

备胎不是万能的 汽车备胎使用保养注意事项

车辆日常行驶中,由于轮胎长时间接触地面,自然损耗、非自然损伤、人为损坏都有可能发生。由于很多车主忽视了对备胎的保养,等到某个轮胎发生意外状况,取出备胎时才发现,备胎已经无法使用。中华网汽车频道编辑现在就为大家带来备胎方面的相关知识的讲解,包括备胎保养、更换等方面的知识。

1、定期检测备胎

日常保养中或者长途出游前,很少有车主对备胎进行检测,而一些不专业的维修店也经常疏忽这一点。备胎检测主要是检查胎压和有无磨损和裂痕,在胎压磨损到磨损标志线之前,要尽早对轮胎进行更换。

2、油品与备胎不要放在一起

轮胎的主要成分是橡胶,而橡胶最怕的就是各种油品的侵蚀。如果轮胎沾到油,要及时用中性的洗涤剂把油污冲洗掉。

3、备胎寿命 4 年左右

很多车主认为,只要把备胎一直放在后备箱里不使用,就可以“长命百岁”,这是不对的。经常会出现这样的情况:车主在爆胎后想更换备胎,但却发现备胎在放置多年后,已严重老化,早已是废胎。

4、备胎不应长时间使用

备胎因为使用频率低、与地面的摩擦少,而且部分备胎的尺寸会比正胎尺寸小一些,其扁平率、胎宽或轮胎直径都与正常使用的轮胎不一样。

5、修补后轮胎放后轮

有的车主会将修补过的轮胎作为备胎,这些轮胎如果要再次使用,一定要放在非驱动轮上,一般我们驾驶的中级及以下的车辆大多都是前驱车,而且由于前轮爆胎后汽车的方向更不容易控制,所以修补后的轮胎要放在后轮。

最后提醒广大车友,备胎按照尺寸分类主要可以分为全尺寸、非全



尺寸,还有一些配有防爆轮胎的汽车是没有备胎的。注意一点:轮胎的许用速度是指允许轮胎达到的最高速度限制,在此速度内行驶是安全的。

五大坑爹汽车用品 这些产品千万不要买

买车之后,我们都习惯给自己的爱车加一点汽车用品,让车更舒服好用。市面上偏偏有一些“脑洞大开”的发明,有的甚至在跟车主过不去。一起来看看都有哪些坑爹的用品,需要慎重买或者不买。

座椅座套

挖坑星级:★★

不少车友因为爱车,总会给座椅加个座套,说为了好收拾,坐着更舒服。兵哥有点搞不懂这种逻辑,特别是在一些高档车上,原车真皮椅已经上万,可是车主还是要套个两百块的座椅座套,让人内牛满面。



上榜原因:如果觉得原车座椅档次不高不舒服,加装高级一点的座套也可以理解。只是,现实中市面上的产品鱼龙混杂,再也不能为了“好收拾”、“能通风”等理由给原车真皮椅套上地摊货。即使中低端车,真皮座椅售价也已过千,还包含了人体工程学设计,何必画蛇添足呢?

方向盘助力球

挖坑星级:★★

方向盘助力球曾是一个网络畅销产品,它利用了力学原理,让单手打方向变得轻松,对女司机吸引力更大。看起来有不少积极意义,但其实有一定危险性,容易让司机养成单手开车的习惯,转向精度也没有传统方式高。



上榜原因:一旦习惯了单手开车,在高速上突然爆胎时,一只手的力量根本无法瞬间稳住方向;单手习惯了握个球,也容易形成不稳定的行车风格。毕竟,开车不是儿戏,还是要认真一点好。

减震胶

挖坑指数:★★★★

减震胶曾经有着不错的评价。对此车主普遍反映效果好,操控更稳,还提升了舒适性。其原理也简单,售价还便宜,从几十到 100 元,可以整车加装。

不过,其坏处在于,很硬性地强迫悬挂弹簧长度改变,使得弹簧受力不平衡,容易超过弹簧疲劳极限,进而使得减震瘫痪、失效。



上榜原因:这东西的效果有点像吸毒,初期很兴奋很爽,久了就会造成大伤害。毕竟,一个橡胶圈强行介入改变悬挂结构,这本身就与车辆的设计相悖。如果这么简单便宜的东西都能带来大效果,厂家为何不采用?

