

The Century of the
Car Design **I**

汽车设计百年

追求最优性能的德国汽车设计

[日] Car Styling 编 / 蒋红斌 译



清华大学出版社

The Century of the
Car Design
汽车设计百年

追求最优性能的德国汽车设计

[日] Car Styling 编 / 蒋红斌 译

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

纵览德国的汽车设计发展，
悠久的汽车制造历史孕育出了他们独特的设计哲学。
环绕着激烈的竞争和时代的推演，
多少新星诞生又陨落。
期间，许多的优秀设计者们，
联手国际资源，秉承良好设计理念，
一路前行。

北京市版权局著作权合同登记号：图字：01-2012-8199

The Century of the Car Design I：ドイツ車のデザイン(機械としての最高性能をめざすものづくり哲学). by Car Styling
Copyright © Car styling 株式会社
All Rights Reserved.

版权所有·侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

汽车设计百年：追求最优性能的德国汽车设计 [J]. Car Styling 编；蒋红斌译. —北京：清华大学出版社，2013. 1

书名原文：The Century of the Car Design

ISBN 978-7-302-31696-1

I. ①汽… II. ①C… ②蒋… III. ①汽车—设计—德国 IV. ①U462

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第018112号

责任编辑：庄红权

封面设计：常雪影

责任校对：王淑云

责任印制：沈 露

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦A座

社 总 机：010-62770175

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

邮 编：100084

邮 购：010-62786544

印 装 者：北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：235mm×297mm 印 张：9.5

版 次：2013年4月第1版

印 数：1~4000

定 价：56.00元

字 数：217千字

印 次：2013年4月第1次印刷

产品编号：049047-01

前言

轿车品牌分别从国家和企业角度来见证

汽车诞生之后不久，作为其所属国的支柱产业，就得到了空前的发展。处在各自不同的国家内的企业，所推出的技术和设计，都形成了各自特有的、独立赋予商品以价值的路径。

由于市场的不断扩大，完全封闭在自己国家内制造汽车的品牌逐渐开始减少。从事汽车开发和制造的人，在国际化的背景下，逐渐开始回避强调国家或地域特色。带有浓郁民族特色的文化特性，在汽车设计上逐渐变得稀少。相形之下，商品的国家特征开始不如品牌的特征更加受到人们的重视。

尽管如此，面对品牌时，产品依然会很强烈地反映出构筑其形态的文化背景和历史脉络。汽车，作为一个国家的支柱型产品和重要产业，隐含的这种特质就显得格外鲜明。

我们在这里所探讨的，是如何从设计角度，从每个国家的不同品牌的发展中探索出一些的共同规律。当然，要将每个企业旗下所有产品都囊括在一起，那将是个天文数字，所以，我们仅以轿车设计作为本书的主题，而将商务用车和大型汽车放置在另外的图书中予以探讨。

另外一个重要问题，是关于品牌的根源问题。例如，宝马是劳斯莱斯和迷你的制造商，大众则是由布加迪威亨制造的。从经营角度看，它们都是属于德国企业的商品，然而，把这些产品的品牌都称作是德国制造又有点不合适。

于是，我们试着将这些失去了原生产国的品牌，依据其来源地的属性进行分类。也就是说，可以将迷你看作是由德国宝马设计和制造的，但是，奥斯丁-迷你则反映了英国文化精髓的轿车品牌。

