

安全乘车,家长给孩子不可或缺的儿童节礼物

随着汽车进入寻常百姓家,乘车安全也影响着每一个人,尤其是安全意识薄弱的儿童,特别值得关注。近年来,因缺乏安全意识和必要的乘车常识,涉及儿童人身安全的事例屡见报端。据《半岛都市报》报道,今年5月7日,济南一位6岁男孩乘车外出发生车祸,男孩受重伤昏迷,这一案例再次提醒大家一定要注意儿童乘车安全。六一儿童节将至,你是不是正考虑送孩子什么样的节日礼物呢?其实,乘车安全是父母给孩子最珍贵的儿童节礼物。



■卖场中摆放着各式各样的儿童安全座椅。新华社发 吕小炜 摄

□本报记者 王力

儿童安全座椅不可少

当儿童乘车时,一定要为儿童加装安全座椅,这似乎是一个老生常谈的话题,但实际生活中很多人都经常忽略它。如前文所述,济南的6岁男孩乘坐奶奶驾驶的汽车出行,驾车时奶奶没有使用安全座椅。在行驶途中,突然发生意外,奶奶急打方向盘导致汽车失控发生碰撞。由于撞击冲击力较大,安全气囊随之弹出伤及男孩。

儿童乘车为什么要使用专用的儿童安全座椅?主要是因为汽车上如安全带、安全气囊等安全设施对是依据成人的身材、体重设计的,如果用于儿童身上的话,非但无法降低伤害,反而会增加对儿童的伤害。

目前大部分儿童座椅被放置在车内座椅上并使用斜挎肩带(有时只使用腰带)固定。然而,不同车型的汽车有不同的座椅、安全带和固定方式。汽车座椅形状不同、安全带长度较短和锚固点位置不同,都会导致一些儿童座椅安放的位置更靠前或更靠后。配有ISOFIX(国际标准化组织固定装置)的车型拥有统一标准的ISOFIX接头,这样ISOFIX标准的儿童座椅就可以轻易地固定至汽车的ISOFIX接口中了。

安全带对未成年人有隐患

也许有的家长会自信地说:“我是个有安全意识的人,我会要求孩子系上安全带。”虽然系安全带没有错,但对于儿童来说,像成人那样直接坐在座位上系安全带是

非常不可取的,因为普通的汽车安全带是根据成年人高度进行设计,一旦出现事故甚至是紧急刹车时,容易造成安全带缠绕儿童颈部而造成窒息。

也许你可能不注意,现在许多汽车的安全带高度是可以调节的,事实上这一人性化配置就是针对儿童安全的设计。对于身材比较高的孩子来说,系安全带的时候可以将安全带调整到肩部的锁骨处,而腰部安全带系在肚子之下的胯骨上,这样安全带可以更有效地保护孩子的安全。

行车时锁上儿童安全锁

儿童安全锁是一项常被忽略的车辆配置,而对于有孩子的车主来说,儿童安全锁是孩子生命的重要保障。有些车主觉得只要开车前锁了中控锁或者设置行驶自动上锁就能保证位于后排的孩童的安全。但是由于中控锁可以通过车内的解锁开关解开,因而锁上中控锁并不代表万无一失。

为了孩子的乘车安全,家长应该把两个后门的儿童安全锁都锁上。锁上儿童安全锁后,无论孩子在后排怎么折腾也无法从车内打开车门。孩子的安全得到保障,父母们也就能更安心地专注于驾驶车辆了。为了防止儿童从后面打开车门,现在大部分车型都在后门加装了特殊的锁止功能。

常见的儿童安全锁开关有两种形式,一种是旋钮式,一种是拨动式。由于旋钮式儿童安全锁需要使用钥匙(或钥匙状物体)插到相应的孔中才能转动旋钮开关进行上锁及解锁操作。比较而言,拨动式儿童安全锁使用起来更加方便。

不要迷信防夹车窗与天窗

对儿童来说,防夹天窗及四门车窗也是非常必要的安全配置,因为家长在关闭车窗或天窗时,极可能出现夹到孩子手或头的情况。如果车辆拥有车窗、天窗防夹手功能,当车窗上升过程中遇到障碍时,会自动感应下降,避免对儿童造成伤害。

但实际上,防夹车窗并不是一碰就回弹,而是要遇到足够的阻力才会回弹,而这个阻力的大小各个车型并不一样。而关键的是,这个阻力对成人来讲,也许是受伤,但对孩子来说,可能就是致命了。

