

“尊重慢行交通——你我建言”获奖作品节选

>> 慢行交通,我们还缺啥?

我们想绿色和谐的慢行交通成为城市的主旋律,首先要提倡一种慢行的心态。我曾到过中国澳门,也曾去过欧洲,我欣赏他们的“慢行心态”——当然我并非崇洋媚外,我只是尊重他们绿色的出行方式,欣赏他们乘坐公共交通和自行车、摩托车的心态与情调。我们首先应该给予慢行交通足够的认可与尊重,要通过宣传和教育让大家明白:坐公交还是开轿车,不关乎身份、荣辱、尊严。当骑自行车的人和开劳斯莱斯的人在门卫处能受到同等服务与尊重的时候,慢行交通自然会成为一种主流的选择。(张良)

>> 爱泉城济南,爱慢行交通

我们普通老百姓要摒弃仗车固定思维,灵活使用各种出行方式,以慢行交通为荣。私家车除了带给我们方便快捷,同时带来诸多的社会问题,道路拥挤,出行难,停车难,尾气污染等等。在这里我想借鉴中央八项规定之后在全国推广的“光盘”行动。在饭桌上讲排场要面子等陋习,都因为有光盘行动而和谐许多,都理解饭桌上的浪费是多么的没必要。所以,慢行交通也可以效仿之。以前都是开着小汽车去参加婚礼、同学聚会才觉得有面子,如果让骑着自行车走街串巷成为时髦,这是一个多么大的移风易俗?再说,骑自行车又是一项重要的有氧健身运动,如果把运动和出行很好的结合岂不美哉?(储紫光)

>> 共享我们的慢行交通

我们所倡导的慢行交通并不是让我们退回古代,降低我们的生活效率和品质。更多的是一种态度和理念的“慢”,端正我们的出行态度和责任,通过出行方式和理念的“慢”而获得更加安全、有效和顺畅的交通。慢行交通可以满足城市内部的出行需要,有利于缓解交通拥堵、改善空气质量、缓解全球变暖 and 促进身体健康等。(阿里郎)

>> 给慢行交通以人文尊重

推行以乘坐公交、自行车骑行和步行为主的慢行交通,有利于身心健康,有利于通畅出行,有利于生态环保,可为一举数得。可要将好事做好,却也不易,个种原因和破解之道,也是见仁见智。我认为,推行慢行交通,应该从给慢行交通以人文的尊重做起。(石兴会)

>> 济南慢行交通体系建言

感谢给市民一次参与交通建设的机会,作为普通市民,交通关系你我他,我市慢行交通我认为还是可圈可点的,比如:彩色自行车道,经七纬二路口设挡雨防晒棚,在自行车道设隔离柱,避免机动车占用。慢行交通不仅需要交警部门,还需要大家思想上的转变,社会职能部门的深层设计。慢行交通,我建议实行单双号制度。注意,我指的单双号制度不是强制性的,而是倡导式,这样会有一部分较自觉人群在没有紧急情况的时候会相应的日子里减少开车出行。他们愿为济南交通做出这样的贡献,比如像我,只要有这部分人群存在,类似志愿者吧,形成一种默契,就会减少拥堵。(耿庆祥)



你理解车辆涉水险吗?

夏天到了,不约而至的暴雨极端天气很容易让车辆发生水淹险情。保险公司现在基本都推出了相应的涉水险险种。究竟涉水险是如何定义的?如果真出险了如何进行索赔呢?

涉水险定义:涉水险或称发动机特别损失险,是车主为发动机购买的附加险。保险车辆在积水路面涉水行驶或被水淹后致使发动机损坏可给予赔偿。

如果购买了涉水险,什么样的损失才能由涉水险赔付?

日常生活中常见的水淹车案例有以下几种:1、下雨造成的水淹;2、车辆掉入水中;3、车辆停在地下车库等地方被水淹没。所以建议常驻雨水较多城市的朋友购买一份涉水险,有备无患,毕竟发动机要是因水淹“挂了”维修起来的费用是个不小的开销。

出现涉水后怎么处理?