在本书中，我们写下了德国汽车设计的魅力及其背景。希望能够让读者重新认识一下德国汽车设计的路径与方法。

希望本书能为读者对思考关于未来汽车的设计与发展贡献有益的力量。

编者



蒋红斌

清华大学美术学院副教授，设计艺术学博士。
清华大学设计战略与原型创新研究所副所长。

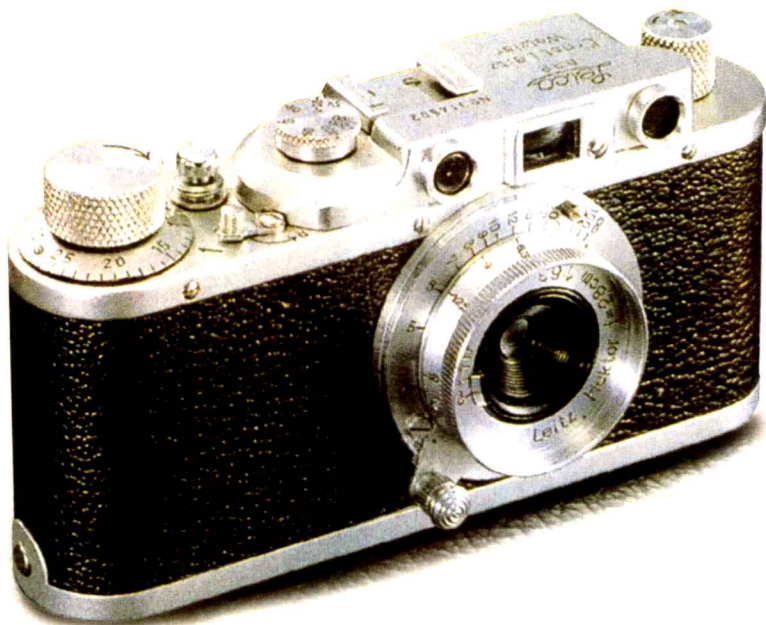
主要从事设计学、设计思维与工业设计创新方法，以及设计战略与发展机制等专题研究。

日本东京艺术大学客座研究员。与日本千叶大学设计学部、筑波大学感性科学研究室等开展多项专题研究。“综合造型基础”课程成果，荣获清华大学、北京市和全国优秀教学团队奖；2009年度清华大学优秀青年教师奖；“北京奥运广场灯具设计”，荣获2008年度“中国创新设计红星奖至尊金奖和最佳设计团队奖”。

- 1** 魅力四射的德国工业品
- 3** 德国主要汽车品牌所在地
- 4** 德国汽车的定义
- 5** 德国近代设计运动 **包豪斯和乌尔姆**
- 7** 德国汽车的设计倾向
- 9** 德国汽车界的盟主 **戴姆勒**
- 17** 80年前创造出了梅赛德斯-奔驰的形象物质 **赫尔曼·阿伦斯**
- 19** **迈巴赫** 21世纪复活的名牌
- 21** **SMART** 对新时装的尝试
- 23** 别具一格的魅力设计 **BMW**
- 31** 从英国那里继承而来的 **MINI**
- 33** 以高品质和四驱另辟蹊径的 **奥迪**
- 41** 凸显操控乐趣和取消一切娱乐设备的 **保时捷**
- 49** 面向大众的世界品牌 **大众**
- 57** 凸显动力学原理的设计 **福特（欧洲）**
- 63** 通用带来的国际化感受 **欧宝**
- 69** 坚守精良制造准则的德国马斯特制度
- 70** 日本设计师们在德国的工作体验
- 83** 消失的品牌
- 87** 富有个性的微型汽车设计
- 91** 用最新概念车描绘出的 **德国汽车未来**
- 99** 德国汽车设计概略年表



Leica II, 1939



Leica M9 Titanium

Attraktive Deutsche Industrielle Produkte

魅力四射的德国工业产品

不只限于汽车，有不少日本人沉迷于德国工业产品。例如莱卡，有人甚至称之为机械工业产品的巅峰之作，将其设计师奥斯卡·巴纳克比喻成设计达人中的达人，50年前的小型相机，到现在依然能够自如使用，还不用担心随时会被用完的电量。4cm × 5cm 大小的林浩福和米勒斯等相机都充满着机械的魅力。

