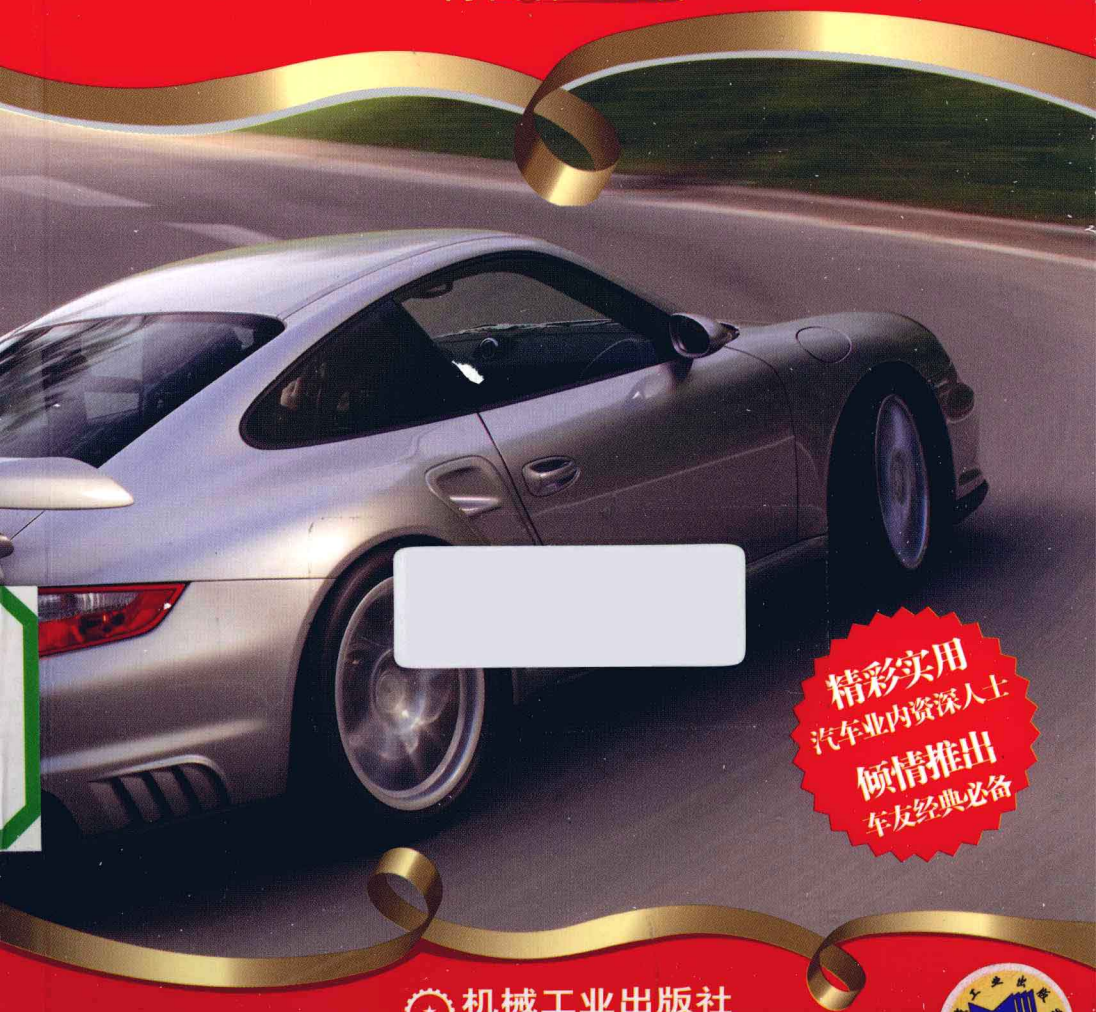


车博士书系 开车汇

购车完全手册

陈富有◎编著



精彩实用
汽车业内资深人士
倾情推出
车友经典必备



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



车博士书系·开车汇

购车完全手册

陈富有◎编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

汽车有文化色彩、性格取向、性能差异、进化完善程度等的不同。汽车首先是一种实用的交通工具，其次它还是车主身份的名片，体现着车主的欣赏品位、生活的态度、个性和爱好等。广而言之，汽车还是各国民族文化的载体，购车还要了解其背后的汽车文化。

