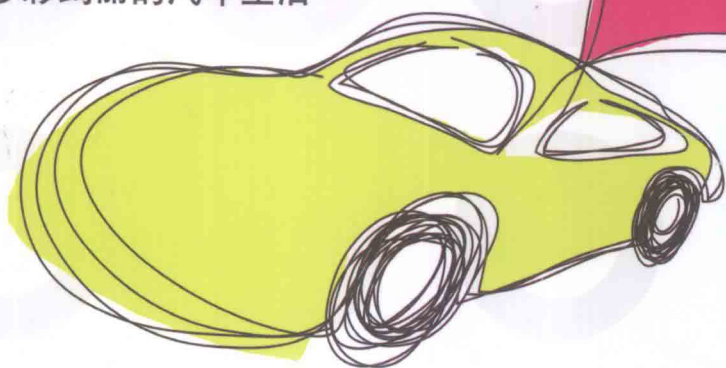


心随车动

汽车生活趣味故事

程继隆 姜世琦 黄晓明 程世博◎编

幽默诙谐的汽车故事
多彩绚丽的汽车生活



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

心随车动：

汽车生活趣味故事

程继隆 姜世琦 黄晓明 程世博 编

机 械 工 业 出 版 社

当代的中国，汽车已经开进了千家万户。这个“改变世界的行走机器”，给人们带来了喜怒哀乐。由于汽车进入了家庭，使人们的精神面貌和生活节奏都发生了很大改变，拥有私家车的人当然要围着车转，没有私家车的人则在翘首企盼早日“迎娶”家中这个新成员。学习驾车争先恐后，潇洒玩车独出心裁，“的哥”、“的姐”们也卷入其中……每天有数不清的人心随车动，同时也演绎出一桩桩关于汽车生活的趣味故事。本书编者经过细心捕捉、广泛搜集、真实记录和认真整理，编织了这些妙趣横生的故事，娓娓道来，令读者感同身受，回味无穷。

图书在版编目(CIP)数据

心随车动：汽车生活趣味故事/程继隆等编。—北京：
机械工业出版社，2010.1

ISBN 978-7-111-29563-1

I. 心… II. 程… III. 汽车—普及读物 IV. U46-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 009229 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)
策划编辑：连景岩 责任编辑：尔学会 封面设计：鞠 杨
责任校对：纪 敬 责任印制：李 妍
北京铭成印刷有限公司印刷

2010 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

140mm×203mm·6.75 印张·138 千字

0001—4000 册

标准书号：ISBN 978-7-111-29563-1

定价：19.80 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

销售一部：(010)68326294

销售二部：(010)88379649

读者服务部：(010)68993821

门户网：<http://www.cmpbook.com>

教材网：<http://www.cmpedu.com>

封面无防伪标均为盗版

前 言

从进入中国人的视野至今，汽车经历了从生产工具到奢侈品再到私人交通工具的角色转换。曾几何时，在两个轮子的自行车大行其道的车流中，偶而出现一辆小轿车特别地引人瞩目，那是身份、地位的象征，是普通老百姓不敢奢望的金贵东西。而今，现代生活让我们心随车动。小轿车这样的“王谢堂前燕”也“飞入寻常百姓家”了。人们不禁要问：从没有车到有车，汽车影响和改变了什么？

随着私家车进入普通人的生活，作为代步工具，它让大家上下班方便快捷，提高了办事效率；大幅度跨越了地理位置产生的隔阂，拉近了人与人之间的距离；自己驾车到郊外休闲，可以品味农家的乐趣；开车当“驴友”，又能把行程安排得随心所欲。汽车也让整个城市变得更具有活力，带来了时尚，制造了流行……现在，伴随着汽车进入千家万户，它正在逐渐成为人们家庭生活中重要的一部分，有多少人的心在随车而动呵。汽车不仅改变了人们的生活节奏，同时也改变了人们的精神状态。

