

<<汽车文化>>

图书基本信息

书名：<<汽车文化>>

13位ISBN编号：9787040210705

10位ISBN编号：7040210703

出版时间：2007-7

出版时间：高等教育出版社

作者：王明辉

页数：135

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<汽车文化>>

内容概要

《汽车运用与维修专业课程改革试验教材：汽车文化（彩色版）》是根据上海市教育委员会组织开发和制定的《上海市中等职业技术学校汽车运用与维修专业教学标准》，并参照相关行业岗位标准编写的中等职业学校汽车运用与维修专业教学用书。

《汽车文化(彩色版)》是汽车运用与维修专业的专业核心课程。

全书主要包括：汽车发展史、汽车公司与品牌故事、汽车娱乐、汽车工业与汽车分类和试验、汽车环保知识共5个项目17个活动以及技能训练。

《汽车文化(彩色版)》主要供中等职业学校汽车运用与维修专业教学使用，也可作为相关行业岗位培训教材和汽车维修人员自学用书。

<<汽车文化>>

书籍目录

项目一 汽车发展史活动1 知道汽车百年发展史活动2 知道汽车技术发展的6座里程碑活动3 知道汽车外形与色彩活动4 知道未来汽车发展的方向技能训练项目小结练习与思考项目二 汽车公司与品牌故事活动1 知道著名汽车公司与创建人活动2 知道汽车品牌与车标故事活动3 知道中国汽车品牌技能训练项目小结练习与思考项目三 汽车娱乐活动1 知道汽车的“第一”活动2 知道汽车运动活动3 知道世界十大汽车城活动4 知道著名汽车展览会技能训练项目小结练习与思考项目四 汽车工业与汽车分类和试验活动1 知道汽车工业概况活动2 知道汽车分类活动3 知道汽车试验技能训练项目小结练习与思考项目五 汽车环保知识活动1 知道汽车使用对自然的影响活动2 知道汽车节能技术活动3 知道汽车使用的国家规定与标准技能训练项目小结练习与思考参考文献

章节摘录

二、汽车色彩 在汽车外观、性能、配置日趋同质化的今天，很多消费者将车体颜色作为购车的重要因素来考虑，汽车色彩已成为区别汽车造型重要的外部特征之一。

同样品牌型号的汽车可能会因车身颜色不同而有不同价格。

色彩已经成为汽车品牌的符号特征。

色彩是人们视觉的反映，既然是人体器官的反映，就会有一种群体心理趋向性、也就是人们常说的“流行色”。

汽车流行色与“流行色”一样，具有时间性、区域性和层次性。

同时，汽车流行色还具有鲜明的种类性。

1、汽车流行色的时间性 世界上凡是可以流行的东西都有时间性的共性。

但是，汽车流行色的变化是缓慢的，它在一段时期内只是呈现一种增长或者衰减的趋势，不像服装流行色那样一年一种色调。

专家认为，由于传统文化习惯等因素的作用，人们对某种色彩会产生根深蒂固的观念，不会轻易改变。

某种色彩会在某一国家、某一地区、某个民族或某个职业群体中保持相对稳定，体现为较高的消费比例。

但是。

随着社会的发展、在一定的条件下也会发生变化，新的常用色与流行色互相转化，形成某种色彩的盛行与衰退。

例如20世纪80年代末，白色汽车占60%（图1—51），大批白色轿车和面包车大行其道，20世纪90年代初则下降到30%。

进入21世纪的今天，银色又成为主色调（图1—52），从白色依次过渡到银色，再过渡到灰色、深灰色，形成整个银色系列。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>