汽车，绝对有好坏之分，区分的标准是性能和工艺，如果您的层次再高一些，还可以把环保和人性化列进来。好的性能、好的工艺以及人性化如何体现？这就是选车的根本。

在这里，我教您透过现象看本质，帮您找到一位心仪的知己。

图书在版编目(CIP)数据

购车完全手册 / 陈富有编著. —北京: 机械工业出版社, 2012.7
(车博士书系)
ISBN 978-7-111-39115-9

I. ①购… II. ①陈… III. ①汽车—选购—手册 ②汽车—基本知识—手册 IV. ①F766-62②U46-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第152740号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑: 李 军 孙 鹏 责任印制: 乔 宇

北京汇林印务有限公司印刷

2012年8月第1版第1次印刷

148mm×210mm·7印张·300千字

0001-4000册

标准书号: ISBN 978-7-111-39115-9

定价: 39.80元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心 : (010) 88361066 教材网: <http://www.cmpedu.com>

销 售 一 部 : (010) 68326294 机工官网: <http://www.cmpbook.com>

销 售 二 部 : (010) 88379649 机工官博: <http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线: (010) 88379203 封面无防伪标均为盗版

前言

FOREWORD

中国人购车有中国人的方式，每个人对车的了解不同，购车的方法也会不同。

我购车的时候，前后不到5分钟，主要就看了看汽车的出厂日期，然后就跟着经销商到银行转款了。我同事购车的时候，因为对车已经非常熟悉了，所以购车速度快得让销售人员惊讶。

但对于中国的大部分人来说，除了那些钱多得已经不怎么在乎的人以外，购车还是一个很为难的过程。

他们不可能像美国人那样购车。

美国人购车怎么买？曾经有个人说，美国人购车是这样的：用快餐的方式，就像饿了就随便到麦当劳吃点东西一样。

他们很可能星期六早晨走进汽车销售公司，一边吃着经销商免费提供的汉堡，一边听销售人员殷勤地讲解，到下午，交钱、拿车钥匙，开车走人，就这么随意。

中国的消费者还不可能达到这样的境界。

因为在美国，车是生活必需品，车的价格相对于收入来说非常低。一个刚毕业的大学生，一年的收入除去生活消费，剩下的储蓄都可能买一辆小型车。何况那些工作多年的白领，或者是有一定经济基础的家庭。

对他们来说，买一辆车或许就像我们普通家庭买一台入门单反相机一样。何况他们的消费观念比我们要超前得多，可以先消费再还款，而不用担心一辆车会成为自己的大负担。

但在中国，买一辆车是件大事，很多人购车往往拖儿带女去看车，有时候，车主几乎没有决定权。而且，很可能是在做了很多功课之后才去的。

这些功课包括咨询自己的亲戚朋友，研究各个车型的同级对手，上论坛看很多车型的评论，研究发动机什么型号，变速器有哪些功能，小毛病是否很多，是否即将换代等都需要了如指掌。然后再“装模作样”地去试车，把所看的车仔仔细细看了个遍，到最后，还是拿不定主意。以至于以比较价格、配置和颜色为主，在折腾了几个月之后，终于满心欢喜，又惴惴不安地开回家一辆车。

这是中国人的购车心态。

我们还是学学欧洲人购车吧。他们对汽车了解很多，我指的是比较深入的了解，了解品牌的文化，了解品牌的特点，甚至也了解一辆车的优缺点。

或者说，他们比较理性，因为他们对车可以做到心中有数，不像美国人那么冲动，也不像中国人这么没有主见。他们会列出自己购车的主要需求，是需要操控好，需要舒适，还是需要环保等，然后再做个取舍，加入自己对这个品牌的理解，基本上就有了自己的主意。

当欧洲人有了购车的想法后，他们会漫步到经销商那里订购，订购的车将在数个星期之后送到。整个过程，就像坐在岸边的酒吧里品尝雪茄那般慢条斯理，充满了诗意和悠闲。

如果您在读完这本书之后能有点收获，购车时有了自己的主见和理性，就是我最大的愿望。

陈富寿

CONTENTS

目 录

前言

引子	1
----------	---

第一章 购车是在选朋友.....2

一、选脾气个性和你相投的车.....3

1. 画出自己理想的车	3
2. 车和人不需要互补	4

二、车有年龄大小，般配才好..... 17

1. 汽车也有年龄大小	17
2. 属于年轻人的车	18
3. 一辆车代表着你的状态	20
4. 幸福的年龄，幸福的车	24

三、汽车文化会左右你的爱好..... 25

1. 有多少后悔可以重来	25
2. 肤浅的选车标准	27
3. 你对汽车了解多少	28
4. 购车要有自己的看法	29
5. 汽车改变不了人	31
6. 口是心非的购车者	32
7. 生活态度决定选车标准	34
8. 时尚，绝对是一种生活态度	35
9. 环保先生最帅了	39
10. 新时代的奢侈品	42

