

# 让车灯成为车辆的颜值担当

## 记上汽集团三八红旗手标兵颜世蕾

本报记者 吴琼

一年之季在于春。华域视觉的研发工程师们早已忙碌在多个海内外智能车灯的研发战线上，他们的成果将出现在4月举行的上海国际汽车展上。届时亮相车展的多款明星车型的车灯，就是从这家中国车灯企业诞生的，包括最近引起外界极大关注的智己汽车。

几乎每一个看到智

己汽车车灯的人，都会惊叹车灯的颜值，独特、时尚且有科技感的外形。但“颜值控”们并不知道华域视觉方面的造型支持团队负责人是一位眼睛大大的、身材纤细的女工程师。巧合的是，她的名字中也有一个“颜”字。

记者对造型科科长颜世蕾的第一次正式采访，聊的就是“眼睛”，“车灯就应该成为车辆的颜值担当。”



### 乘风破浪 “她力量”



## 拼了!

“接到任务时，我的第一个反应是：拼了。”2020年3月，当华域视觉的领导向颜世蕾下达了“要为‘L项目’（智己汽车）设计出有特色的智能车灯造型，三天后交出方案”时，颜世蕾心里顿时一紧，“通常做出车灯造型方案，至少需要一至两周时间；而且当时手上还有其他的车灯造型项目，时间真的很紧张。”

“L项目”在当时被称为上汽集团内部的“一号工程”，也就是如今的智己汽车。

按照规划，车灯是智己汽车对外展示智能化、年轻化的最大触点之一。除了搭载连百万元级豪车也没有的高性能DLP车灯外，上汽集团领导对车灯的造型也提出了更高的要求。

接到任务的下一刻，颜世蕾就调动了团队全体成员，“我们全力扑在这个项目上，加班加点地干。加上前期我们在DLP车灯造型上已经有了一定的积累，最终在三天内画出了车灯的造型图。”华域视觉产品经理周诵杰拿出了几张图，“在这么短的时间内，根据不同的诉求，颜世蕾和造型科的同事们设计出好几套造型方案。”

不久前，智己汽车首款车型亮相，前脸上颇具辨识性的“Σ”型大灯，就是华域视觉和智己团队共同开发的成果。据介绍，智己车灯由260万像素的第二代DLP和5000颗LED ISC组成，在静止或智能驾驶状态下都能“传情达意”。

## 设计美好的产品

如果说，智己车灯奠定了华域视觉在全球DLP智能车灯领域的技术领先优势，那么颜世蕾见证了华域视觉是怎么一步一步在高颜值车灯市场开拓疆土的，如何从追赶和到海外一流

车灯企业正面PK的。

“我的工龄生日是在2004年7月，也是我们造型科成立的那一年。”刚从大学毕业的颜世蕾，转正后就成了新部门的一员，并听到了至今仍让她兴奋的

话，“公司领导当时对我说了一句话：我们必须有自己的设计！”

在汽车灯具这个小小的空间里，颜世蕾摸索爬滚打了16年，和一家家整车企业的车灯团队合作，并肩作战，共同开发出了一代代里程碑式的产品。从第一款全球同步开发项目上汽通用别克君威大灯、国内首款全LED大灯荣威950车灯，到国内首款智能Matrix大灯荣威E950车灯，这些项目分别获得了上海市优秀发明金银奖和上汽集团

技术创新奖。

当拿到一个又一个奖项后，颜世蕾想得更多的是，“怎么让车灯成为颜值担当？”在洞察到具有线条感的车灯将成为未来发展趋势后，颜世蕾找到了模组开发班组的同事，开始了一个“看似不可能的”造型挑战之旅——对智能大灯的光学系统进行颠覆性的造型设计。这个有极致骨感、极具挑战的全新车灯造型和技术储备，帮助华域视觉拿下了GM的全球招标项目。在击败了

强大的对手，接到了凯迪拉克旗下首款纯电动SUV——Lyriq大灯订单的那一刻，颜世蕾很自

豪地说，“我们做到了！我们设计的车灯一样可以有一张国际颜、一颗中国心。”

## 带团队、育新人

当年那个小姑娘，在经历了从海外研修到设计辅助、自主创新后，已经成长为车灯造型设计带头人，带着造型科“从无到有”“从有到精”。如今，造型科共有7名成员，拥有外观专利37项、实用新型专利12项，实际审核中的发明专利共有10项，其创新成果获得上海市、上汽集团和本公司奖项20余项。

在同事眼中，颜世蕾既是个严格的“颜值控”，又是一位热心的老师。在项目协调管理时，人们常常会看到颜世蕾在严格审核每位设计师的方案，发现问题后会一个个仔细地沟通，以确保方案效果；作为老师的颜世蕾，会抽出大量的时间传授经验，培养年轻人。“技术的大变革给车灯行业带来的影响超过预期。几年前，我们想象不到LED车灯会这么迅速地普及。如今，技术的革新给了造型设计师更大的发挥空间。”颜世蕾说，“我们不仅要了解车灯行业的发展趋势，还要了解其他行业的设计趋势；不仅要分析各大汽车品牌的家族语言，还要结合消费者的审美取向，为整车设计画龙点睛，这样研发出来的车灯才会更美、更贴合消费者需求。”开朗的颜世蕾发愁，“怎么让超前的设计和量产更好地结合。通常情况下，设计师的想法超前，而工程师会因为考虑到量产可行性而相对谨慎，因而设计师通常会受到较多

羁绊。但是，如果不将前瞻性的车灯作品呈现出来，主机厂就看不到，这会影响到技术的量产。”

“创造美是我的工作。”颜世蕾带着一双发现美的眼睛，用手中的笔在华域视觉创造出更多的美。华域视觉党群工作部的李欣告诉记者，公司新的Slogan广告设计就出自颜世蕾之手。2019年3月初，华域视觉向全体员工发出征集令，希望在3月28日公司更名一周年之际推出全新的广告语和广告设计，具体要求是“设计一张能代表公司核心产品和技术的平面视觉效果图；写一句能浓缩公司文化、体现品牌内涵、展示企业精神的广告语”。征集令发出后，上海、重庆、吉林、德国等基地的员工踊跃参与，最后时任开发部灯具造型设计师的颜世蕾提交的作品“视有形、觉无边、行更远”脱颖而出：虚拟与现实相结合的道路环境，以及抽象的光线和强曝光的双“眼”构成华域视觉英文名字HascoVision中的字母“V”。看似简洁的图案意味深长，既象征着华域视觉聚合着每一位员工和各基地的力量，又暗示车灯智能和科技的翅膀将给用户带来更美妙的感知体验。

颜世蕾说：“我手中有一支画笔，用线条去勾勒最美的创意。上汽给了我一块画板，用青春去描绘迷人的双‘眼’。”