安全带扣

挖坑星级:★★★★★

安全带是汽车安全中一个里程碑式的发明,挽救了无数驾乘者的生命。



前些年国人发明了“安全带扣”,这个玩意避免了安全带未系警告一直在报警,目的就是不要系安全带。这绝对属于间接灭口的东西!

后来国家严禁禁止并查处了这种产品,市面上便再没人售卖。兵哥温馨提醒,那些还在使用安全带扣的团友,不要再使用了,别拿自己的生命开玩笑。

上榜原因:哪个害人精发明的,兵哥保证不打死你。

节油器

挖坑星级:满天繁星

这玩意曾经火过一段时间,厂家宣传是这样的,将它插在车辆上的点烟器或 12V 电源上以后,就会通过自身的芯片对车辆的电路进行干预,达到稳压目的,油耗大减 20%,刹车提升 30%,百公里加速还会快几秒。甚至还可形成车载氧吧,产生负离子净化空气,简直是汽车用品界最伟大的发明,汽车专用伟哥,汽车设计师们都可以回家了。

这应该算是懂点技术的骗子案例。节油器从原理上讲,只是一个“双电压比较器集成电路”,对电流稳定会起一点作用,记住,这一点,不过这没什么意义,也没说清楚有些节油器还会缩短电瓶寿命。更重要的是,仅靠过滤点细微的电流波动就说能够大幅节油,完全是欺负消费者读书少啊。

上榜原因:最高峰时候曾经卖到每款过千元,后来大促销变成 398 元,现在淘宝 100 元不到还包邮。如果交给懂原理的技术宅帮忙做一个,估计成本也就 10 几元钱。关键是,这东西无用。

以上所列的产品,是不是足够坑爹?你还遇到过哪些无用的汽车用品,回帖告诉兵哥,下次我们继续侃一侃。



360 行车记录仪用户大数据:女司机艺高人胆大不惧碰瓷

近年来,社会上碰瓷事件频发,越来越多的车主选择在车内安装行车记录仪。在这一庞大的消费群体中,我们可以看到一些特别有趣的现象,比如,尽管女司机们的“名声在外”,但她们的行车记录仪装配量却不及男性车主的 1/9;在全国行车记录仪装机量最大的省份排名中,犀利的广东人民名列前茅,“大东北帝国”则排名倒数;另外,在选购行车记录仪的过程中,崇尚物美价廉的国人并没有将价格列为第一考量,清晰度、夜视效果、手机查看视频等三大要素成为了消费者的核心诉求。

以上数据来源于近日国内最大的互联网安全公司奇虎 360 发布的《360 行车记录仪用户画像》。该报告从行车记录仪用户的性别、年龄、地域分布、经济条件,以及对产品的核心功能需求等维度,系统、详实地剖析了这一品类消费者的人群特征。

男女用户比例 9:1,女车手“艺高人胆大”

从用户性别构成来看,360 行车记录仪的用户主力为男性,占比达到 92.91%,女性占比仅有 7.09%,这一数据映射出汽车消费市场由男性主导的格局。

都说女人没有方位感,开车时往往“神出鬼没”,甚至有人总结:凡是看到前车奇慢、路口犹豫不决、不打灯缓慢变线、不该刹车时刹车(哪怕高速路上),超过去看看,多半是女人。可是既然整体车技堪忧,却又不借助行车记录仪这样的安全辅助工具,真可谓“艺高人胆大”。

粤、浙、苏三省领跑,沿海人民风险意识高

用户地域分布方面,360 行车记录仪购买最活跃的地区依次是广东、浙江、江苏,各自占比达 12.94%、8.92%、8.77%。位列四、五的分别是山东 7.92% 和北京 7.09%。可以观察到,这些地区基本上都是人均 GDP 超过 1 万美元的城市或所属省份,不仅碰瓷的风险比较大,机会成本也较高。综合来看,沿海人民的风险意识要高于内陆地区。

当然,除了经济环境因素外,行车记录仪用户的地域分布情况和自然环境及当地民风有所关联,比如排位末尾的高原省份青海,占比仅 0.15%,天寒地冻的还冒着高原反应的风险,谁会去碰瓷呢?此外,东北三省排名倒数,主要因为当地彪悍的民风,胆敢碰瓷简直就是“找削”! 30-40 岁人群占比过半,用户年龄层次跨度大