第二章 汽车就是你的化身.....47

一、跪族还是贵族，渊源很重要 ..48

1. 购车在本末倒置	48
2. 贵族是历练出来的	50
3. 越野车的贵族	51
4. 不赚钱的贵族跑车	53

二、人文精神追求，让人刮目相看 ..56

1. 汽车升华生活	56
2. 关注汽车气味	58
3. 为人性化所打动	61

三、个性崇尚的申明，做回我自己 ..63

1. 雄狮标致	65
2. 坎坷雪铁龙	67
3. 厚门深宅的萨博	68
4. 经典设计迷你	70
5. 非凡个性斯巴鲁	73
6. 尚武英雄三菱	76
7. 总统开什么车	80
8. 疯狂的野马	84
9. 不甘没落的克莱斯勒	87
10. 战事英雄吉普	89

四、内敛的你需要表面上平凡的车 ..95

1. 内王外圣之道	95
2. 汽车的内在美	96

第三章 懂车的人买性能.....99

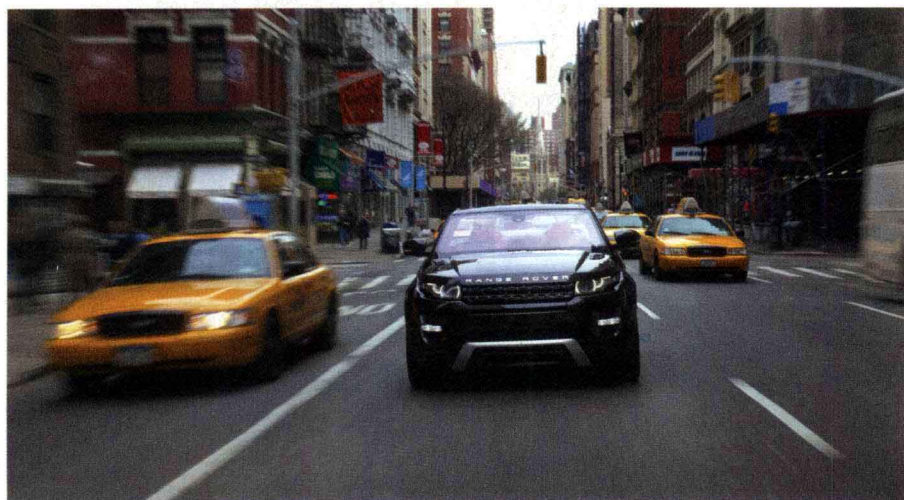
一、懂车的人怎么购车.....100

1. 性能如何制造出来的.....101
2. 扭矩和功率的用处.....102
3. 扭矩可以感受.....105
4. 经济风暴中的经济性.....107
5. 自重大有好有坏.....109
6. 高度耗油的摩擦阻力.....110
7. 变速器真的可以说省油.....111
8. 省油开车大法.....114
9. 百年发动机之争.....116
10. 冲动的 H 发动机.....120
11. 气门多就好吗.....122
12. 难理解的气门正时.....123
13. 五花八门的科技.....124
14. 有山寨嫌疑的 FSI 技术.....125
15. 奔驰的异类直喷发动机.....127
16. 内燃机巅峰突破.....129

17. 生化武器主宰未来.....130
18. 四驱也费油.....132
19. 后驱车稳重.....133
20. 前驱车经济.....134
21. 四驱通过性高.....135
22. 让舒适成为主流.....135
23. 数据总线 CAN-BUS.....138
24. 汽车电压的革命.....140
25. 内厢材质和环保.....143
26. 隔声材质知多少.....146
27. 舒适性最主要的决定因素.....148
28. 好车应该更环保.....153
29. 请支持环保材料.....155

二、热血沸腾的性能车.....157

1. 超级跑车的资格.....157
2. 名不见经传的 Pagani.....158
3. 布嘉迪威航 16.4.....160
4. 和法拉利一起探索 FXX.....164



三、喜欢开车须重操控 167

1. 开车乐趣在哪里 167
2. 操控其实不简单 168

四、安逸平顺也难得 170

1. 舒适生活之选 170
2. 值得尊敬的奔驰 172

五、无所不能的 SUV 173

1. SUV 可以做什么 173
2. 爱山川之美懂 SUV 175
3. 神奇的差速器 177
4. 奔驰 4 MATIC 179
5. 宝马 Xdrive 182
6. 奥迪 Quattro 183
7. 大众 4 Motion 186
8. 理想的 SUV 188

