

尊重生命，慎用远光

远光灯出没，请注意

在城市道路上行车，很多车主为了让眼前视界清晰，从而选择开远光灯。但错误的开启远光灯，不仅是对其他车主的不尊重，增加交通事故率，同时还触碰了法律的底线，在今年1月1日开始实施的新交规中明确规定，机动车违法使用远光灯将被处以记1分，罚款100元的处罚。在本期专题里，本刊编辑实拍远光灯效果图片，让广大读者朋友能更直观、清晰的了解远光灯。

文/片 韩杰 曹俊杰 整理

远光灯有何效果？

与近光灯相比，远光灯的光线平行射出，光线集中且亮度较大，可以照到更高更远的物体。开启远光灯后，可以提高视线，扩大观察视野。在没有路灯的漆黑路面上，开启远光灯后的可视

范围要远远大于只开启近光灯，从而保证行车安全。下图为开启近光灯与远光灯后的道路照明效果图，我们可以直观看出，在漆黑的路面上开启远光灯的必要性。



近光灯下的前方路况



远光灯下的前方路况

滥用远光灯有何危害？

正面会车时：

隐患一：瞬间致盲

当夜晚会车时，远光灯可使对向驾驶员视觉上产生瞬间致盲，致盲时间根据驾驶员自身视力、周围环境不同持续时间也会不同，但最快也要持续2秒左右的时间，在这两秒的时间里，驾驶员如同闭眼开车，对周围的行人以及前后的来车观察能力大大下降。

隐患二：对速度和距离的感知力下降

夜晚视线不好，因此人眼对于对面来车的速度判断本来就会打折，在这样的情况下，开启远光灯对人眼的干扰会使这一判断力加速下降。另外开

启远光灯，对方车辆无法准确判断车速和距离，容易造成车辆碰撞或刮擦事故。

隐患三：对宽度的判断力下降

远光灯所产生的超大光晕会占据人眼视觉中很大一部分面积，从而使得驾驶员对来车的宽度以及它身后情况的判断力下降，从而会采取错误的操作。

后方车辆开启远光灯：

当后方开启远光灯时，前车内外3个后视镜中会出现大面积光晕。前方三个刺眼的反射光线会缩小驾驶员对前方路况的可视范围，不仅对前方道路观察不足，同时也在后视镜中观察后方车辆行驶状况时也会造成误判。

遭遇远光灯时怎么办？

在遭遇对方的远光灯攻势时，尽量使用灯光提示对方。切忌使用“对灯”等报复式行为，从而造成不必要的麻烦以及交通事故。

1、眼睛尽快躲开发光点：在对方车辆开启远光灯直射下，我们应尽快躲开发光点。通过眼睛观察暗处环境，从而恢复对于行驶道路的观察。此时我们的目光可以选择前方道路右侧边缘处，避免被晃的同时还可以看到前方道路状况。

2、用灯光提示对方：在遭遇对方车辆远光灯时，可拨动远近光灯开关，给予对方提示。但尽量避免赌气报复行为，不可长时间开启远光灯与对方“对灯”。

3、减速慢行：如果实在看不清道路状况，就尽量减速慢行，同时轻微鸣笛，不仅提醒对方变灯，更提醒前方道路上通过的非机动车辆或行人。如果在难以行驶，可选择靠边停车，安全让过对方车辆再次上路行驶。