1886年，德国的卡尔·本茨发明了汽车发动机，并制造出一辆带有三个轮子的车。从此，汽车诞生了。在此后的漫长时间里，人们在享受汽车所带来的巨大便利的同时，对它能够改变世界和改善人类生活的重大作用，并没有给以足够的重视。直到有一天，当汽车的发展改变了人们的观念，进而在更深的层面上影





响了我们的生活时，人们才恍然大悟，这个会行走的机械居然有如此的魔力。

自2001年起，中国有了家庭轿车的概念，而汽车真正走入家庭是从2003年开始的。当时很多家庭选购的第一款车都是经济型轿车，而通常情况下换车周期一般为6~8年，也就是说中国汽车市场正在或者即将面临首次“换车潮”。而随着中国消费者用车观念的不断成熟以及经济实力的不断提升，昔日的经济型轿车往往会被综合性能更高的中级车所取代。

同时，从2008年下半年开始影响中国的国际金融危机也对国人的购车心理产生了重大影响，在大环境不景气的前提下，“信任感”、“温馨感”成为很多人的追求。也正因为如此，那些主打“家庭”概念的中级车得到了消费者的更多关注。因此，在今后与汽车有关的生活中，在未来心随车动的日子里，一定还会演绎出许多有关换车的趣味故事……

程继隆



目 录

前言

第一章 车是家庭的重要成员 1

- 汽车与女人大致相仿 2
- 有车的男人最有味 3
- 我们的移情别恋 5
- 媳妇净吃车的醋 6
- 我家的白色切诺基 9
- 汽车是老婆的新老公 10
- 汽车的“红粉革命” 13
- 汽车满足男人的驾驭愿望 14
- 汽车走进“性感时代” 15

第二章 与“长腿”的女士谈车 17

- 长了“腿”可不要忘乎所以 19
- 汽车与女人相似之处 22
- 女人开车的四大不利因素 23
- 女性开车的优势与劣势 25
- 女性上路 15 戒律 27
- 七成女性将车视为成功标志 29
- 女人的“第二空间” 30
- “假小子”碰上“愣头儿青” 32





○ 美丽女人的汽车心情	33
○ 当女人遭遇了汽车	36
○ 女驾驶员驾车防盗五提示	41
○ 女人为什么想有辆车	43
○ 不同女人不同车语	45
第三章 玩车的人想入非非	47
○ 男人玩车玩的是什么	48
○ 玩车的三大家族	52
○ 尝试心跳玩车七大法	55
○ 都市里的玩车部落	58
○ 汽车改装族玩出文明和安全	60
○ 赛弗车想怎么玩就怎么玩	60
○ 汽车文化融入收藏	62
○ 玩车男女不一样	64
○ 女人手握转向盘时	66
第四章 盼车滋味苦辣酸甜	70
○ 老婆是车迷	71
○ 男人买车的理由	72
○ 汽车梦离我有多远	75
○ 买车：从恋爱时开始的梦想	77
○ 今生有车	78
○ 绝不买车的信念动摇了	80
○ 载货汽车我的最爱	82
○ 男人爱做开车梦	86
○ 做梦都想买车	87



○ 女驾驶员梦想的七大备品	89
○ 女性梦想的车	92
第五章 有车族的喜怒哀乐	96
○ 因为爱生活，所以我买车	97
○ 老公开富人车，我开穷人车	98
○ 买车使快乐又进我家	100
○ 有车的感觉真好	102
○ 指错路	104
○ 有车族当心“未老先衰”	106
○ 有车和没车的日子	107
○ 有车的男人是条虫	108
○ 夫妻同车是冤家	110
○ 关于车的烦心事	112
○ 女人不会停车	114
○ 女人开车六大烦恼	116
○ 女人开车“七宗罪”	118
○ “傻”与“聪明”的家庭演义	120
○ 男人买车的“真实谎言”	123
○ 私家车主细说四大烦心事	125
○ “见缝插针”的女新手	127
○ 不幸的有车族各有各的不幸	129
第六章 学开车男女有别	131
○ 丈夫逼我学开车	132
○ 情侣教法调动不了积极性	134
○ 练车使我成了“黑妹”	137