第四章 必须重视的安全 189

一、最不安全的交通工具 190

1. 安全得靠安全带 190
2. 夸大了功效的安全气囊 193

二、ESP 到底有多大用 197

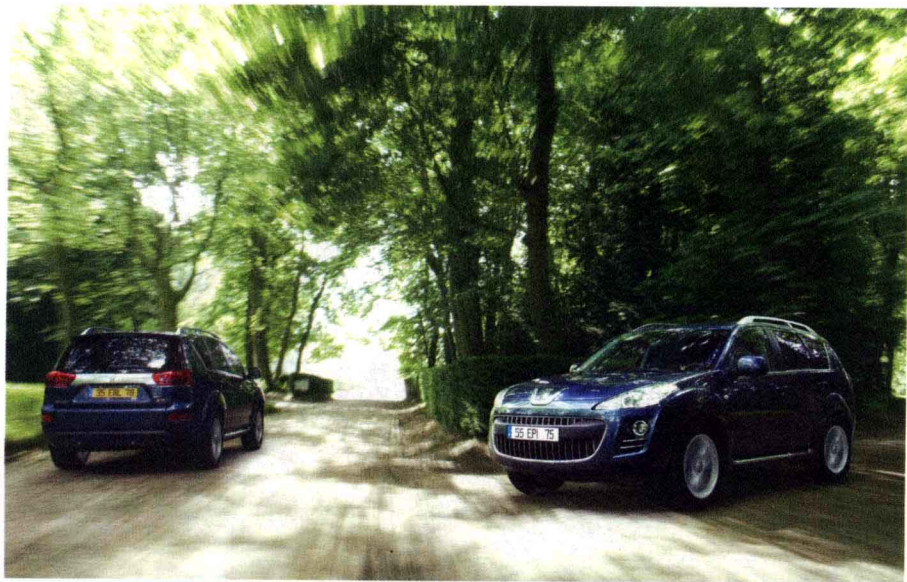
1. ESP 是个好东西 197
2. 紧急情况下的救驾 198
3. 安全和乐趣同在 203
4. 北方或许更有用 206

三、购车前最好查查 NCAP 207

1. 还是信 E-NCAP 吧 207
2. NCAP 以科学服人 208

四、像买西瓜一样购车 212

结束语 218



引子

因工作的关系，经常接到咨询电话，小举一例：“编辑大哥（听声音他可能是我大哥，东北人的可能性较大），那啥，我最近想买一辆车，车市也逛了不少，可就是拿不定主意，就想请你们给我推荐一款，预算大约15万元，你看买啥车好呢？”

说真的，我有点害怕接这样的电话，虽然我很想帮他们出出主意。

购车是件大事儿，对于大多数老百姓来说，我知道买一辆车对一个人或者一家人意味着什么，所以，我不敢草率地就给出结论。

我不是怕担责任。对于每位咨询者提出的“您看哪款车最好呢？”这样的问题，我只能给出我的理解，那就是：“世界上没有最好的车，只有最适合你的车。”

问题就又来了，到底哪款车最适合呢？回答这个问题之前，我得先从年龄、个性、爱好、职业，购车的需要等，对电话那头的朋友作个比较私人化的调查。

这是必需的。汽车，不单只是个遮风挡雨的交通工具，除了担负不同用途外，还是身份的名片，显示了车主的个性和生活态度等。虽然都是四个轮子加个金属壳，隐性的差别可大着呢。

了解之后，我才能确定出一个范围，哪些车是比较适合他的。程序像极了猎头公司的业务，遇到上门来的求职者，都要先作个详尽的履历调查，然后，才大致能筛选出一些职位。接下来，就是要分别介

绍这些职位了。我也一样，接下来，我要依次说明每款车的优点和缺点，毕竟，没有十全十美的车，每款车都有缺点，绝对的缺点和相对的缺点，就看你能不能接受了。

顺利的话，这段谈话结束，需要大约20分钟的时间。

如果碰巧，对方是个毫无主见的人，在不多的几款车里，知道了各款车的特点了，但还是拿不定主意。就像这位老兄直接来一句：“大哥，我对车不怎么了解，就相信你，你专业呀，你就直接帮我选一款吧。”

