

【老彭侃车】

我也是好酒者,年轻时仗着不懂事,“白酒论斤”,以为自己英雄好汉。开车后决心远离酒杯,但平心而论,仍有过几次酒后驾驶的经历。这里唱的“三部曲”是现身说法,希望爱酒司机有所警觉。

第一部是“慢板”,别人劝您喝,您不喝,互相对峙。这时您脑子里刷清,知道自己手里有把汽车钥匙,喝不得酒。可对方抬举您,说“您有‘白酒论斤’的家底,还怕这杯啤酒吗?”众人又起哄,您就扛不住了,就把盖在酒杯上的手移开,默许别人倒酒,此刻您的武装已被初步解除。

第二步是“行板”,走着瞧。喝了几杯啤酒,汗毛孔张开了。朋友说,啤酒算什么酒?马尿啊,来,跟我们一样来白的!这时会有人敲边鼓,说:“您当年‘白酒论斤’,现在来一小杯,算什么?”您想想是这个理啊,就让人换了小杯,准备“干一场”。

第三步是“快板”,您走远了。您开始还装模作样,说白酒厉害,可别人一说您酒量好,您就什么都顺耳了。您不仅接受别人一杯杯挑战,还主动一杯杯出击。渐渐地,您腋下生风,额上冒汗,在喝彩中飘了起来。

罢了有人问:“您还开车吗?”您以为这是奇耻大辱,坚持开车,但看出来红绿灯已成了奥运五环……

您糊里糊涂又战战兢兢地开车,路上见了警察,就像惊弓之鸟。在这样的情况下,出事是正常的,不出事倒是不正常的。被罚过的司机请回忆一下,是不是这么个过程?

特约撰稿 彭瑞高



有多少草原可以被车“撒野”?



■ 200多台车浩浩荡荡驶上呼伦贝尔给草原生态造成巨大影响,引发众多质疑



赛车、随行车、采访车、后勤保障车、观众自备车……200多台车辆浩浩荡荡地在辽阔的草原上任意驰骋。车队所到之处,马达轰鸣,狼烟滚滚。这是近日举行的2007年呼伦贝尔国际汽车越野赛暨全国四驱汽车拉力赛的真实镜头。

笔者见识浅陋,没有到过美丽的呼伦贝尔大草原,又是汽车比赛的“门外汉”,不知道这次比赛在促进当地旅游、体育事业发展和对外开放等方面的意义如何,是否能推动中国赛车业的迅速发展。但有一点是毋庸置疑的,那就是这次比赛一定会在国内外产生广泛而深刻的影响。但遗憾的是,这种影响不是因为比赛的水平有多高,而是对草原环境的破坏在国内外同行中绝无仅有!

看看吧,近一周时间,全程

2000公里,200多台车上的人吃、喝、拉、撒全在草原,一路上要留下多少垃圾,排出多少尾气,碾坏多少牧草?受到破坏的草原生态能否恢复?要花多长时间恢复?国内外一些媒体和当地群众都发出了一连串的疑问。许多牧民禁不住气愤地说,这与其说是一次“绿色越野”,倒不如说是对草原的一次绝无仅有的“粗暴践踏”。

事实上,呼伦贝尔草原也一直

面临着日益严重的环境危机。目前,草原退化、沙化势头有增无减。天苍苍,野茫茫,风吹草低见牛羊。敕勒川的歌声如是描绘着草原的美丽风光。呼伦贝尔大草原吸引游客之处是蓝天、白云、草地、牛羊,而并非当地有关部门“深感骄傲和自豪”的汽车拉力赛。要看后者,国外比比皆是,人家大可不必千里迢迢到呼伦贝尔。不惜环境,通过在草原上举办汽车比赛来发

展旅游,实在有舍本逐末之嫌。没有干净的水喝了,人们才想起要治水;水土流失了,人们才意识到封山育林的重要性……前不久无锡蓝藻事件再次给我们敲响了环境危机的警钟:决不能再走“先污染、后治理”的老路。面对汽车赛后“伤痕累累”的呼伦贝尔大草原,有关决策者是否也该扪心自问一下,我们还有多少草原可以被汽车“撒野”呢? 吴建华