○ 女孩学车：“要脸不要车”	139
○ 我低估了学车的乐趣	141
○ 酒后陪夫人上驾车“学前班”	143
○ 假休在了转向盘上	144
○ 从那以后我再也没有开过车	146
○ 自驾游的三项准备	148
○ 自驾游六注意	149
○ 女驾驶员的五种类型	151
○ 女人学车趣事多	154

第七章 汽车缩短了爱的距离

157

○ 女人如汽车，男人像车位	158
○ 夫车妇随	161
○ 我的周末任我行	163
○ “蹭车”蹭出的爱情	165
○ 爱妻开车更潇洒	168
○ 老婆眼里的熊驾驶员	169
○ 我的汽车我的爱	171
○ 香车美女畅想曲	172
○ 小女子“自抬花轿”去夫家	175
○ 男友车里的五双鞋	176
○ 我爱车更爱母亲	178
○ 不惑之年有辆车	181
○ 车让老人晚年安康	182

第八章 听“的哥”、“的姐”侃大山

184

○ “的姐”们说：女顾客最难缠	186
-----------------------	-----



○ “的哥”讲驾驶员六大恶习	188
○ 开车没规矩人称“八大傻”	191
○ “的哥”披露“黑车”	193
○ 开出租不怕吃苦	195
○ 获奖的“的哥”、“的姐”	197
○ “雷锋车队”缅怀雷锋	202



第一章 车是家庭的重要成员

汽车走入中国家庭以后，它就真正成了家庭的重要成员，它给全家人带来方便、快捷、温馨和乐趣。无论社会主义国家，还是资本主义国家，汽车都算是奢侈品。若想拥有一辆属于自己的汽车，手中不积聚一定的财富是办不到的。

大凡男人，与车的情结是天生的，几乎没有男人不喜欢车。当男人还是男孩时，玩具就和钢铁以及机械有关，比如枪支、大炮、飞机、汽车等。而女孩则以布绒玩具为主，和洋娃娃、布小猫、绒小狗等为伴。正因为如此，男人从小就刚强，充满阳刚之气，而女人则充满温柔之情。

男人，天生就有一股征服世界的欲望，没有工具，可以制造工具，工具能使男人更强大；没有武器，可以制造武器，武器能使男人更威武；没有坐骑，可以制造汽车，而汽车可以使男人的足迹遍天下。

男人对于车的爱好是共同的。如果说有区别，那就是在购车时，因为个人物质财富的差异，可能导致对汽车型号或款式购买的不同。但是，即使那些暂时无钱甚至永远无钱购





买汽车的男人，对于汽车的梦想、渴望和追求却是永恒的。如果经济条件允许，还是及早把这位重要的家庭成员“请”回家，尤其是那些由女人掌管经济大权的家庭，更应该积极审批预算、慷慨支付购车款！

车，展现了男人的强悍和雄伟的魅力，实现了男人的一种心理价值；车，展现了男人的身份与地位，实现了男人的一种物质欲望；车，展现了它灵活多变的动力性能，满足了男人驾驭和统治的欲望；车，展现了男人的无穷魅力，实现了男人的所有社会价值。

车，这位重要的家庭成员，一定能给我们的现代生活带来快乐和幸福！

○ 汽车与女人大致相仿

俗话说：“女人心，海底针。”她们的同事、朋友、父母甚至她们自己都搞不清为什么要这样或者那样做，为什么今天和昨天想的竟是如此的不同。车也是如此，虽然转向盘在手中，但永远不知道它会在什么地方、什么时候将你撂在路边，无论它是辆四五万的“小面”，还是辆上百万的“奔驰”、“宝马”，这种可能性是同样存在的。油路？电路？根本不能确定问题的所在：也许仅仅因为一个螺钉、一片白金或者见底的水箱。真的，车和女人一样，当你还搞不清问题出在哪儿的时候，它已经发生了。当然，“奔驰”、“宝马”的麻烦绝不可能等同于“小面”的问题，那毕竟是几百万和几万的差别。