一句我相信你。给了我莫大的寄托和压力。

我顿感这份信任的分量，看来是丝毫马虎不得。于是，我又对他的驾龄、使用地域，甚至包括收入、未来打算等以及平时和好朋友聊天都很难启齿的问题，再作细致了解。有些读者可能有点怀疑，不就是买款车吗，至于那么刨根问底吗？我的回答是，很有必要。

现在，半小时已经过去了。这就是我害怕接类似电话的原因。

没有半小时，电话的那头，得不到让他踏实的回答，而要让每个咨询者都满意，我又有多少个半小时可以如此花费？知道的人，说我助人为乐，可玻璃门后面的头儿，是听不到我说什么的，没准还以为我上班时间“煲电话粥”呢……

第一章 购车是在选朋友

购车就是不断根据自己各方面的不同需要，取交集，再取交集的交集，直到最后，仅剩的那一款，就是各方面都符合您需要的车。



一、选脾气个性和你相投的车

1. 画出自己理想的车

一般男人购车需要咨询的时候，就直接拿起电话打了过来。

男人嘛，都怕麻烦，而且特直接，一点前奏都没有。

电话那头是个洪亮的声音：“我想买一辆跑车，最好不要太张扬，但性能绝对够刺激。”思索片刻，又说：“丐帮帮主乔峰你肯定知道，最好就能像他那样，其貌不扬，功力超群，见谁灭谁那种……”

听到这里，我怀疑这位兄弟是不是《天龙八部》中毒太深，我打断他的话，“你是真的购车呢，还是跟我打趣呢？”

电话那头有点着急：“真的，真的要买。我是顺德的，我姓梁，我知道你们平时都很忙，不跟你们开玩笑的，我想问问有没有什么新车。我们这里玩车的多，很多人买斯巴鲁翼豹 WRX，但我又不喜欢改装得花里胡哨的那种，我就问问有没有看上去普通，其实很厉害的那种车。不要太贵啊，三四十万元的。”

听上去是个热血青年，喜欢出奇制胜的车子。你很幸运，这样的车子不少啊。

一般女孩子购车的话，多会选择写信。试举一例，以一段抱怨和决心开头。

“我可真是下定决心要购车了。上海今天又下了一天的雨，晚上下班后，在雨里站了半个多小时才打到车，无奈加郁闷啊，我真是下决心购车了。”

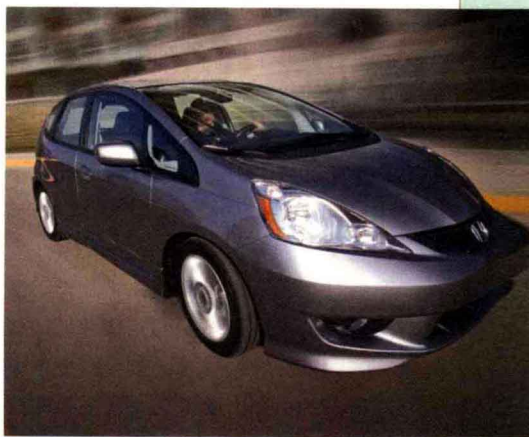
“我的要求不高，遮风挡雨就行。这里先介绍一下我的情况：已经工作5年，月入1万元左右，有房无贷，没有太大开支。由于平时爱玩、应酬多，所以打算买个便宜点的，预算10万元左右，样子要特别一点的，不能太土。在网上看到雅力士、飞度、晶锐还有马自达2，看着都还行，麻烦给个意见啊。”

署名孙小姐，上海。

我碰到的女士购车，很多都属于这种类型。对车的要求不高，说白了，因为对车不了解，提不出什么更高的要求，不多的要求就集中在外形或颜色上。奇怪，很少人根据外形和肤色选择老公的，车却可以这么选。

对她们来说，车是自己的象征，老公可不一定的。自己时尚，自己的车需要时尚，自己新潮，自己的车也需要新潮，老公呢，最好就是尽可能别太显眼。

不论梁先生还是孙小姐，从他们简单的言词当中，就把各自的性格特点表现得





栩栩如生。梁先生受到周围玩车环境的熏陶，按物以类聚推算，他一定也是喜欢冒险之人，血气方刚，好胜斗勇。

他把车比作丐帮帮主乔峰，这是一个升华，对车是有了更感性的认识。的确，车和人是有着非常相似之处的，世界上也确实存在像乔峰那样沉着冷静，不显山露水。再看，梁先生说的见谁灭谁，当然指的是车的性能，这只是一种口语化描述罢了，只有性能超群，才能见谁灭谁。适合他这类人的车有不少。

