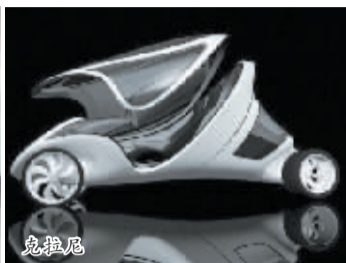


非专业设计师的跨界之作



Caronastick



克拉克尼



Z.Car



AntelopeCar

Ford021C

在汽车业界,汽车设计是一个相对独立的领域,显得非常专业。哪怕是专业的汽车设计师想要设计一款精品,都颇具难度。反倒是一些非专业设计者,因无压力和专业层面的束缚,能突破常规,有一些充满创意的“精品”问世。当然,这群“非专业”人士的职业或多或少都与汽车设计有些关系,例如工业设计师、建筑设计师、平面设计师等。在他们“非专业”的视觉下,概念车大大地超出了专业概念车设计者的想象,给人们展示出更为独特的一面。

在“非专业”概念车设计中,有一些非常著名的车型,一直到现在还为汽车业界津津乐道。

Luigi Colani (克拉尼)

Luigi Colani,放在这个“著名非专业汽车设计师”的称号底下,既合适又不合适。如果说按照目前的汽车设计制度来衡量专业和不专业,那么可以把克拉尼放在这个名称底下,但是克拉尼一直在设计汽车或者说各种交通工具,按照过去的汽车设计制度来说,他是专业的代表。从风格上来说,他的大胆让他独树一帜,我们可以称他为汽车设计中的“The Edge”(刀锋战士)。

Z.Car

Z.Car的设计者是 Zaha Hadid,一位著名的建筑设计师。在这款车上,她大量地运用了流线型,甚至有建筑设计的一些元素在里面。

最特别的是,Z.Car 具有可调节的悬挂,让人在不同的路况下有不

同的姿态和视角。这种大胆的想法确实让人惊奇。

Caronastick

这更是一款异想天开的概念车。其设计者 Ross Lovegrove 将这个球形的汽车用一根杆子支撑着,为下面腾出空间。这样,在顶部的太阳能电池板起作用之后,车子就有了足够的能源供给,而因为它“高高在上”,晚上还可以当路灯。除此以外,它还拥有卫星导航、语音控制系统等。

AntelopeCar

这是另外一种设计了,给人的总体感觉更像时尚产品。实际上,其设计者就是一名时尚设计师——Marcel Wanders。车子在她的手中被强调了表面的肌理和感觉,其木质的车体和全身镶嵌 Bissazza 的玻璃马赛克,使其熠熠生辉。

这是1999年推出的 Ford 021C 概念车,其设计者是涉猎面广、名气大的 Marc Newson。该车定位于都市小车,紧凑但是空间宽敞,两侧开门,前座可旋转,抽屉式行李厢,干净简洁的外表面设计没有多余的装饰,座舱略微向后移动为 021C 带来了经典轿车的比例和严谨设计的细节,单独的前大灯和侧面形象相得益彰。单独的前大灯是用创新的白色 LED 和玻璃纤维做成,尾灯采用传统的红色 LED,但可以编程,排列复杂。宽敞自由的空间内是完全平坦的地面,独特的仪表盘设计让其如同漂浮在挡风玻璃和前座之间。



海外车闻

英国超音速车 时速1600公里



2010年10月17日,英国工程师向外界展示一辆新研发的超音速汽车,该车达到1000英里(约合1609公里)/小时的速度,将创造短期内无法超越的世界纪录。

谷歌研发 无人驾驶汽车 已有实质进展



近日,美国搜寻网站谷歌在官方博客上透露:谷歌正在研发的无人驾驶汽车技术已取得实质性进展。

目前这款汽车已经基本具备自动操作和行驶能力,例如识别车速限制牌、交通信号和路线图等,并在美国加州的各种交通环境中进行了22万公里测试。

丰田 拟用甘蔗造内饰

丰田汽车昨日表示,计划使用一种新型“生物塑料”生产汽车内饰及其他覆盖面,该塑料30%的原料由甘蔗提炼。

丰田表示,将在明年首先发布一款使用这种塑料的雷克萨斯CT200h车型,并将把这种塑料的应用扩大到一系列车型上。丰田计划将使用这种塑料制造的内饰比例提高至80%。(谢涛)

