



想想，你见过马卡龙色的车吗？我反正是一次也没有.....

图片：Public Domain

为什么人们买车，颜色特别亮的、很鲜艳的很少，大多都买白的、黑的？

 凯凯，汽车评述、产品力分析、相亲达人

反对戏言玩家的大黄蜂例证。用科迈罗和比亚迪 S8、十几年的老起亚对比，有失公允。因为这三台车的差距不仅是车漆，还有外形设计。

科迈罗这种车，外形本来就很激进很运动，你放什么颜色在他身上都很好看啊。



说黄色很帅，我是承认的。



其实蓝色也帅的一逼好不好。



黑色更是深藏不露的野性好不好。



红色骚得爆表好不好。



潜红



冰蓝



钛灰



耀黑



皓白



电蓝



炫黄



耀红

一台车运不运动不是只看车漆颜色，主要还是外形设计的取向问题，比亚迪 S8 和老起亚那个设计，你就算往车身上贴金箔也没戏啊。

回归正题，为什么人们买车多是黑白，选择鲜艳颜色的很少？主要有三个原因。

### 1、黑色是百搭色，白色很难出错



你看，这是黑色的 Mustang，给人一种不近人情、深不可测的感觉。



这是一台黑色的帕萨特，典型的商务取向 B 级车。黑色在这种车上又突出了车型的沉稳、大气和内敛。

你看，黑色对于不同外观设计风格的车型，就能体现出不同的效果来。放到运动车型上面黑色就是性能的催情素，放到商务车型上黑色就是大气深沉的代名词。百搭。



为什么说白色是很难出错的默认色呢？因为白色几乎没有颜色本身的情感表达，它不像黑色那么百搭，同时白色给人一种偏向家用的感觉，例如保姆车奥德赛、阿尔法就是白色居多，新一代的 GL8 官方为了向家用靠拢，也将白色作为主打色：



在日本，白色车几乎占到了一半以上。日本是一个汽车消费多样性非常低迷的国家，给我的感受是大家都懒得选颜色了，于是白色就成了占据日本街面的主流颜色——因为白色几乎没有任何情感上的表达。

## 2、调色成本



厂商的涂装车间内，给涂装机器人换颜色是个令人头疼的事情。虽然现在有了可以自动换涂料罐的机器人，但厂商仍然倾向于少喷涂奇装异色的车子。

绝大多数并不运动也不商务的车子，厂商都巴不得消费者只选黑和白两种颜色，因为这两种颜色相对而言调色的难度低一点点，色差控制稳一点。万一哪里有个色漆厚度不均，黑和白不那么容易看出来，但其他颜色就不好说了。

以上是从厂商的角度来分析的，黑和白也具有一定优势。不过车身颜色终究是受市场影响的，黑和白首先是消费者选得多，厂商随后也乐得其所。生产规划中，总装车间也是倾向于优先排产主流色调车型，因为销量高，这就容易导致异色车型一车难求。比如说隔壁老王想买一台蓝色的凯美瑞（跟你儿子的校服很搭），理论上讲厂家是支持这个颜色的：



相关信息: 7款在售车型 | 7138条口碑 | 10个视频

车身颜色: 

晶石蓝

可因为量太小，厂商近期不排产，最后老王也就妥协了，选了其他颜色。

### 3、受众群体

第3点其实是第1点的延伸。不同颜色的受众群体广度是不一样的，黑色和白色别说在汽车界，就算在服装界也是出镜率最多的颜色，所以这两种颜色的受众群体就是最广的，没办法。相比之下，人们给其他颜色赋予了对应的象征与涵义，比如说绿色代表植物与活力，红色代表火与热情，蓝色代表大海与深沉，延伸到汽车，汽车的颜色也是受人们给这些颜色所赋予涵义的限制的。

在这个基础上，红、绿、蓝这些颜色对应的受众群体就小得多了。一个人买车选颜色时，他会考虑：“虽然我也偶尔有想表达热情的时候，但绝大多数情况下我没有用车子表达任何情感倾向的诉求，所以还是选个黑 / 白色的吧！”没错，选一台红色的雅阁，代表着你无时无刻都在表达热情、激进，这不符合大多数人的情感诉求，所以百搭的黑与居家的白自然就成了雅阁的主流颜色。

#### 4、对某种颜色的偏见

很多人对颜色是有一定“偏见”的，比如说红色，很多人会认为红色是女性的选择，因此一部分男性车主选颜色的时候就会考虑别人的眼光，避开红色。再比如绿色，一部分人觉得绿色是原谅色，开绿色车担心别人背后笑他，所以避开了绿色。

#### 5、颜色的寿命

汽车车漆的颜色也是有寿命的，长期的高温、强烈光照都会使车漆发生变化，颜色也会跟着微微改变。在这里，红 / 绿 / 黄 / 蓝等颜色的改变更容易被肉眼察觉，黑 / 灰最不容易察觉，白色有可能变得没那么白。以我的第一台车为例，它刚买的时候是鲜红色，五年使用下来，换车的时候已经变成了枣红色，这个改变我是看在眼里的。

[查看知乎原文](#)

客官，这篇文章有意思吗？

好玩！[下载 App](#) 接着看 (๑•̌•̌) ✧

再逛逛吧 ‘\_>’

[阅读更多](#)

「舒适区」到底是什么？怎么走出舒适区？



[下载「知乎日报」客户端查看更多](#)