再看孙小姐，大家闺秀，不能再忍受风吹雨打，有一定经济实力，在大城市成长起来的白领一族，需要一辆可以上下班及平时应酬的小车。从她列举的三款车来

看，都属于赶潮流的车，在 10 万元左右的还有大众 POLO、铃木雨燕等，车型都太老套。只有雅力士、飞度、晶锐和马自达 2 算是新货上市。到底选谁，那就让我们来帮一帮她吧。

2. 车和人不需要互补

毋庸置疑，梁先生需要一辆个性刚烈、外表伪善的车子，这样车子很好选。只是孙小姐，似乎对车认识不多，平时应该以舒适轻松地用车为目的，那我们是要推荐一辆好开、偏重于驾驶的，还是一辆安静、偏重于舒适使用的车呢？

这里便存在一个个性选择的问题。

刚才说了，车和人一样，有各种各样的个性。如果是结婚找恋人，最好两人在脾气个性上能互补，一个性急、一个性缓，一个脾气差、一个脾气好，一阴一阳这样的搭配，家庭才会和睦稳固。

但在选车问题上，采取个性互补的搭配，是要出大问题的。试想想，梁先生买一辆温柔的雅力士，绿灯时一起步，就被同伴远远甩在后面，那多没面子。孙小姐买一辆翼豹 WRX，平时开车累到手脚抽筋，屁股被颠得生疼，能行吗？这样下来，两个人开着车可都真是活受罪了。

因此，购车就要找和自己个性脾气相近的车子。从这一点来看，有人把车看做自己的情人，便没有错。车，是一个和你个性相投、惺惺相惜的情人。

那下面，在确定购车之前，先要做一件事情，那就是了解自己的个性。

我相信，每个人都对自己的个性有清醒的认识。符合每种个性的车子也很多很多。下面就作个分类。

个性的分类有很多种方法，我们主要以心理学上的分类方法为借鉴，因为购车毕竟包含很多感性因素，从人本质上入手的分法更适合购车思维。

心理学把人的个性分为胆汁质、多血质、粘液质及抑郁质四种类型。

(1) 狂野的胆汁质

胆汁质属于兴奋而热烈的类型。通常表现是精力旺盛、情绪易于冲动、心境变化剧烈，具有外倾性，有独立见解，反应迅速，不愿受人指挥而喜欢指挥别人、胆大包天等。

这是心理学对胆汁质的描述，不知道你是否属于这一类，但可以肯定的是，上

文提到的梁先生应该是胆汁质男人。

这一类人并不一定很多，但各大汽车厂家对他们可谓非常重视。因此，专为他们打造的汽车有很多很多。几乎每个大汽车厂家都至少有一种属于胆汁质的车子，我们称之为高性能车或跑车。

汽车厂家为什么乐意制造高性能车呢？每年能卖很多辆吗？不可能，销量称得上是非常少。但各大汽车厂家仍然乐此不疲，原因之一，车价贵，利润高；原因之二，赚形象，赚吆喝；原因之三，刚才说了，它们的购买人群属于胆汁质，易冲动，其中就包括刷起卡来也易冲动。

当然对于高级跑车来讲，让人产生冲动的原因太多了。宝马 Z4、奔驰 SLK、奥迪 TT、保时捷 Boxter、日产 GT-R，不但性能出众，外形、内厢设计也足够迷人，肯定对得起您支付的费用。还有



殿堂级别的，像千万身价的法拉利 FXX、布嘉迪威航、兰博基尼 Reventon、Pagani Zonda R 等，这些是跑车中的极品，或许值得我们牢记。它们就像腕表中的百达翡丽、江诗丹顿、积家 Jaeger-LeCoultre 等，只不过，要拥有它们，单靠冲动显然还不够。

大家熟知的香港明星郭富城，就是唱歌也要跳劲舞的那位，活力四射，非常有感染力。在他家里，就有 5 辆法拉利（包括一辆顶级的法拉利 Enzo），一辆兰博基尼和两辆保时捷跑车。他的确是一位有钱、有胆又疯狂爱车的男人。

当然，高性能车也有平民化的，花三四十万元就可以拥有。如三菱 EVO 十代、斯巴鲁翼豹 STi 及大众尚酷等。按照顺德那位梁先生的描述，最适合他的车应该是翼豹 STi 或者大众尚酷，它们外表看上去普普通通，甚至有点面善，但却是城市里游走的“隐士”。如果要比试一下绿灯后的起步，或者弯路上的敏捷，绝非一般车能惹得起的。如果，这位仁兄“银子”足够的话，高尔夫 W12 是个更好的选择，一辆拥有 12 个气缸的 6.0 升排量发动机的高尔夫，见谁灭谁，没有任何商量余地，连保时捷、法拉利的中档跑车，见了它也要礼让三分。

