乐驾 以性感的名义
——细数我们身边的优雅动感之车

性感是什么?

现代汉语词典的解释是:形体、穿着上的性别特征突出、明显,对异性富有诱惑力。

上网搜搜,答案也不少,最直白的回答是“男人像男人,女人像女人”。

不管怎么说,性感原本是用来形容人的。有男人味儿和有女人味儿的大约都可归于性感行列吧。

那么,如果我们把汽车拟人化,是不是也可以把“有味儿”的车型冠以“性感”之名?

前两年,曾有人罗列了“十大最性感车型”,有莲花Elise、奥迪R8、玛莎拉蒂等。而我心目中曾经的最性感轿车是老款奥迪A6——准确地说是它的屁股——浑圆、性感。总之,无论是“十大最性感车型”中的车型还是A6,都是偏圆润的,更像一个个“熟男”或“熟女”。

长江后浪推前浪,前浪死在沙滩上——如今,性感的内涵仍旧,外延却在悄悄地嬗变。

就汽车而言,优雅依然是性感造型的第一要素,但如今的性感车型在优雅中多了一份力量和犀利。

好吧,闲话少叙,让我们来看看身边有哪些常见的“性感车型”,在人们的心目中他们的性感到底体现在哪里。

□本版撰文 清水

CC:史上最美的大众汽车

指导价:25.28-29.98万元
性感指数:★★★★★

CC被欧洲媒体誉为“有史以来最美的大众汽车”,国产化以后,“旧时王谢堂前燕,飞入寻常百姓家”,成为2010年度最引人注目的国产车型,因此值得我们花较多的笔墨。CC的外形设计融合了跑车的动感与豪华轿车的优雅,刚劲有力而不失华贵,显示出独有的气质内涵。锐利的“丹凤眼”前大灯充满运动张力,鸥翼造型前保险杠动感十足。豪华车特有的高腰线车身,利刃般锋利的贯穿棱线,硬朗的高轮拱设计,同级车中唯一采用豪华高档跑车特色自动无框车门设计,均展示了CC这个运动健将骁勇帅气的一面。

与前风挡完美融合的全景天窗,以柔和的曲线衔接着向下倾斜的大面积后风挡,勾勒出车顶英气逼人的动感线条。带扰流功能设计的短尾造型灵动非凡,加大尺寸并拉长的尾灯与前大灯相呼应,让整车看起来非常协调,浑然天成。

奥迪A4L

指导价:29.1-57.81万元
性感指数:★★★★☆

被CC看作主要竞争对手的全新一汽奥迪A4L,外形时尚、运动,彻底摆脱了奥迪在国人心中的商务用车形象。前脸的设计很有动感和气势,日行灯的飞翼造型非常炫。

宝马318i

指导价:28.30万元
性感指数:★★★☆

新的前脸设计使318i给人更宽更张扬的感觉。宽大的车头搭配短促的车尾,使其拥有一副四门轿跑的身姿。瞩目的天使眼大灯搭配上半透明的“眼帘”,极具攻击性。

奔驰C180K

指导价:30.80万
性感指数:★★★☆

奔驰C180K经典型整车外观取消了很多镀铬装饰,多幅进气格栅与其他奔驰C级的优雅型样式一致。16英寸七幅式轮毂给人沉稳的感觉。车头三叉星辉立标彰显豪华气息。

»消费者说

时尚是每个女人的追求

性感?是的,就是这种感觉。我看到CC的第一眼就是这种感觉,有味道。我是一周前在朗驰苏润提的车。我家的第一辆是“现代”,CC是属于我自己的。这款车太漂亮了,配置也很丰富,非常适合我。4个座位会不会嫌少?不会不会,完全够用!我虽然年届不惑了,但时尚、优雅是每个女人的追求,难道不是吗?