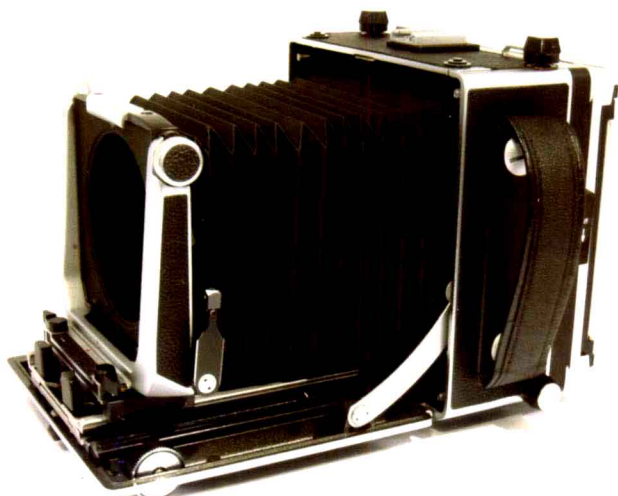
德国文具具有法吾·卡斯特，斯丹德，拉米；家电有布劳恩；手表有诺曼斯，慈迪玛，俊汉斯；旅行包有瑞摩玛；铁道模型有马克林和宝马模型等等；以及陶瓷器、皮制品和日用品等都有一流产品。伯瑞思设计的包和小物品能精致地体现出一个设计师对技术的干练处理。

将产品的使用功能和简洁处理高度地融合在一起，并出色地表现在一个产品的综合外形上，这样的产品体现出了一种精神。因而常常能听到对德国产品这样的评论：“真是一件好产品，看得出制造者花费了太多的时间去思量，将心血融于此间，即便没有购买计划，看着就觉得是值得拥有的好东西”。

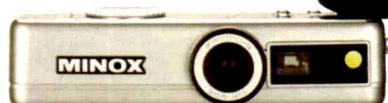
以刚健、诚信为设计特质的德国产品，近二三十年来又增添了多样性。越来越多的日常用品进入了德国产品设计师们的视野，当然，他们一贯的设计特质依然贯穿其中。



Rolleiflex MiniDig



Linhof Master Technika 45

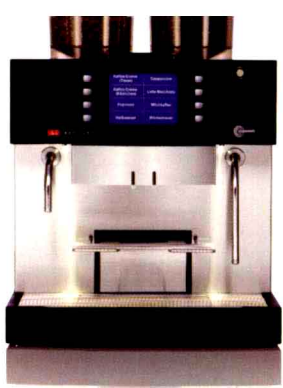


Minox Digital Spy Cam DSC Silver



Carl Zeiss Distagon T* 3.5/18





Melitta Espresso Machine "baR-cube"



Braun Mens Shaver "790cc-4"



Porsche Design Brief Case



Rimowa Cabin Trolley Case



Junghans Chronograph Watch "Apollo"



Nomos Chronograph Watch "Tangomat GMT 6"



Tutima Chronograph Watch "Eurofighter Typhoon"



Bosch Battery Driver



Lamy Fountain Pen "Safari"



Mont Blanc Ballpoint Pen



Porsche Design Fountain Pen "P3150"



Staedtler Liquid Point Roller Pen



FaveR-Castell Pencil "e-motion"



Grohe Kitchen Products



Marklin Scale Model



BMW Motorrad "Concept 6"

德国主要汽车品牌所在地



德国汽车的定义

德国制造的汽车包含了在德国的企业所制造、销售的汽车，以及在德国资本控制下的企业所制造、销售的所有汽车。换句话说，德国企业在国外生产的产品也是德国制品，所以，迷你 (MINI)、劳斯莱斯、宾利、布加迪和兰博基尼等都属于德国汽车。

但是，这里我们主要是以纯粹的德国品牌来考察德国的设计。由宝马开发和生产的 MINI 属于德国品牌，由设计巨匠阿莱西·勒辛格斯 (Alec Issigonis) 设计的 MINI 则可解释为是英国品牌旗下的设计。21 世纪的劳斯莱斯和宾利虽然在德国开发，但却是在英国制造的，因其充满着英国文化气息，我们就把它列为是英国品牌。同样的道理，兰博基尼应该是意大利品牌，布加迪应该是法国和意大利的共同品牌。在不远的将来，布加迪还可能衍射出更多的合作伙伴而形成更多特质。所以，相形之下，我们会更看重，也就是优先考量其品牌当下的执行者和设计者是谁，而非这个产品曾经诞生在哪里。

更为详细的德国汽车信息

在德国，每个品牌企业都有其自己的汽车博物馆，除此之外，还有专门的汽车博物馆。

梅赛德斯-奔驰 博物馆 Mercedes-Benz Museum

<http://www.mercedes-benz.co.jp/brand/museum/index.html>

宝马 博物馆 BMW Museum

<http://www.bmw-museum.com/>

奥迪 博物馆 Audi Museum Mobile

http://www.audi.com/com/brand/en/experience/audi_forums0/audi_forum_ingolstadt/museum_mobile.html