当然，这个世界上，也有经济拮据的胆汁质，他们拿不出足够的钱去买高性能车。汽车厂家也不是白痴，对于这类目标客户之外的人群，也就没有太合适的车，但这并不表示这类人就会因此甘于寂寞，是他们，造就了改装业的繁荣。



我说改装，不是那些只改个大包围就冒充高性能的伪恶派。胆汁质迷恋的是深度改装，不是大包围。要改就加涡轮，激升发动机动力，还要加氮气，这是在赛车游戏里经常用到的制胜绝招。氮气装备可以瞬间提升车速，蓝色小药丸一样有效。再者就是改可调高度的悬架、高性能制动器等。

其实，车要是改到这个份上，改装费用早已不菲。很可能原车花费 15 万，改装费用再花 15 万，一点也不稀奇。对于常人来讲，这样的举动很难理解吧！就像很多人很难理解那些车一给油就发出轰隆隆的巨大声音，并斥之为恶俗噪声。

需要提醒大家，胆汁质的这些举动，不能用理性的眼光看待，也包括这些车，都拒绝一般正统思维。车有成千上万种，但不外乎三类，用车、玩车、商车。胆汁质都属于爱玩、会玩的玩车一族，对于他们，车是个大玩具，可以抛弃实用性为上，可以不顾油耗高企，还有什么理性可言呢。所以，不要跟他们谈什么性价比，要谈只谈性能，不谈价格。跟他们在一起，最

好谈谈 0 到 100 公里 / 小时的加速时间、跟趾动作，或者漂移技巧、惊险过弯等。

还有一点差点忘了，也有部分胆汁质人要上班，其中不乏高级白领，也不乏业界精英，此比例还挺高。这就是说，他们的座驾，除了需要性能超群，可能还要兼顾一些商务用途，最起码 4 个座位，档次必须够高，对客户表示尊重嘛，配置也够全。

汽车厂家当然早为这些人想到了，主要有宝马 M5、奔驰 CLS65 AMG、奥迪 RS 系列，甚至玛莎拉蒂总裁等，这些都是西装胆汁质的理想选择，价格同样不菲，百万元左右吧。

(2) 开车其实也有乐趣

多血质型的人属于敏捷而好动的类型。他们性情开朗、热情，喜闻乐见，脑

筋快，对外界事物有广泛的兴趣，热爱运动。

多血质的人在欧美国家比例很高，我们可以看到，尤其是欧洲生产的汽车，更倾向于投合这一类人的喜好。他们在驾车的过程中体验乐趣，把开车也看成是一种运动，当然，是相对比较严肃的运动，在运动中要保持手脚的协调锻炼和精神上的愉悦。这就是为什么在欧洲的汽车 95% 以上都是手动档车型。

美国人天性热情奔放，不拘小节，制造的车子简直就是他们个性的化身。发动机的排量都很大，动力旺盛，加速狂野，而内饰却非常粗糙，牛仔风格尽显。即使是德国设计的车子，拿到美国本土设厂生产，比如奔驰的 SUV ML 系列，从生产线上下来之后，也多了份嬉皮味。德国人的严谨，在美国人民的亲力亲为下，被调





材料，也可能是振动和噪声等。而单是涉及运动乐趣的机械部分，就包括发动机、变速器、悬架、转向、制动、车架和人机工程等，如此之多，对于多数汽车厂家，如果能吃透其中三四项，便已经可以名闻天下了，如果这几项样样在行，武林盟主的位子都非他莫属了。

戏得面红耳赤。

我想说的是，美国人和欧洲人，都喜欢有运动乐趣的车子。只是，乐趣对于汽车而言，有好几种表达方式，可以是操控上的乐趣、可以是速度上的乐趣、也可以是造型上的乐趣。环境的不同，可能造就了美国人喜欢这种方式，而欧洲人则喜欢那种方式。不管哪一种，激发乐趣是最重要的，这是多血质人对汽车的根本要求。

这里需要说的是，要想激发汽车的运动乐趣是很难的。它绝不是像加个GPS导航、改个氙气前照灯，或者加装方向盘换挡拨片那么简单。正因为它是很难达到的境界，这才成就了运动型车子值得尊敬的原因。

