

混合动力车 要的就是创新的潮范儿

混合动力车在时尚圈早已不是新鲜玩意儿,在国外也已经流行了许久。这种由电动机和汽油机组成的“双擎”动力环保车,在时尚圈的兴起恐怕要从它成为好莱坞明星的座驾说起。当大牌明星们纷纷把豪车锁在车库里,反而开着混合动力车逛街兜风,只能感叹时尚与否并不是由金钱多少来评判的。与传统汽车甚至是豪车相比,混合动力车带来的不是配置堆砌,而是一种创新的突破感、一种自我实现的成就感。“双擎”动力之间的平衡与兼顾、融合与互补,代表了一种“极致”,虽不是件时尚的艺术品,但自亮相的那一天起,就散发出一股时尚魅力,吸引着人们去关注、了解,直至去亲自驾驭。

从好莱坞明星的座驾说起

实际上,上世纪 90 年代初,全球第一款量产混合动力车在研发阶段就将目标定为“面向 21 世纪的汽车”,正如上市后丰田为其取名为普锐斯 PRIUS (拉丁文中意为“先驱”),这种打破传统的前卫概念以及前瞻眼光,就已经为混合动力车置入了时尚基因。

当然,混合动力车并不是一件摆在展馆让人观赏的时尚艺术品,它的真正使命是成为一辆能够节约能源、减少碳排放的环保车,更重要的是必须让人们踏实地开上路,

而且越多越有效。

提到环保,想来在上世纪很少有人能把它和时尚联系起来。直至有一天能源发生危机了、污染变得严重了,坚持环保反而成了最具格调的时尚态度。

素有世界时尚风向标之称的美国好莱坞,显然不会错过这个引领潮流的机会。几乎是瞬间,明星们纷纷开着自己的混合动力车穿梭于不同的时尚 Party 和颁奖礼之间,卡梅隆·迪亚兹、茱莉亚·罗伯兹、帕丽斯·希尔顿等巨星都成为混合动力车的忠实粉丝。

热衷环保事业的“小李”莱昂纳多·迪卡普里奥,一直倡导环保减排,并且身体力行,不但平时的座驾选择了混合动力车,2008 年出席环保纪录片《第 11 小时》的香港首映期间,“小李”亦贯彻始终,坚持乘坐混合动力车返回酒店。

要是有好事的记者想问这些明星的混合动力车究竟是怎么做到节能环保的?估计没人能回答出来。但是,这重要吗?怎么省油、怎么减少排放,这是汽车厂家该琢磨的,“我”要做的就是用行动表达“我”的态度!

要的就是创新的潮范儿

相比好莱坞明星们以结果为导向的处世态度,华尔街、硅谷的这些金融、IT 精英们,他们不仅要决定人们消费什么,还要决定人们的生活方式,他们要的是改变世界,要是是更新换代的创新,而不是循规蹈矩。

同样是座驾,放眼华尔街、硅谷的诸多停车场,少有百万美元级的豪车,最贵的车也不超过 10 万美元,豪车、老爷车在这里得不到追捧。有人会问,他们到底想要什么车?难道是车联网、无人驾驶的智能汽车?

显然不是。在互联网和通信技术如此发达的今天,让车变得智能也只是分分钟的事,这不是改变,除非这是一辆变形金刚。汽车的真谛还是它的“心脏”——发动机,只有动力系统的革命,才更让这群精英们兴奋。

一定有人会提到电动车。不过别忘了,电动车就像个可以更换电池的玩具,小孩子玩也只是新鲜一阵而已。最终还得说是混合动力车,无论是“双擎”动力组合的智能控

制,还是能量的再生回收,看似简单、易于模仿,但又极具创新力、无法复制,会让人产生“破解”的冲动。甚至有 IT 工程师去模拟开发混合动力车的动力控制程序,并且乐此不疲地互相交流经验。

有人说过,混合动力车体现的恰恰是硅谷精神:把新技术应用到实际产品里,不断降低成本,让人们认识并享受到创新的价值。也许正是这种创新的潮范儿,混合动力车才让人们有一种“不容错过”的稀罕之情。

时尚从来就不等于奢侈

如果因为好莱坞明星和硅谷精英们开了混合动力车,就把它看成一件奢侈品,显然大错特错了。混合动力车从一量产就是为普通大众而来,改变环境不能只靠“高富帅”和“白富美”,全民参与才是大势所趋。从价格上看,混合动力车也没有将大家拒之门外,与同级别、同性能车的价格差还不足以成为门槛,仔细算笔省油账,一切也就释然了。

如今,环保时尚正从发达国家向全球流行,它带来的不仅仅是美,更是一种全新的、健康的生活观和时尚观。国内历来不乏时尚追随者,早在 2005 年普锐斯首次国产,第一波“尝鲜”的人可谓是国内具有环保情结的时尚达人。

但是,环保汽车不会像其他时尚元素一

样很快会在国内流行开来。直到现在还有人了解“双擎”动力为何物,甚至把它当成有钱人的玩物。从信息不对称的角度来看,这种误解可以说是汽车厂家一手造成的,让消费者接受一个新鲜事物,不比造出这个物件简单。

时尚需要引导,无论是“低调男神”张震、“国民女神”高圆圆,还是“钢琴王子”李云迪,知性的形象喊出“混合体”这样的网络

化语言,一改混合动力往日冰冷的技术形象,“双擎”让人们在追随时尚、践行环保方面有了合二为一的选择。

时尚总在不断地向历史致敬,走过一个多世纪的汽车产业,其时尚背书正由混合动力撰写。随着国内的时尚潮流逐渐与世界比肩,风靡全球的混合动力汽车也将在中国瓜熟蒂落,为国人带来全新的汽车文化洗礼。

(北商)