保时捷 博物馆 Porsche Museum

<http://www.porsche.com/japan/jp/aboutporsche/porschemuseum/>

大众 博物馆 Volkswagen AutoMuseum

<http://automuseum.volkswagen.de/>

大众 城 Volkswagen Autostadt

<http://www.autostadt.de>

鲁斯海姆 市立博物馆 Das Museum der Stadt Russelsheim (Opel)

<http://www.stadt-ruesselsheim.de/rd/1127.htm>

迈巴赫 博物馆 Museum fur Historische Maybach-Fahrzeuge

<http://www.automuseum-maybach.de/>

哈希 博物馆 Horch Museum

<http://www.horch-museum.de/>

德意志 博物馆 Deutsches Museum

<http://www.deutsches-museum.de/>

阿意斯纳 自动车 博物馆

<http://www.ame.eisenachonline.de/>

西斯海姆 自动车技术 博物馆 Auto & Technik Museum Sinsheim

<http://www.technik-museum.de/>

德意志 摩托车 博物馆 · NSU 博物馆

<http://www.zweirad-museum.de/>

德累斯顿 交通博物馆 Verkehrs Museum Dresden

<http://www.verkehrsmuseum-dresden.de/>

德国汽车品牌网址

Mercedes-Benz: <http://www.mercedes-benz.com/>

Maybach: <http://www.maybach-manufaktur.com/>

Smart: <http://www.smart.com/>

BMW: <http://www.bmw.com/>

MINI: <http://www.mini.com/>

Volkswagen: <http://www.volkswagen.com/>

Audi: <http://www.audi.com/>

Porsche: <http://www.porsche.com/>

Opel: <http://www.opel.com/>

Ford of Europe: <http://www.ford.co.uk/>



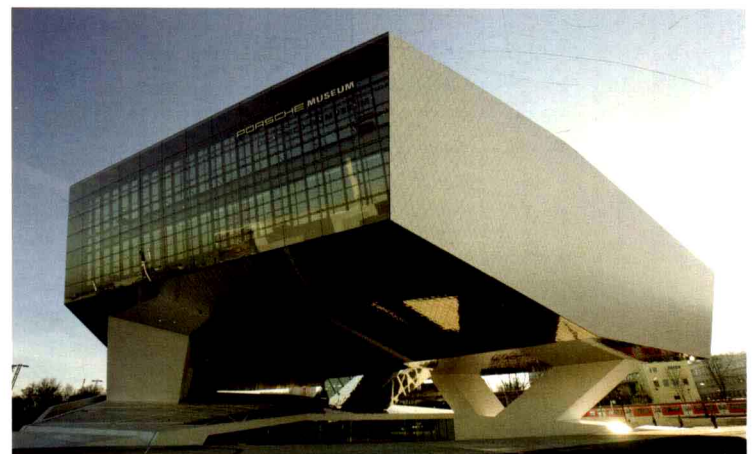
Mercedes-Benz Museum



BMW Museum



Audi Museum Mobile



Porsche Museum



Bauhaus Dessau

德国近代设计运动 包豪斯和乌尔姆

在德国的设计创造活动中，最具历史性意义的，是以建筑设计和工艺美术为核心的包豪斯，以及受其影响而在第二次世界大战之后创立的乌尔姆造型学院。

包豪斯（德语的意思是建筑的家）是在1919年由格鲁皮乌斯和依顿等人为中心的一批优秀领导者，开设的世界上第一所把美术和建筑结合在一起的国立教育机构。其中，美术包括了工艺、摄影、设计，以及当时一些值得重视的新媒体艺术。包豪斯主张的合理主义和功能主义的方法，对后来的现代建筑和设计都起了十分巨大的影响。

起初，当时的魏玛大公招聘了比利时出生的建筑家亨瑞·冯·德·维尔德，在1902年由维尔德创办了私立的亨·哈德交流中心学校。第一次世界大战爆发后，维尔德返回比利时。在维尔