好车配好名

汽车中文名字大有讲究

人们对陌生人的了解往往都是从名字开始的,而中国人对自己的名字又特别讲究,因此名字起得好不好,直接关系到别人对自己的第一印象。汽车同样如此,消费者往往对名字好听的汽车记忆深刻,因此汽车厂商每投产一款新车之前都要大费周折,为新车取个好听而又朗朗上口的中文名,其中还要蕴含众多中国文化元素,细细品来这些车名还颇具诗情画意。

激情的名字

汽车名字大有学问,不同风格的国外汽车产品来到中国都要入乡随俗,特别是对于倡导运动风格的汽车而言,其名字不但要朗朗上口,还要蕴含着速度与激情的含义。

傲虎、狮跑、力狮、逍客这些“老将”的名字就饱含这一寓意,还有起亚双门跑车速迈、马自达睿翼和东南三菱蓝瑟·翼神等运动型轿车,不但名字让人难忘,而且让消费者有一种想立即驾驭它们“飞翔”的冲动感;而别克英朗 XT 和

GT 的名字也会让喜爱驾驶运动的车主热血沸腾,有一种想在 F1 赛道上激情驾驶的感觉。

幸福的名字

中国人特别喜欢吉祥字眼,于是众多新车的名字中也充满了幸福词语。当年一汽-大众为 BORA 起名,最终定名为“宝来”,有一些招财进宝的寓意,符合中国消费者的心理,“宝来”也迅速成为中国消费者耳熟能详的经典家用轿车。

与“宝来”类似,许多家用轿车也更注重在名字里融入“幸福”词汇,比如海马丘比特,“丘比特”是神话中的爱神,把汽车产品称为“丘比特”,寓意买这款车的人能得到幸福;江淮旗下的紧凑型轿车和悦,其名字含有吉祥、和气的含义,符合家用轿车温馨的特点。

可爱的名字

时尚永远是年轻人的话题,随着“80后”成为社会的主力军,汽车厂商也注重开发新车型以满足“80后”个性化需求,而“80后”对汽车

的个性化名字当然也很敏感。

最早为自己产品取可爱名字的应该是大众甲壳虫轿车,这款畅销全球数十年的“虫子”来到中国后也引起不小反响,迅速风靡中国,随后更多名字和造型同样可爱的汽车纷纷登陆中国,而可爱车型中不乏自主品牌的身影。

长城酷熊、吉利熊猫、东风悦达起亚-秀尔、斯柯达-晶锐等都很可爱,而江淮悦悦听起来像是个可爱女孩的名字,当然该车也更适合女孩驾驶。今后,我们将看到更多名字可爱、娇俏的新车上市,而响亮、通俗易懂的名字让这些堆金属变得“有血有肉”。

尊贵的名字

如今的汽车不再是简单的代步工具,它俨然成为社会名流和商业成功人士的“门面”,因此一些专为商务人士打造的中高级轿车被赋予了尊贵的名字。

雅阁、皇冠、君越、迈腾是我们耳熟能详的,东风日产的天籁,其英文名“teana”来源于美洲土语,意为黎明,寓意日产新一代大中型

轿车的曙光初现。此外,海马骑士、奔腾、名爵、荣威也都是具有相当震撼力的车名,让中国消费者感受到其产品尊贵的气息。

国际化的名字

国内很多热销车型的名字都来自英文音译,既然投放的新车与国际同步,当然车名也要“国际化”。

一汽丰田和广汽丰田的所有车型,其中文名字都来自英文音译,比如凯美瑞、普拉多、卡罗拉、威驰、雅力士、兰德酷路泽、长安福特、东风悦达起亚的车名也都来自英文音译。与国际同步也成为很多自主品牌品牌的旗号,要同步首先车名要与国际接轨,奇瑞的高端品牌“瑞麒”,其名字说明该产品既注重欧美汽车的技术,也重视日系汽车的驾乘舒适性,体现“中国车”的制造实力,其标志设计也更倾向于英伦风格;而吉利的高端品牌“帝豪”,无论是在标志设计上,还是在整车造型风格上,也都趋向欧洲化。

(据新华网)

