同一款车型来说,配置不一样,价格可能相差悬殊。举例来说,增加一个电动天窗往往要多花1万元左右,但天窗的实际利用价值其实很有限。

笔者在走访中了解到,造成消费者追求高配置的一个重要原因是攀比心理。很多人觉得如果配置低了会没有面子;可是当多花了银子把车买回家以后,才发现除了可以作为在别人面前炫耀的资本外,许多“高科技”配置成了聋子的耳朵、瞎子的眼睛——摆设,还不时让自己心疼。

厂家“不经意”的误导

当然,导致消费者产生“性价比”错觉的另一个重要原因是厂家“不经意”的误导。

说“不经意”是因为厂家宣传鼓吹自己的车型无可厚非,但现在很多车商经常将诸如蓝牙功能、加热按摩座椅、导航系统等作为“高科技”炫耀的资本,由此得出“高性价比”的结论。

据一位业内人士透露,汽车配置越来越丰富、越来越高档的现象已到了近乎泛滥的地步。但实际上,这是汽车厂家给消费者布下的一个消费陷阱。

而在国外成熟的汽车市场,一般的做法是提供丰富的配件包,甚至是空调,即使是豪华车,标配也不多,但是有很多配件可供选装。

“安全实用”才是真谛

眼下,国内家庭的收入水平不断提高,买辆汽车代步已经不再是奢望。但笔者认为,富有并不意味着浪费。多花钱买那些华而不实的配置,对普通家庭来说就是一种资源浪费。

所以,业内专家提醒消费者,买车时一定要从自己的实际需要出发,不要盲目追赶潮流,别人经常用的配置你不一定能用得到。

电动“胶囊”概念车



有人说氢气是未来社会能源的终极架构,有人说电动车可以帮助人类戒掉石油,还有人认为插电式Hybrid是能源转换期的唯一真理。

的动力系统,主要零件是一组电池和精巧的燃料电池系统,后者主要功用是在需要时为电池组充电,延长使用的时间和行驶距离。

车时尚

Advertisement for Brilliance Auto (华晨汽车) featuring a van and text about a promotion: '精彩人生 来自健康空间'.