德临走之前，他推荐了建筑家格鲁皮乌斯担任该学校的负责人。1918年德意志帝国崩溃，1919年魏玛共和国成立，该校随之更新为国立包豪斯学校。之后，1925年把学校搬到杜赛尔，改为市立学校。1928年格鲁皮乌斯辞去校长职位，接替他担任校长的是瑞典人梅耶。梅耶在包豪斯期间，大力致力于产品开发和商业化等领域的推动，做出了很多贡献。然而，因为政治原因，在1930年他被解雇。取而代之的是在阿亨出生的路德梅斯·凡德罗。1932年，学校改设在柏林，并改为私立建筑学校。然而，包豪斯的自由且具革命性的设计思想，不能被当时崛起的希特勒纳粹政权所接受。在1933年，学校遭到封闭。魏玛共和国也在同期衰落。

建校仅有十四年，虽然很多优秀教授的先进

思想被限制，而且学校的教育方针也一直处于不稳定状态，但是，它那简朴的、具有几何学以及革命性的造型艺术与建筑设计理念，依然让包豪斯成为世界最受关注的焦点。这个时期，现代建筑的基本理念得到了奠定（无装饰的、素洁的、关注底层社会和具有批判精神）。封校之后，教授们纷纷避难到美国等其他国家，并在那里培养起了设计学生。较为知名的是在1937年，芝加哥成立的新包豪斯和当时的教授们。他们为将包豪斯精神扩散到世界做出了重要的贡献。

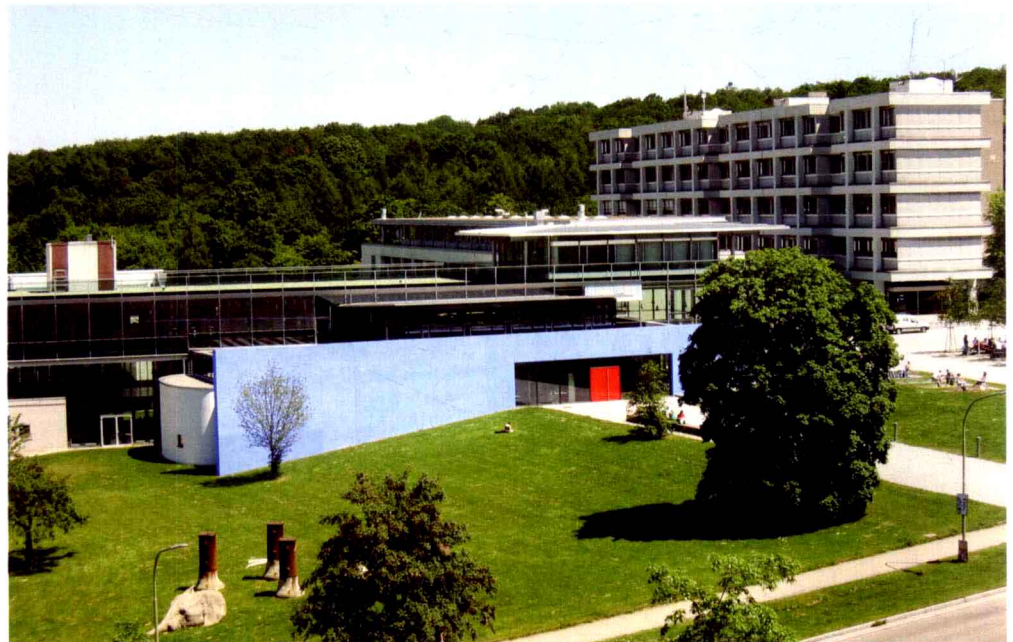
1920年代至1930年代，是梅赛德斯·奔驰和迈巴赫等高级车被开发的年代，然而，在包豪斯的档案中并没有发现有关汽车设计的研究资料。包豪斯以建筑、装饰设计，以及工业产品见长，且工业产品中也以家具和日用品为主要对象。