取胜不靠“扎胎”

日前,在北京海淀区上地东里某小区内,十余辆汽车的轮胎被人扎爆,其中全部是威驰、本田雅阁、尼桑、丰田等日本品牌的车辆,其他品牌车则全都完好无损。扎胎行为如果为仇视日货者所说的话,我则断定其已患上典型性时空倒错之认知迷幻症。上世纪30年代,抗日战争爆发,众多国内同胞纷纷加入抗日救国行列,海外华侨也迅速掀起抵制日货等爱国救亡运动,许多国人更

是自觉把抵制日货当作爱国图存的底线性行为。可将近一个世纪过去,中日两国之间早已由敌国修好为友邦,而这股仇视日货的民族情绪,似乎并未能从某些自以为爱国的愤青身上适时消散,以至于连受中国之宪法保护的“合法日货”或国人私产也无法幸免。那些提倡抵制日货者的逻辑是,购买日货便等于向日本政府缴税,更等于挤占了国货之生存

空间。可他们全然忘掉了自己抵制的并非二战期间那些助纣为虐的日货,而是经济全球化年代既能给日本企业带来利润,更能给中国国民带来实惠的商品。在经济全球化的宏大背景下,任何民族品牌若欲立于国际市场,除了自强之外还是自强,直至其在质量和信誉上有把国外品牌打败的实力,才能为自己赢得真正的生存空间。而那些依赖于政府襁褓的无微不至抑或另类爱国心喂养的民族品牌,恐怕永难强大起来。从此意义上讲,那些在中国境内长驱直入的洋品牌,恰恰是助我们民族品牌逐步变大变强的“鲶

鱼”和“野狼”。作为消费者,抑或置身市场经济时代的每个人,都拥有其选择商品的自由。当然,有消费者选择抵制日货,同样属其固有权利,但任何阻碍他人自由交易或交换行为的选择,则肯定是错误的。更何况无缘无故扎爆他人轮胎的行为属违法无疑,且其行为已由“爱国”转而成“害国”了。而那些患上时空倒错之认知迷幻症的爱国者的致命伤,是其把政治与市场混为一谈。只有让市场处于自然状态,才能对所有市场主体有益,自然也包括我们的民族品牌。 周士君



7月7日下午,Live Earth演唱会拉开帷幕。这场旨在倡导全球反对气候变暖的音乐盛会跨越各个大洲,在八个城市展开,音乐会现场演唱时间累计24小时。在此期间,包括邦乔维乐队、创世纪乐队、麦当娜和警察乐队在内的100多位世界知名艺人献唱音乐会,呼吁全球共同反对气候变暖。戴姆勒·克莱斯勒是赞助此次“拯救地球”活动的唯一汽车制造商。其中,中国演唱会在上海东

方明珠电视塔下与全球同步举行。著名艺人莎拉·布莱曼、女子十二乐坊、许慧欣、黄耀明、容祖儿、陈奕迅和辛晓琪等海内外著名歌星云集,号召与会人们为环保事业贡献力量。北京奔驰-戴克公司提供了奔驰E级轿车作为上海站的演员专用车。在观众与媒体闪光灯的包围中,奔驰E级车载着众多当红歌星进入音乐会现场,为演唱会现场增添了无限光彩。 金心

劣质车膜有哪些危害

作为现代职场典型的“白骨精”,我通过自己多年的努力,终于在上海这座国际大都市站稳了脚跟,别说已有了自己的窝,最近更是买了自己的爱车哩。进入夏季的上海热浪滚滚,骄阳似火,给爱车贴膜是必然的了。然而,车膜市场太多的假冒伪劣产品的传闻让我望而却步,找品牌店、找大公司是我唯一的选择,于是,来到一家沪上知名汽车百货店。抱着探其究竟的迫切愿望,趁在给爱车贴膜的同时,旁敲侧击,向贴膜专家多了解一下车膜知识。尤其是大量劣质车膜不断涌现,充斥着市场。那么劣质车膜都有哪些危害呢?