在年龄和成长方面，车与女人也是大致相仿的：刚买的新车，干干净净、亮丽夺目、憨直可爱地停在那儿，正如情窦初开的少女，你根本不会在意她们面容的娇好、姿色的不同，只觉得一股青春的活力扑面而来。开起来虽不如旧车的随心所欲，要陪着加倍的小心，但新的总是好的，知道即使它偶尔发点脾气，哄哄也就过去了；等车开过了2万公里，刚刚过了所谓的磨合期，就像热恋中的女人，和你如胶似漆、百依百顺；再往后，到八九万公里，它依旧美丽，依旧顺畅，只是身上的某些零部件开始要钱了，因为你已习惯它的方便、看惯她的妩媚，所以你虽然会在心底皱一皱眉，但知道必要的投资是必须的；等到终于有一天它朱颜已老、百无一用的时候，把你们连在一起的将不再是彼此的才貌和舒畅，而是一种道义上的感情了！你在不停地维护和保养它，为的不是人前的炫耀、视觉的享受和某种运动的需要，而仅仅是一种感情、一种相依为命的感情。

○ 有车的男人最有味

对于很多男人来说，车就是他的女人。有的男人把自己的车叫做“老婆”，有的还将之昵称为“小老婆”。

男人好像天生就对机械有种偏好。人是会使用工具的动物，据说，男人的基因里就带着征服外界的欲望，工具使他们更加强大，特别是当男人自信不足时，强大的工具甚至能使他走出那个渺小的自我。车就是这种工具。

车是身份的象征，这在现代社会已经是一条定律。一个



成功的男人是最“性感”的，无论他长相、体魄如何，他都会具有强大的吸引力。

曾经有一位老前辈向我解释“红男绿女”，说是古代男人做官，礼服的裤子就是大红的，代表地位和身份，而女人要青衣黛眉，美丽了才有价值。不管是不是考据得当，道理是有的。好比现在，男人仍然在追求成功，女人仍然在追求美丽。像女人喜欢涂抹化妆品，对于男人来说，车其实也是一种“化妆品”。

譬如，有一位白领女士这样说：“我是一个女人，只有我爸爸坚信我是个美女。在我总算把自己嫁掉的时候，丈夫借了一辆墨绿色的 BMW 来接我。直到今天，我还认为，这是现代婚礼中众多恶俗样式的一种。它和那套用 200 元借来的婚纱一样，让我不舒服。的确，如果我的丈夫真的用他自己的名车来接我，用镶钻的在巴黎定制的婚纱礼服来迎娶我，我当然会幸福得要死掉了。我是一个物质女孩吗？其实，在一个万众瞩目的时刻，我的意中人驾着七彩的云朵来迎娶我，那才是我真正的想法。但是，在这个社会里，万众瞩目的是豪华的场面，七彩的云朵就是凯迪拉克或者奔驰。”

车是男人身份的象征，与此同时，它又代表了男人的意志与自由。世界很大，世界也很小，听说上海的公交最挤的时候，一平方米的面积上可以站六只半脚。而哪怕是一辆桑塔纳轿车，就是一个三平方米左右的独立小空间，也能开着空调放着音乐，不用停站，不用换车。

有一个小伙子明明没车，可他却爱车如命，全世界的名牌车没有他叫不出名字的。当人家问他为什么时，他困惑地



摸了摸头，反问：“你为什么喜欢看电视连续剧？”车是一种有性别的机器。有车的男人，至少看上去增加了点“性感”，和化妆品一样，让女人看上去美丽了一些。

○ 我们的移情别恋

“自从我们家买了车以后，尽管丈夫移情于车却不冷落我。”一位少妇如是说。

结婚不到两年，我和丈夫都开始“移情别恋”。我的“情人”——那台方方正正的电脑进门后，我学会了打字、玩游戏，还义无反顾地迷上了网络遨游。这样一来，丈夫也就有足够的时间和宽松的心情与他的“情人”——“宝来”汽车约会了。