Hochschule für Gestaltung Ulm



Hochschule Pforzheim University



乌尔姆造型大学

1953年，在慕尼黑和斯图加特中间的小城镇——乌尔姆，开设了一所造型专业学校。这所学校是由一个为纪念在第二次世界大战中被处刑的反法西斯运动组织“白玫瑰”领袖汉斯·斯科尔和他的妹妹索菲而设立的“斯科尔兄妹”财团兴建。学校下设产品、建筑、视觉传达和信息4个大学科。之后，又逐渐添加了当时十分新颖的电影制作专业。学校的教学思想，主要以激发和培养在和平时期的人们如何对事物具有创造性的探索精神。其招收学生的总人数限定在150名以内，并从世界各地招募人才。

然而，由于教育理念和学校经营方针始终没能达成一致，在1968年乌尔姆造型大学被荒废了。

在日本汽车设计界知名的千叶大学名誉教授

森典彦，他于1962年在法国汽车工业大学学习了一年。在校中，他与一些对米歇尔·科伦德、汉斯·维尔、朋·曼阻等人感兴趣的同学们交流过，并把当时自己的感想记录下来，刊登在了CAR STYLING的第24号期刊上（1978年）。科伦德等人与当时的哈马斯·莫多纳多校长联系，成功地举办了关于汽车设计的讲座。当时的学生们与来自米兰的设计师和罗德·本特教授都十分积极地致力于对汽车设计的研究与讨论。

德国虽然在汽车技术领域可谓世界顶级，然而，在汽车造型和设计师的培养上，不管是企业，还是社会，都相对缺乏关心的态度。直到现在，还持续着“如果必要，就从国外招募优秀设计师”的情形。

弗兹海姆大学设计学部

不过，不能说德国没有培养设计师的教育机构。例如弗兹海姆大学设计学部中的交通学科就是世界知名的专业机构。除了知名的教授吉姆·凯利，还有戴米尔等汽车设计师在担任其设计学科的教师；不但拥有自己硕士、博士生培养体系，还有与英国皇家艺术学院（RCA）联合培养的博士专题。“这里有很多热情的老师，是一个非常不错的大学，但是，近几年来德国学生却开始减少，亚洲学生数增多的倾向越来越明显”，每年都在进行日德学生联合课题研究的武藏野美术大学名誉教授森江健二这样描述。

德国汽车的设计倾向

积极的样式战略

以整齐、紧凑的外形作为开端，严谨地处理车体的每个细节和每条型线，并将此作为一种美学的境界，让车看上去具有一种稳健而运动的感觉，这样的思考深刻地影响了现代汽车形象设计的走向。即便在今天的日本汽车专卖店中，也依然能够看到这种影响的影子，如高档汽车品牌——凌志等车上依然根深蒂固地存留着这种思考。

说到德国汽车中的民族品牌，人们一般会用刚健、优质、酷等词来形容。换句话说，有一种优质而又不失情趣的、刚劲的、从不松懈的直板感。

但是，这不等于说德国汽车设计就没有追求形式感的时候。有那么一段时间里，德国汽车也在积极地致力于创造具有情感的意味。例如20世纪50至60年代，梅赛德斯-奔驰就起用过一些具有浪漫气质的设计师，如法国人布拉尔·布朗其和意大利人布鲁诺·萨库。宝马也偶尔聘请过意大利设计师。

在20世纪80年代的大众和奥迪，则聘请过意大利设计公司的乔治亚罗来协助。即便是看起来特别具有纯正血统的保时捷，也在其911车型的后续车设计上，聘请美国设计师托尼·弗比内来设计。成为通用公司一员的欧宝车，“二战”之后，在泰特罗依德的管理下，构筑了新的具有德国风范的汽车设计。与美国本土形成完全不同魅力的德国福特，在20世纪70年代后，注入了世界性汽车的设计战略车型开发，设计风格焕然一新。

空气动力学性能的改善

在汽车设计史上留下巨大的影响，是在1981年至1982年，由当时的西德政府主导，针对未来汽车技术研究的计划——“AUTO 2000”所唤起的。该计划包括了汽车室内装饰设计，以及各种各样的新技术运用。由国家提供资金，多所大学联合参与，对梅赛德斯-奔驰的大型乘用车、奥迪中型车，以