首先,清晰度降低,危害行车安全。公安部规定:前档玻璃的可见光透光率必须大于70%。优质的车膜会严格执行透光标准,尽量提高透光率,如美国龙膜的可见光透光率都在70%以上。而劣质的车膜绝大部分是染色膜,是完全靠颜色来遮挡太阳光,导致其透光率远远不符合标准,从而大大增加了车祸发生的可能性。其次,残留溶剂中的物质,危害人的健康。劣质车膜的胶层残留溶剂中苯含量很高,有刺鼻的异味,溶剂挥发到空气中,将在车内造成空气污染,这会严重影响人的健康。再次,劣质膜不能抵挡紫外线。因为劣质车膜大部分是染色膜或未达标的次膜,这些膜几乎没有抵御紫外线的功能。而紫外线是车主的皮肤健康、车内饰的重要“杀手”之一,同时,由于不能抵御紫外线,车内温度居高不下,这会增加空调的负荷,从而导致耗油量增加。



最后,劣质膜没有韧性、很脆,没有安全防爆功能。劣质膜贴在玻璃表面,车窗玻璃受到外力的打击时,玻璃会飞溅开来,车膜不能将玻璃粘在一起,这严重影响了车主的人身财产安全。而优质的龙膜在车窗受到外力的猛烈打击后,仍会将破碎的玻璃紧紧粘连在一起,这在极大程度上保证了车主的安全。在了解了劣质车膜的危害后,理所当然,我们一定要选择优质车膜。专家强调:一定要选择有质量保证的专业店或大型汽车百货店,因为这种店具有品牌公司的专业认证或授权,拥有优质的贴膜环境和受品牌专业培训贴膜专家。 和玉

“回头看,有些事仿佛是注定的”

——首位荣威车主张坤的故事

张坤,荣威上海的首位车主。某个周末段往事,张坤依然难掩兴奋之情。之后,张坤说他就一直密切关注荣威的上市时间,也就有了后来提前一天夜访4S店以及最终成为上海地区首位车主的事情。

对的时间遇到对的车

用张坤自己的话来说,他与荣威的缘分是命中注定的。无意间在网上看到荣威的照片,张先生说有“弹眼落睛”的感觉,在了解了荣威与罗孚的故事后,已然心有戚戚焉。“当时应该是谍照吧,没说何时上市,但我决定把原来的购车计划延后,就等荣威上市。”张坤似乎为这个明智的决定感到颇自得。

由于工作的缘故,张坤需要经常去全国各地出差。“大约是在去年底,有次去济南出差,发现机场就陈列着一台荣威,我当时

就拨打了咨询电话并预订了一台。”提到这下午,在淀山湖某度假村,偶遇了开着伯爵蓝荣威750E前来度假身着一袭休闲装的张坤,干练与精明中不失优雅,而且谈锋甚健,于是我们聊起了关于汽车的话题。

由于出差频繁,张坤开车并不多,目前开了约2000公里。“每次开荣威,就感觉自己意气风发。”张坤开始兴奋的描述起来,“起步加速非常灵敏,持续加速能力更是出色,即使160码也相当稳定。荣威的V6发动机确实名不虚传。就车本身而言,不管是技术还是配置,品位啊,比起传统三家豪门,一点都不差。可以讲,荣威的性价比非常高,绝对物超所值。”

真正认识自己的需求,是一种生活的智慧,也是人生历练和积淀的结果。张坤身上所表现出的自信和成熟很好地证明了这一点。 广告



金龙汽车

金龙相伴 金色童话

16座加长版校车全新上市 ●安全座位、超大空间、舒适车厢



金龙海狮系列车型
达到国四标准,并
通过国家强制性认证
ISO9001-2000质量管理体系
认证。

厦门金龙旅行车有限公司 咨询热线: 0592-5826808 大区经理: 李洪生 13501877114
上海金龙汽车销售有限公司 销售热线: 51695725 54792502 沪太店: 51695745 66100730 枫桥店: 51695755 55809151
上海华荣汽车销售服务有限公司 销售热线: 46880232 81801922 南行店: 34311700 84211188 浦东店: 69840320 83667871
上海全佳汽车销售有限公司 销售热线: 84674205 84374051 浦东店: 50593013 50590215 正北店: 82507267 82507667