曾有这样的案例,一位车主停车后让小孩把头伸出天窗玩耍,结果,他将发动机熄火后天窗自动关闭,夹伤了小孩的头部。这样的事故虽然是少数,但也提醒人们不要过于迷信车窗的防夹功能。

链接

据《北京日报》报道,公安部交通管理科学研究所交通安全技术部主任高岩曾指出,2012年-2021年,在1-14岁交通事故死亡儿童中,1-6岁幼儿占比接近六成。

有相关研究表明,一岁以下的婴儿和幼儿使用后向式安装的儿童安全座椅,与不使用安全座椅的婴幼儿相比,死亡或伤害风险降低90%。使用前向式安装的儿童安全座椅,与只是使用安全带的儿童相比,发生严重伤害的风险降低约80%。4到10岁使用儿童安全座椅并配备增高垫的儿童,与不使用安全座椅的儿童相比,发生车辆碰撞时发生伤害的风险降低77%。

自主品牌汽车意向购买率整体提升

日前,消费者洞察和市场研究机构J.D.Power(君迪)发布的2022中国新车购买意向研究显示,自主新势力品牌汽车的品牌影响力显著提高,进步最大;自主新势力汽车意向购买率同样增幅最为明显,推动自主品牌汽车意向购买率整体得到进一步提升。研究报告发现,自主新势力品牌汽车的品牌影响力得分增幅为52分,进步最大,领先传统自主品牌汽车(提升38分)与国际品牌汽车(提升24分)。

同时,自主品牌汽车的意向购买率进一步提升,53%的潜客意向购买自主品牌汽车。同时,在自主品牌汽车中,新势力品牌汽车的意向购买率增幅更为明显,达67%。其余各国别车系意向购买率均有所下降。

报告指出,随着近几年“新四化”引领着中国汽车行业快速变革,自主新势力品牌汽车表现持续走强,带动自主品牌汽车整体向上猛进。究其根本,正是基于关键技术与消费者实际需求而展开的创新行为,快速、有效、持续不断地为品牌带来了生命力。消费者的正向反馈体现出对“中国制造”信任度的提升。这也对如何有效在中国汽车市场特别是新能源

领域竞争,提出了更高的要求。

此外,研究报告还发现,中国市场新能源汽车意向购买率进一步提升:2022年新能源汽车的意向购买份额高达27%,其中,新能源轿车意向购买份额的增长更为显著。在新能源汽车细分市场中,中型纯电动的意向购买率增幅最大,新能源汽车市场的消费升级趋势明显。

三、四线城市新能源汽车发展潜力较大:新能源汽车体验与认知程度与意向购买率呈正向关系。对新能源汽车认知程度越高的群体,意向购买率也越高。三、四线城市的潜客相较于一、二线城市,对于新能源汽车的体验度与认知度明显更低。因此对于新能源市场发展而言,三、四线城市或将存在较大潜力。

报告称,“95后”群体对于自主品牌的意向购买率最高;与其他年龄层相比,“95后”在购车时更看重智能化;此外,“95后”也最在乎车辆“颜值”。 中新社 闫晓红



扫一扫了解
更多汽车信息

新能源汽车累计推广1033万辆

日前,工业和信息化部新闻发言人、运行监测协调局局长罗俊杰在国新办发布会上表示,我国新能源汽车产业已经累计推广1033万辆,突破了一千万辆的大关。我国新能源汽车产业已经进入规模化快速发展新阶段,预计今年将保持高速发展态势。

数据显示,一季度我国新能源汽车累计产销分别完成了129.3万辆和125.7万辆,同比均增长1.4倍,幅度超过2019年全年水平。现在市场渗透率已达到19.3%,同比增长11.4个百分点,较2021年全年提高5.9个百分点。与此同时,中国品牌蓬勃发展。中国品牌新能源乘用车累计销量同比均增长1.5倍,高于市场整体的增速。在乘用车总销量中,中国品牌占比达到75.1%,比去年同期提高2个百分点。此外,新技术新模式也加速应用,燃料电池汽车累计产销量同比分别增长7.2倍和3.9倍,换电模式的车型累计产量接近4万辆,同比增长82%。充换电基础设施建设也加快推进,累计建成各类充电桩49.2万台,同比增长3.6倍,其中公共桩有8.5万台,私人桩40.7万台,同比分别增长1倍和5倍;建成换电站有154座,同比增长1.6倍。

罗俊杰指出,新能源汽车产业发展近期面临着原材料涨价、芯片短缺等问题的挑战依然存在,不过综合来看,我国新能源汽车产业已经进入了一个规模化快速发展新阶段,预计判断今年将保持高速发展的态势。 北京青年报 董鑫