车辆一旦遇到水淹熄火的情况,应当保持冷静,观察一下车头的水深,如果水已经淹到了进气口的位置那么千万不要尝试再次点火,这个动作会导致保险拒赔。正确的做法是下车到安全的地方等待救援。当保险公司查勘员抵达现场后,将首先收集客户理赔资料,当案件核损通过并在修理厂确认车辆维修方案后,保险公司即刻启动赔款支付程序。

以上就是关于涉水险的介绍,不过最后还是提醒广大司机朋友,了解未来的天气情况、熟悉道路避开可能发生情况的地区、提高驾驶技术和经验才是真正的“保险”。

致炫:AO级合资小车的标杆王者

随着90后也开始步入晚婚的节奏,80后及90后现已成为购车的主要消费群体。自从2013年4月上海车展广汽丰田的战略重点车型“致炫”全球首发之后,致炫就凭借个性外观、越级空间、充沛动力、超低油耗等优异的产品力为同级车树立了新标杆,也同时成为当下都市年轻人的购车首选。



超强动力,超越同级低油耗

一谈到用车成本,日益增长的油价是个不可避免的问题。作为环保达人的都市潮人们,爱车的超低油耗不仅能为自己省下真金白银,还能彰显自己的环保公益身份。

致炫采用了丰田全新“NR发动机+i-Super变速器”动力系统。得益于NR发动机“三高、四轻、五低”优势,以及与“i-Super变速器”的完美匹配,致炫能为用户带来“超强动力、超低油耗、超级平顺、非凡可靠”的驾乘享受。无论是起步还是中段加速,致炫都能提供充沛动力。资料显示:致炫1.3L手动车型可实现百公里5.5L的超低油耗,而1.5L自动挡车型也仅为5.7L。这一数据即使某些以节油为立身之本的涡轮增压车型,也难以企及。

尤为值得一提的是,今年致炫出征CTCC中国房车锦标赛,首站便夺冠,其强劲的赛车性能令人刮目相看。8月24日,致炫将征战CTCC韩国站。这是CTCC首次在海外开赛,所以格外引人注目。为此,广汽丰田开展“畅游韩国·致炫至酷”抽奖活动,招募致炫车主赴韩国观赛旅游。即日起至7月30日,消费者只需登录天猫商城广汽丰田官方旗舰店,以及唯品会广汽丰田官方店,订购致炫并且成交,就可以凭借发票等凭证参加抽奖,赢取韩国四天三夜免费观赛旅游的机会。并且每一位车主都可带一名朋友或家属同行,机会不容错过。

高安全配置,满足C-NCAP五星标准要求

安全,逐渐成为消费者购车时重要的参考指标。作为广汽丰田的战略重点车型,致炫在安全性能方面也树立了同级车的标杆。

为了提高致炫的车身刚度,致炫的GOA车身100%采用高强度钢板。特别值得称道的是,致炫的前防撞横梁采用了从瑞典进口的抗拉强度高达1300Mpa的超高强度钢板,仍然做到同级车中最强;而致炫的室内防撞杆抗拉强度高达惊人的1600 Mpa以上(屈服强度1100Mpa以上),不仅超越同级,而且中高级轿车阵营中也相当罕见。

众多的安全配置,使得致炫的被动安全性完全可以满足我国C-NCAP五星标准要求;尤其是行人保护能力达到了欧洲E-NCAP五星水准。

外观设计炫酷极具时尚品质

对于都市潮人来说,一部车子没有好的卖相就绝对没有好的销量。所以致炫一改丰田原有的中庸之道,在外观方面显现出大胆而炫酷的设计风格:霸气十足的“大嘴”前脸、凌厉的鹰眼大灯、俊朗的车身腰线、前卫的悬浮式车顶,使车型形象拥有极高的辨识度。内部设计上,致炫中控台采用了简约、飘逸的丝巾扣设计理念,使驾驶舱和副驾驶位都可以拥有宽阔的视野和充足的腿部空间。控制面板、多功能方向盘和车门内饰板多处的亮银饰条,以及手工缝线效果,充分满足了年轻人对质感的追求。致炫这些出众的设计,不仅让年轻人一见倾心,更为其赢得了“2013北京国际设计周——汽车设计大奖”。