车展在省体育馆举行的那天，一大早，丈夫就起来了，说要去看看。我追出门，说：“只准看，不准买。”他答应说：“知道喽，我身上就 800 元钱，想买也买不了。”他高兴地开车走了。

一去就是大半天，下午回来后，我让他开车带我去买大米和面粉。到了粮油市场，选好一袋面粉，让他去交款，他却朝我直摇头。我急了：“钱呢，800 多你都花了？”他轻轻扯扯我的手，小声说：“别这么大声嘛，钱我回去取，咱有车呢！”

我气得抬腿就走，他在后面跟着。上了车，我环视四周，没见车上多什么，怎么 800 元钱就没了？他低声说：“看看屁股下。”我挪开身子一看，位子上多了一个垫子，灰茸茸的毛上面有一对活泼可爱的小白兔，他那边也有一对。



“一对白兔就 400，也太贵了，进口的呀！”我知道发火也没用，忍住气嘲讽他说。

他一边开着车一边说：“汽车是我的‘第三条腿’，不能亏待了它，这东西 800 元算便宜的。再说我们不是有协议吗，你玩你的电脑充实自己，我买我的汽车配件装饰汽车。我也没怪你呀。”

“你是没怪过我。可是我把家打理得有模有样的，你倒好，连像吃饭这样的大事你都不操半点心。”

“所以别人都在羡慕我。身为男人，有台好车，又有个好老婆，此生足矣！”

看着他一脸神采奕奕的样子，我也就原谅了他这样的消费。

从此，我也会把一盒高级纸巾或一瓶香水放在丈夫的车里，有时还帮他洗洗座垫子，擦擦窗玻璃，而丈夫也会抽空做点家务事，驾着他心爱的车子出去时，回来往往给我买上几张 CD 光盘或几张电脑软件。

○ 媳妇净吃车的醋

有人说：“有车的男人把心的一半给了妻子，另一半给了车。”更有些人趁机“兴风作浪”放言道：“对车的亲近超越了老婆！”于是，某些有车的男人便成为某些女人声讨抗议的对象。当然，什么事都不能一概而论，有这么一个有车的男人，却没有一次把老婆大人跟车放在一起说，而且有事没事就到车前转转，把车收拾得特别干净，有空儿便车里坐坐，





如此对车充其量只是喜欢而已，根本扯不上所谓“爱车乱智”之过。再说了，经常去看看车，一为放心，二为看着舒坦，三为避开家里那个不知啥时候就会搭错弦的老婆。仔细想想，一举三得，好处多多，何乐而不为呢？

这位仁兄讲了一个啼笑皆非的故事：

说起我媳妇，可有好一阵子反常了，从买了车没多长时间，就发觉她有点不对，平日里，她可是个“话痨”，可这段时间突然就“三缄其口”了。还别说，一旦没有人在耳边唠叨，还真有些不习惯，于是我时不时暗地里偷偷地瞟她一眼：乖乖，脸儿阴沉沉的，不知道的还以为谁欠她几万块钱呢。面对如此突变，我也先反思反思吧，可想了半天，也没觉得有啥对不住她的。就算有什么事儿出了纰漏，也应该面对面说清楚啊，干嘛搞冷战，既然爱赌气就赌气吧，谁怕谁呀！

某日，晚饭过后，媳妇“宣战”了，她坚持要和我谈谈。谈就谈吧，反正这颗“瘤”总有开刀的时候。谈判的气氛相当紧张，她站在我面前，双眼死死地盯住我，几分钟过去了，还是沉默，突然间，“大雨倾盆”，媳妇她老人家泪如雨下。这下我可是束手无策了，还从没见过她如此伤心，于是手忙脚乱地使出各种安慰的法子。没想到，媳妇毫不领情，把我一把推开，过了好一阵子，她才抽抽搭搭地一一道来：“爱是一种责任，责任转移了，家庭就失去意义了；男人要是不在了，女人就只剩了一种摆设，这种摆设是对生命的敷衍，是对神圣的爱的一种亵渎……”我俯首帖耳，听了半天都没明白，而此刻的媳妇越说越激动，她猛然站起，从书橱的一本