君不见，国内几乎每推出一款新车，都毫不例外地冠以优秀运动基因、极致驾驶乐趣等。说得轻一点，是鱼目混珠；说得重一点，便是虚假广告。

汽车是个非常复杂的东西，有些人毕其一生，可能都只是在研究汽车的某一个领域，可能是发动机，可能是轻质

提到以运动乐趣而著称的汽车厂家，欧洲的标致算是一个，从生产汽车开始，至今标致已有一百零几年历史，算是老字号了。我们不否认，它的每款车子都有很好的操控乐趣，但标致在此方面，一直被津津乐道的是它的悬架、转向和车架，这几方面的功力达到了出神入化的境界。而在发动机和变速器这两方面，功力显然不够，就好比一款性能很好的照相机少了优秀的镜头，或者一台性能卓越的笔记本电脑没有像样的显卡支持一样，总是有一点遗憾。

再比如日本汽车公司斯巴鲁，一向以个性和运动化著称。而它的长项不外乎发动机、转向、制动和车架。60多年的发展历史，擅长的科目更加擅长，不足的地方却没有太大改进，是个性使然，还是困难不可逾越？

或许，就像每个人一样，有其长必有其短。擅长的方面似乎是天生的；不足的地方，后天奈何怎么努力，长进却总像是沙漠中的尔威兹加树，要想看得出变化，

50 年之后再来。

当然，事情总有例外，各个方面都做得高人一等，能提供富有活力驾驶乐趣的汽车厂家也有不少，他们可算是汽车业界的奇葩，如宝马、保时捷等，尤其是宝马，能以较低的价格，提供给大家一辆乐趣十足的车子，更是难能可贵呢。

如果你是多血质类型，那就应该注意了，要是你不想在开车时被车子的沉闷乏味搞得心烦意乱的话，不想自己的高昂情绪因车子的平庸而“冰镇”，那就该把目光投向那些充满活力的车子。

活力可以来自于操控。顾名思义，操控就是要操作控制，懒惰是不行的。需要开车时手脚并用，提升车技，锻炼敏感神经，让车子做自己的傀儡，这样才能随心所欲。

活力也可以来自于动力，体验加速踏板踩下时喷涌而出的推背感，大气因滞后于车速而把身体紧紧贴压在座椅内，挤压生成了兴奋、紧张和刺激。

你更喜欢哪一种呢？

一般来说，美国车更倾向于动力型乐趣。可能美国的公路比较好，又平又直，大家只好在上面飙直线玩，以致后来，汽车的发动机排量越来越大，动力越来越强。20 世纪 80 年代之后，在美国基本找不到发动机排量在 2.0 升以下的车，可见这种风气盛行到何种程度。并且 V6 发动机比较常见，稍大一点的车子，都用上了 V8 发动机。而对于欧洲人、日本人想都不敢想的 V16 发动机，美国人也造出来了。

所以，你要是喜欢宽敞的空间，再





加上刺激的推背感，美国制造的大多数车都是很好的选择。凯迪拉克的凯雷德，福特的野马、Shelby GT，克莱斯勒的300C HEMI，需要说的是，开着这些猛兽，遇到弯道就要切记减速、再减速，否则那就不是乐趣，是自讨没趣了。

弯道是操控优秀的车子体现自我价值的地方，每款车都能以很高车速进入弯道，但不一定每款车都能在出弯口看到它，有的车子很可能在弯中就飞出道路了，或伤亡就看天意了。所以说，能力有高下，术业有专攻，想要体验弯道乐趣，当然就要找适合操控的车子。

弯道有什么乐趣？听刚才那么一说，弯道只有危险，会有什么乐趣呢？

其实不然，弯道对于某一些人，可谓

妙趣横生。尤其再加带一些上坡、下坡的山路，或者一侧就是悬崖峭壁的盘旋路，惊险之中刺激更胜。

这其中，有耳朵的刺激，轮胎的尖叫和发动机高亢的轰鸣声交错辉映；还有沟通的乐趣，调动全身敏感神经，感知方向的指向和轮胎的丁点滑移，当你感到身体处在极大的外甩作用力下，还能通过手脚操作，对车子进行微调，让它按自己的意愿前行时，那是一种莫大的满足感。当然，还有挑战的刺激，每次用更高一点的车速入弯，凭借过人的车技和判断准确的走线，战胜自己，战胜恐惧，这都是乐趣。

这种乐趣，不同于打球或玩游戏，它们都有乐趣，但不够刺激。有点像过山车，但没那么被动，因为可以掌握；像登山，