作为一款专为年轻人而打造的跨级时尚大两厢,致炫在油耗、外形、空间、油耗等方面优势明显,其价格区间仅为6.98万-10.88万元,很对年轻消费群体的“胃口”。凭借亲民的价格区间及一系列产品硬实力的基础上,致炫无疑将成为AO级合资阵营里的标杆王者。(孙亮)

谁是中高级车市的下一任“球王”



足球场上,球王贝利和球王马拉多纳的时代已经过去,而新一代球王之争一直是球迷们争论不休的话题。有人说是罗纳尔多,有人说是齐达内,有人说梅西是贝利和马拉多纳最好的接班人。球场上,新一届的“球王”还在争论不休,而中高级车市中,新一任“球王”却已隐隐若现。

纵观车坛历代“球王”历史,跌宕起伏。2010年以前,雅阁和凯美瑞轮流坐庄,稳当中高级车市的霸主;2011年,天籁一夫当关,成为中高级车市的领军车型;2012年,德系成功上位;2013年,因为第七代凯美瑞、新世代天籁、第九代雅阁等新车型陆续上市,中高级车市迎来新一轮洗牌,至今年为止,谁是新一任“球王”已见端倪。

一款新车型是龙还是虫,受到产品定位、产品实力、定价、营销手法等多种因素制约。但是追根究底,产品定位是基石,产品力、定价和营销都是基于产品定位而展开的。所以,看中高级车的走势,先得追究各个品牌的产品定位是否与市场的需求一致。

虽说各个品牌的产品设计和研发都是遵循市场规律,以消费者需求为导向,但是一般来说,汽车产品更新的准备周期比较长,一般在产品上市的前二、三年,产品的大致定位已基本确定好,这对厂家的市场调研及其市场预见性来说,无疑是一个大考验。

当前中高级市场的“话语权”已经逐渐从70后交到80后手里,而80后的目标消费人群是伴随互联网成长的一代。他们生活在信息海洋,平庸不变不是他们的追求,趣味而独特的东西更能吸引他们关注。因此,在选车方面,他们会喜欢外观

更有设计感、更加运动化的车型。同时,拥有独特的操控乐趣的车型也成为了80后消费者们的首选。

那么,我们不妨来看看中高级车市新一代车型的产品定位是否符合这些80后“新生代”消费者的需求。第七代凯美瑞仍然走中庸、均衡路线,既有运动化的骏瑞,也有混合动力尊瑞,经典款也仍然在售;第九代雅阁牺牲操控性换来了更多舒适性,并希望通过“地球梦科技”动力总成技术力挽狂澜,重夺中高级霸主之位,但是不尽如人意;帕萨特始终坚定不移地走商务硬朗操控路线;迈腾则越来越强调科技带来的用车体验。

而素有“舒适之王”称号的天籁,其新车的动作很大。为了满足80后消费者对运动的需求,新天籁在超越上代舒适优势的情况下,通过搭载“梯形控制臂独立后悬挂”和“ATC主动防侧系统”,增加悬挂刚性,加强天籁在高速过弯或变道时的轮胎抓地力,让新天籁的操控性能达到高响应和高稳定的效果。

虽然运动化和操控性并不是划等号,但是一般情况下,一款车的操控性能直接影响其运动化程度。可以看出,新天籁在操控上花了这么大的力气,其目标很明显,在不丢掉舒适的前提下运动化将是天籁产品发展的方向。

车市如球场,“球王”自然要在球场上进球才能获得喝彩,而各款车型想要成为车市的“球王”,其产品定位也只有射进消费者心中的龙门,真正符合他们的需求,才算具备资格。如此说来,中高级车中谁是新一任的“球王”,看其产品定位是否足够精准便知分晓了。(陆小虎)