李华,女,私营业主

男人看重的不只是外表

我喜欢CC的外形,时尚却又低调,是越看越有味儿、看了放不下的那种调调。不过,你若说男人只重外表可就错了,车道保持、主动巡航、自动泊车等系统都是我喜欢的,CC还得过德国红点工业设计大奖,这就是“内涵”嘛。我喜欢音乐,CC装备的丹拿音响,也是超级跑车布加迪威龙Grand Sport上用的,正合我的胃口!所以,我毫不犹豫,在江苏华海一举拿下。

徐辉,男,32岁,销售主管

»销售者说

是CC选择了车主

国产CC上市以来接了不少订单。需要什么样的车,CC车主心里非常明确,他们不受别人左右。应该说,与CC价格近似的中高级车可选车型有不少,但CC的外形独树一帜,装备也有较高的科技含量。与其说是车主选择了CC,倒不如说是CC选择了它的主人。

南京协众4S店副总经理 马宁

用感性去体验性感

CC的消费群体还是比较小的,他们都是一群懂车、喜欢玩车的人。也许有人会说,花20几万买一台4座的轿车是不是有点不理性?也许吧。但选择CC的人正是感性生活的典型,他们用感性去体验性感的CC,而性感的CC也带领他们去探索更多感性的世界。

江苏苏舜4S店销售经理 陈红娟

海马启动“丝路申遗”助威自驾游
邀您参加“丝路体验营”招募选拔赛

近日,笔者从海马汽车南京雨田4S店获悉,海马骑士“丝绸之路申遗之旅”国内段已经完美落幕。

目前,跨国部分的旅程正在进行中,此活动受到了广泛的关注,大家的参与热情极高,为了能让更多人参与到这具有历史意义的旅程中,海马汽车决定面向全国展开第二阶段招募活动,即“丝绸之路体验营”的成员招募,成员们将重新体验部分丝路旅程,感受这一世界上最美的旅程,并用最有意义的方式为丝路申遗活动呐喊助威,见证不凡。

南京地区的选拔赛将由南京雨田店承办,据悉,南京雨田店将邀请报名的骑士车主和意向客户参加9月4日至9月5日的“丝路申遗”助威自驾游暨“丝路体验营”成员招募南京选拔赛活动,其间将举行摄影比赛,通过摄影比赛来选拔,摄影作品入围前3名的选手将代表南京赛区参加全国选拔赛,有机会获得丝路体验资格。

作为丝绸之路跨国申遗活动的唯一指定用车,海马骑士在近4000公里、共13天的长途跋涉中,显示出优秀的产品性能与可靠的产品品质。8月8日从西安出发,海马骑士几乎穿越了中国西北全境。途经黄土高原、河西走廊、吐鲁番盆地等多个地理区域,通过山地、戈壁滩、沙漠等多种复杂地形,期间还要经受风沙、酷热气候等多重严峻的考验,骑士以其优秀卓越的产品性能,获得了随车人员的高度认可。

雪铁龙红蜡笔行动完美谢幕

8月27日,雪铁龙红蜡笔行动在上海上演了以“爱·未来”为主题的感动之夜,历时三个月的雪铁龙红蜡笔行动在浓浓爱意中完美谢幕。

作为上海世博会法国馆官方合作伙伴,雪铁龙于世博会前夕在上海发布了其概念车的最新力作METROPOLIS,并在法国馆展出,METROPOLIS以最前沿的可充电式PLUG-IN混合动力驱动系统将对城市的责任与驾驶的乐趣完美结合。此外,雪铁龙还为法国馆提供官方用车,涵盖大C4毕加索、C5和C6。雪铁龙在积极参与世博的同时,还为低收入家庭小学生创造参观世博的机会。

今年6月,雪铁龙联合北京青少年基金会在全国范围内开展以“我心中的世博”为主题的绘画比赛,并组织由雪铁龙中国进口车经销商、车主和媒体组成的爱心车队,在北京、成都、上海、无锡、重庆和青岛六地贫困小学,为孩子们送去画笔、画纸和文体用品等,还通过视频影像资料向学生介绍世博会常识。绘画比赛收到了全国各地小学生寄来的近600幅作品。组委会综合网友的投票情况和评委的评选结果,最终遴选出优胜奖10名,纪念奖30名。27日,这些优胜奖获得者齐聚上海,并于28日参观世博,29日游览上海具有教育意义的景点。雪铁龙将画作拍卖、T恤义卖及爱心捐助所筹集的善款全部捐赠给北京青少年基金会。

张颖