法律法规是什么？

《道路交通安全法实施条例》中规定：

(一)在没有中心隔离设施或者没有中心线的道路上，夜间会车应当在距相对方向来车150米以外改用近光灯，在窄路、窄桥与非机动车会车时应当使用近光灯；

(二)通过有交通信号控制的交叉路口，转弯时不能使用远光灯；

(三)夜间没有路灯、照明不良或者遇有雾、雨、雪、沙尘等低能见度情况下行驶时，同方向行驶的后车与前车近距离行驶时，不能使用远光灯；

(四)夜间超车时，应远近光灯交替使用，提醒前方车辆；

(五)在照明较好的城区不宜使用远光灯。

2013年1月1日开始执行的《机动车驾驶证申领和使用规定》，其中对于“驾驶机动车未按规定使用灯光的”，一次记1分。

远光灯使用与模特实拍效果图

下图中，本方车辆距离对方约50米，道路上除了白茫茫的光柱外，基本不可视物。红圈处为模特站立位置，此时我方车辆基本不可能观察到。



下图中，本方车辆距离对方20米内，此时可轻微看清模特大致轮廓以及所站立位置，但效果并不太理想。



下图中，本方车辆距离对方约10米内，此时才能看清模特所站立位置及整体轮廓。但距离对方车辆已经太近，如果道路行驶时处理不及时，就容易造成交通事故。



车辆型号：东风日产天籁
车辆提供：东风日产经十四路大友店

6月销量超1.2万台，上市首季累计销售36063台

产品+服务，新世代天籁激活中高级车市

最新数据显示，东风日产新世代天籁6月销量12354台。至此，新世代天籁上市首季累计销量36063台，以月均销量超1.2万台的成绩实现了传统淡季的“弯道超车”。

销量“含金量”十足，天籁用实力说话

随着各大车企相继公布6月销量，车市各细分市场第二季度的总销量排名也尘埃落定。在最吸引眼球的中高级车市，今年的车型竞争不仅激烈，更是看点十足。在“德日之争”依然是主基调的情况下，3月上市的东风日产新世代天籁格外引人注目。

6月虽为车市传统淡季，但新世代天籁则凭借强劲实力，迅速在竞争激烈的中高级车市场上占据

领先地位，呈现出稳中有升的发展态势。继4月和5月分别销售13120台、10589台之后，天籁6月销量达12354台，上市首个季度月均销量突破1.2万台。

众所周知，进入2013年，车市全面步入“微增长”状态；从5月开始，车市更是提前进入传统淡季。受到此客观条件影响，不少车企不再淡定，纷纷推出各种促销优惠等“招数”。而为了拉动销量数字的上升，诸多主流中高级车的终端价格相比官方定价，已经下滑了3万元以上。

然而，在“降”声一片的大环境之下，新世代天籁却显得格外淡定——始终坚守价格“一步到位”的承诺，在失去降价、让利等刺激

消费的优势下，依然凭借产品魅力和给力的配套服务，赢得了广大消费者的认同，并最终取得上市首季月均销量过万的成绩。

新世代天籁上市首季的销量，是真正正正不含一点“水分”的数字，其“含金量”十足。

“弯道”超车，天籁激活中高级车市

在竞争激烈的中高级车市场上，新世代天籁敢于在上市之初，就作出价格“一步到位”的承诺，其风险之大，可想而知。然而，随着每月销量逐一揭晓，新世代天籁最终以月均销量过万的成绩，实现了淡季的“弯道超车”，令不少持保留意见的人“大跌眼镜”。

难怪在新世代天籁上市之初，

东风日产副总经理任勇就指出：“新世代天籁要成为中高级车市场上的‘鲨鱼’，它将以鼎定新格局的姿态重新定义中高级车市。”

新世代天籁能否鼎定中高级车市的新格局，估计要等到年底才能见分晓，但其成为激活2013年中高级车市的亮点车型，却是不争的事实。

首先，东风日产针对新世代天籁的消费者推出了同级首创的“天籁行动”以及“天籁直通车”，在深挖汽车后市场的同时，为消费者带来更高的服务价值，成为新世代天籁吸引关注的重要因素。

除此之外，新世代天籁的综合产品性能也实现了大幅的提升：其不仅传承了上一代天籁超越同级的舒适性，更以“梯悬挂+ATC”组

合，即梯形控制臂独立后悬挂和ATC主动循迹控制系统，为消费者打造出精准、迅速、稳定的过弯体验。

由此可见，新世代天籁不仅实现了服务的创新和舒适性的提升，同时也大胆突破原有的形象，以超越期待的操控性能出现在消费者的面前，为他们带来了更大的惊喜。

对此，东风日产市场销售总部副总部长杨嵩表示：“我们始终坚持以‘客户至上’的理念，希望能够不断为消费者带来更加新颖的产品和用车体验，并借此持续激活车市的发展和潜力。新世代天籁正是我们的‘重要试点’，而事实也证明，我们的创新已经得到了消费者的肯定。”

(李越)