从年龄层次来看,30-40 岁的人群是购买主力,占比 46.92%,基本上



是 70 后、85 前人群。与此同时,20-30 岁鲜肉人群的占比达到了 40.47%,也具有相当大的话语权。此外,40-50 岁的人群占比也达到 11.09%,这表明 360 行车记录仪在 60 后人群中也有市场。

天蝎、水瓶位列前茅,内敛金牛座垫底

用户星座分布方面,天蝎座比例最高,达 10.31%,水瓶座购买比例次之为 9.62%。紧随其后的分别为天秤座及处女座。值得注意的是,星座排名垫底的金牛座只有 6.88%。从星象学角度分析,这与金牛一贯沉稳保守的性格有关。在金牛看来,只要开车足够谨慎守规矩可“驶得万年船”,行车记录仪根本毫无用武之地。

行多“识”广,3 年以上老司机购买最积极

从用户驾龄上来看,3-10 年的老司机是购买主力,占比达到了 46.51%。其次是 1-3 年的司机,占比为 25.34%。此外,用户中 10 年以上的老司机也不在少数,占据近 2 成。相对来说,一年以下的菜鸟胆子最大,占比只有 8.02%。从这方面的数据我们可以看出一个很有趣的现象,老司机们“见多识广”,反而更加“胆小”,往往安全意识更高。而新手之所以装配比例较低,可能跟他们还没有真正吃过大亏,或尚未碰到过各种道路事故有关,有道是“无知者无畏”。

10-20 万区间经济车型占比过半,中档车成主力

用户车型价位分布方面,10-20 万的车占比最高,达到 55.99%。其次是 10 万以下价位汽车,占比达到 22.79%,20-30 万的次之,占比 14.46%。30 万以上的车装配 360 行车记录仪较少,可能与高档车随车都搭配有相关产品有关,又或者是 360 行车记录仪定位 399 的亲民定价,与其土豪气质不符的缘故。

制造业从业者购买最积极,政府机构超越 IT 行业

从行业来看,生产/加工/制造行业购买占比达到 18.74%,购买最为积极。而政府/非营利机构占比达到 16.24%,超越了 IT/通讯/电子/互联网行业,排名第二。这表明个人从事行业对消费习惯有一定影响,比如长期身处加工制造业,本身就具备较强的安全生产意识,辐射到日常出行方面,对于道路碰瓷及突发事故就显得更加敏感。而国家及相关机关从业者处于对安全的重视,装配新车记录仪也不难理解。同时,IT 行业从业者对各类的科技产品具备天生的敏锐嗅觉,在车中装备一两件酷炫的高科技神器也并不稀奇。

大品牌、高性价比、高配置的产品更受欢迎

在影响用户购买决策的因素当中,有 84.4% 的用户首选了硬件配置,68.94% 选择了品牌知名度,62.23% 的用户选择了价格。从这个结论反向来推导便不难解释为什么 360 行车记录仪会如此受到市场欢迎。

硬件方面,360 行车记录仪配备了 1296P 超高清摄像头,同时配置 OV4698 图像传感器及美国安霸 A7 图像处理芯片,并采用 160° 大广角,拍摄更清晰,视野更开阔。此外,产品采用六片全玻璃镜头,F1.8 大光圈,并且支持 WDR/ HDR,确保超强夜视效果。在定价方面,产品采取 299 的价格推向市场,极具性价比,再加上 360 长期以来的品牌累积,可谓是精确地击中用户痛点。

清晰度、夜视效果是核心,手机查阅视频需求旺盛

用户对行车记录仪的功能需求方面,超 9 成的用户选择了“拍摄视频清晰角度广”及“夜晚拍摄效果好”选项,78.29% 的用户选择了可以通过手机 app 查看视频,相信这几个方面也是大部分用户的刚需。

实际上,趋利避害是人类的本性,当汽车成为当今中国最主流交通工具时,每个理性的人都会为自己的家庭安全保障建立屏障。临近春节,360 行车记录仪亦贴心推出猴年新年套装版,满足人们春节期间走亲访友的送礼需求。即日起,广大车主只需通过 360 商城即可现货购买。