

Kada paskutinį kartą regėjote skaisčiai geltoną arba spindinčios žalios spalvos automobilį? Gatvės būtų puošnesnės, jei keliuose tokių transporto priemonių būtų daugiau, tačiau didžiuma pirkėjų galvoja apie praktiškumą ir įvaizdį, tad karaliauja neutralūs – juodi, balti, pilki, sidabriški – atspalviai. Ar tiesa, kad tik automobilių entuziastai vertina ryškius tonus ir kodėl jų pasirinkimas net perkant naują modelį – labai ribotas?

Statistika rodo, kad net 39 proc. visų pasaulyje važinėjančių automobilių yra balti. Remiantis 2019 m. dažų gamintojo BASF duomenimis, dar tiek pat transporto priemonių nudažytos juoda, pilka arba sidabrine spalvomis. Tai reiškia, kad beveik 80 proc. visų automobilių yra vieno iš keturių achromatinių tonų.

Tiesa, minėti duomenys neatskleidžia šiuolaikinių automobilių dažymo subtilių. Balta spalva retai yra grynai balta, o juoda – vien tik juoda. Dažant skirtingais sluoksniais gali būti išgaunamas metalo efektas: tam naudojamas žėrutis ir netgi stiklo dalelės. Į baltus dažus įmaišius šiek tiek mėlyno pigmento, automobilis atrodys futuristiškai, o aukso geltonumo atspalvis suteiks prabangos įspūdį.

Kartu su automobilių elektrifikacija pastaraisiais metais vis geidžiamesnė tampa mėlyna spalva, tačiau koncepcinių modelių ir naujų serijinės gamybos elektromobilių pristatymuose iki šiol klesti įvairūs sidabro atspalviai. Rizikuoti nelinkę nei automobilių gamintojai, nei pirkėjai. Vieni būgštuoja, kad nerealizuota produkcija dūlės sandėliuose, o kiti apdairiai svarsto, kaip vėliau parduos savo automobilį.

Pridėti naują spalvą – sudėtingiau, nei atrodo

Japonijoje, įmonėje „Toyota“, dirbantis automobilių dizaineris Tomas Jankauskas pažymi, jog tam tikros spalvos išpopuliarėjo bendrovių rinkodaros skyriams drauge su naujų ir naudotų automobilių pirkėjais per daugelį metų nustačius tam tikras nerašytas taisykles.

„Juk „Ford“ jau iš pradžių skelbė, kad pirkėjai gali įsigyti bet kokios spalvos automobilį, jei tik jis bus juodas. Tačiau anuomet taip buvo nuspręsta remiantis ekonominiais sumetimais. Dažyti automobilius skirtingomis spalvomis būtų atsiėję brangiau. Pasirinkus vieną spalvą viskas supaprastėjo“, – dėsto specialistas.

Nuo pirmojo automobilių surinkimo konvejerio laikų „Ford“ spalvų pasiūla gerokai prasiplėtė. Pirkėjai gali rinktis ne tik juodus ir baltus, tačiau ir skirtingų sidabro atspalvių, taip pat mėlynus, raudonus ar netgi vaiskiai oranžinius automobilius.

Anot T. Jankausko, šiais laikais spalvų pasiūlą vis dar labiausiai riboja gamybos unifikavimo ir sąnaudų mažinimo reikalavimai. Dauguma gamintojų spalvų paletės nekeičia ilgą laiką – nežymiai koreguotus atspalvius pristato naujais skambiais pavadinimais.

Naujos spalvos įdiegimas gamyboje, pasak dizainerio, ilgas ir brangus procesas, todėl tai nutinka itin retai. Būtina apgalvoti ir techninę priežiūrą bei automobilių remontą, todėl atliekamas darbas – išties grandiozinis.

„Šiuolaikiniai automobiliai gaminami iš įvairiausių medžiagų – naudojami metalų lydiniai, skirtingi plastikai. Dažų danga turi atrodyti vientisa, todėl greta visų gamybos ir organizacinių klausimų tai dar ir sudėtingas technologinis procesas“, – pabrėžia su automobilių projektavimo užkulisiais iš arti susipažinęs lietuvis.

Populiarumą lėmė praktiškumas

Baltos spalvos populiarumą, T. Jankausko manymu, daugiausia lėmė praktiškumas. Baltas automobilis mažiau įkaista stovėdamas saulėkaitoje, akių nebado menki įbrėžimai ir įlenkimai. Juoda spalva – pati nepraktiškiausia, tačiau suteikia transporto priemonei solidumo. Neatsitiktinai juodus automobilius itin dažnai renkasi įmonės.

