



从“向往鱼肉”到“营养过剩”

本报记者 孙中钦 图/文

三十多年前，物质匮乏，让人记忆最深的就是，买菜很早就要去菜场“摆篮子”，副食品还要凭票供应。“大鱼大肉”“酒酣耳热”是那时许多人的向往。

三十年多后的今天，“营养过剩”却成为不少人的心病。马路上不乏大腹便便者，高血压、高血糖、高血脂等“富贵病”“老年病”也出现低龄化趋势。于是，引起人们警惕。这不，女厨师抽空逛书店，在“健康饮食”专柜前驻足，想要补课学习益于健康的烹饪手艺。据说，健康饮食、养生书在网络上也很热销。

从以前“向往鱼肉”，到如今“营养过剩”，这三十多年的变化有目共睹，而怎样“健康饮食”“合理营养”，看来是今后长期的追求。



雪佛兰科鲁兹掀背车 掀出“黄金40度弧线”的秘密

——设计美感与实用主义的跨界演绎



纵观三大豪华品牌，它们针对年轻的产品线清一色开发了掀背车型，可以看出它们对于年轻市场的敏锐把握。而掀背车，正是顺应全球潮流的产物。

“掀”出来的风尚潮流

随着80后甚至90后消费群体的崛起，“掀背概念”也越发行其道。近两年欧洲市场中，销量排前10的车型，有7到8款是掀背车，其中更不乏豪华品牌。这种尾部拥有“特殊角度”设计的车型，正是美学与实用的跨界理念在汽车工业上的应用与演绎。国内消费者熟知的三大德系豪华品牌，在他们的主打产品序列中都有掀背车的存在；甚至极个别豪华品牌也在着力开发此类车款。掀背车已成为汽车潮流的风向标，成为一再被演绎的经典与流行。



“掀”出年轻范儿——美到无可争议

在这一趋势下，主打“年轻与热爱”的雪佛兰品牌顺势推出科鲁兹掀背车。科鲁兹掀背车拥有“黄金40度弧线”尾部设计，展现欧式跨界设计风尚。干净利落的肩线令整车比例紧凑协调；上扬的腰线、尾部双尾翼、双扰流结合那一道黄金弧线，令整车洋溢着跑车般的设计美感，透露出让人心动的张扬个性。这一切，在来自台湾的空间设计师林小姐看来更是功能与美学的结合。“科鲁兹掀背车不论是灵活的尺寸或流线外型都很适合城市人，我个人最喜欢它侧面的线条还有开窗的分割比例，更可喜的是在车头与大灯的设计上完全保留了大车的大气。”她如是说，“掀背门打开的线条完全击中我。”



“掀”出年轻范儿——满载青春出发

另一方面，科鲁兹掀背车的“黄金40度弧线”设计，在造型上更迎合注重个性与时尚的年轻群体。掀背车以比三厢更短小精悍的车尾，却提供了更宽大的后备厢容积，空间的实用性足以让“一群小伙伴”们惊喜。黄金40度弧线设计，巧妙加长车身，不光在视觉上带来动感的设计优越感，更令后备厢的整体容积达到同级车领先的413升；配合后排座椅4/6分割设计，全部放倒后，其最大空间可提升至1254升。从这一点看，科鲁兹掀背车也是跨界的融合。掀背带来的超大空间，对于新媒体艺术家、电音设计师、来自香港理工大学的林教授来说显然更为带感。“最吸引我的还是那个大容积的后备厢。有了科鲁兹掀背车，即使是和朋友一起去户外露营，也不用担心空间不够。”

对于日益成熟的中国乘用车市场，单一化消费已不能满足消费者的需求。随着国内年轻消费者越来越追求个性化和功能的多样化，掀背车市场正待激发和升温。可以甩尾，也可以带上青春的装备出发！相信科鲁兹掀背车的造型，加之先天就拥有更优异的操控性，一定能赢得相当一部分年轻人的青睐。