Anglies juodumo atspalviu nudažyto ir nulakuoto automobilio priežiūra, T. Jankausko žodžiais, yra tikras galvos skausmas. Iš karto matomos kibios dulkių dalelės sudaro įspūdį, jog automobilis nešvarus, nors iš plovyklos gali būti išriedėjęs vos prieš keletą minučių.

„Kol automobilis švarus – atrodo įspūdingai, bet priežiūra reikalauja kantrybės. Aš pats turiu senesnę juodą automobilį, ir netgi plaunant du kartus per dieną jis neatrodys tviskantis švara“, – juokaudamas guodžiasi jis.

Dizaineris pastebi, kad sidabrinės spalvos mėgėjai taip pat gali rinktis vieną iš jos variacijų. Populiariausi – tamsus titano ir šviesus šampano atspalviai. Pastarasis artimas baltam, tačiau klasifikuojamas kaip sidabrinis. Dizaineriai sidabro spalvą mėgsta todėl, kad ji aiškiausiai perteikia formas žmogaus akiai.

„Sidabro spalva atkakliai reklamuojama, o tad dažnai reklamose ją regėję žmonės linkę rinktis būtent tokius automobilius“, – komentuoja pašnekovas.

Ryškius automobilius renkasi entuziastai

Visame pasaulyje itin nedaug geltonų automobilių. Anot T. Jankausko, dalis vartotojų tiesiog bijo rinktis ryškią spalvą nerimaudami dėl to, kad vėliau bus sunkiau parduoti automobilį.

Prie to prisideda patys gamintojai, o spalva ilgainiui tarsi dingsta.

T. Jankauskas iki šiol pats prisimena atvejį, kai jam dar gyvenant Lietuvoje pažįstamas žmogus bandė parduoti ryškiai salotinės spalvos 7 serijos BMW. Automobilis taip nudažytas pagal individualų užsakymą jau išriedėjo iš gamyklos, tačiau dėl neįprastos spalvos dažymo kokybė niekam nerūpėjo. Galiausiai automobilis buvo parduotas už gerokai mažesnę nei vidutinę rinkos kainą.

Pasak dizainerio, sunku paaiškinti, kodėl šiaip jau konservatyvūs pirkėjai itin mėgsta raudonus tonus. Tokie automobiliai atrodo iššaukiančiai, tačiau žmonėms patinka. Pavyzdžiui, daugelį „Ford“ modelių galima nudažyti vienu iš dviejų raudonos spalvos atspalvių – „Race Red“ ir „Fantastic Red“. Šią spalvą itin išpopuliarino vienu iš populiariausių visų laikų sportinių modelių laikomas „Ford Mustang“. Maždaug 1 iš 5 per pastaruosius 50 metų pagamintų galingų kupė buvo būtent raudoni.

„Ford“ gamoje T. Jankauskas išskiria mėlyną spalvą, kuri automobilių entuziastams žinoma dar nuo tų laikų, kai įvairiose lenktynėse pasirodydavo drauge su „Cosworth“ inžinieriais kurti sportiniai bolidai. Iš pradžių buvo naudojamas mėlynos ir baltos spalvų derinys, o ilgainiui išliko tik mėlyna. Ja dabar dažomi sportiški „Ford“ modeliai, įskaitant stilingąjį „Puma“ miesto visureigį.

Visame pasaulyje atpažįstamas „Ford“ logotipas – ovale įrėmintas kompanijos įkūrėjo Henrio Fordo parašas – taip pat išsiskiria keleto atspalvių mėlyna ir balta spalvomis. Mėlyna spalva logotipe simbolizuoja kompanijos stiprybę ir ryžtą siekti geriausio įmanomo rezultato, o balta reiškia kilnumą, eleganciją ir tyrumą.

Žalius, geltonus ir kitų egzotiškų atspalvių automobilius, dizainerio manymu, renkasi tikri entuziastai. Jis norėtų, kad visa naujų transporto priemonių rinka būtų margesnė ir gamintojai bei pirkėjai neapsiribotų keturiomis pagrindinėmis spalvomis.

„Matant gatvėje daugiau ryškių automobilių būtų smagiau gyventi, žmonės dažniau šypsotųsi. Vaizdą kiek pakeitė naujos kėbulo spalvos keitimo galimybės – apklijavimas plėvele, purškiamosios gumos bei plėvelės. Žmonėms tai tampa saviraiškos priemone“, – įsitikinęs specialistas.