及大众小型车进行设计研究和发展。计划中最值得关注的是关于空气动力学领域的改善。

20世纪70年代爆发中东战争，引发了全球规模的石油危机。为了改善燃油支出，如何通过设计减少燃油费用变得尤为重要，并成为当时最为优先进行的课题。其中，一条突破路径就是大力改善汽车外形的空气动力学性能，如以奥迪100型为代表的无段式架梁型等，以及现在已成为共识的“身形隐形”等处理策略。

与之相同，福特公司和欧宝公司也致力于空气动力学特性的改良。福特的原型概念车“Probe 3”型，以及“4”型都深刻影响了之后许多量产车的设计。后来在欧洲，商品目录书上都特地标注出该车型的气流抵抗系数（CD值）。对于美、日的汽车制造商来说，空气动力学性能的改善，已经成为了他们重要的设计专题。



Mercedes-Benz Forschungs-PKG (1981)



Audi 100, C3 (1982-1991)



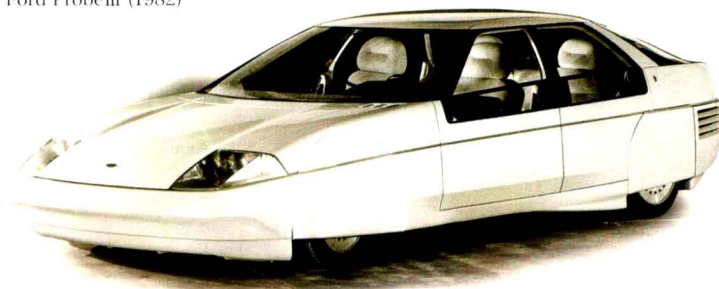
Audi Forschungsauto (1981)



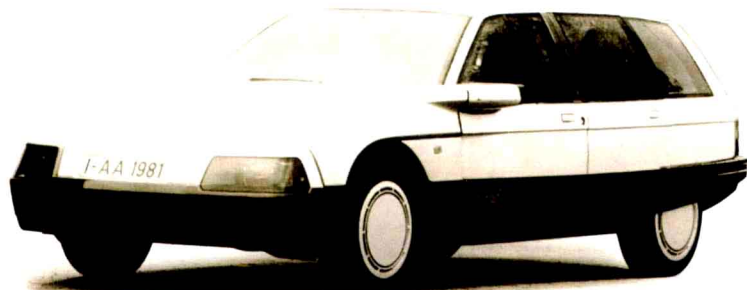
Ford Probe III (1982)



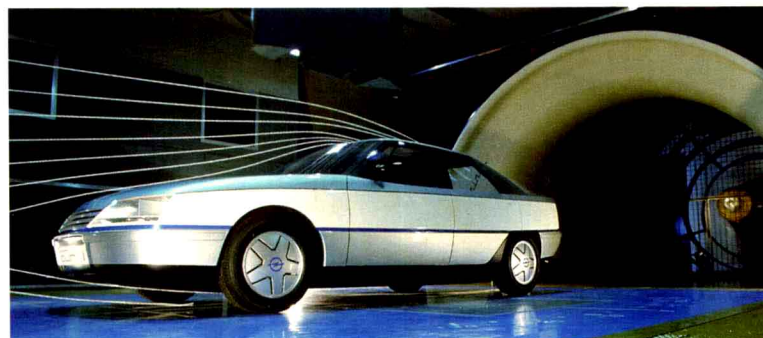
VW Auto 2000 (1981)



Ford Probe IV (1983)



Uni-Car (1981)



Opel Tech1 (1981)

几何学路线

1995年法兰克福车展上推出的奥迪TT新概念车型，在1998年的量产车中得到继承。该车型具有几何学的简练曲线，并构建起具有力度的型面，形成了独特的设计造型语言。这种语言也运用到了汽车的内饰设计上，通过铝制材料的适度使用，强化出了独特的质感语言。虽然这种设计语言之后被许多概念车和量产原型车作为样本，但是，可能是由于其过高的追求度和过强的个性，使得其他公司很难跟上，最终没有成为创新的主流。比如奥迪“A12”的设计语言与之后的车型语言就形成了迥异的对比。

这个时期，奥迪作为引领者，其设计团队是比特·休洛伊负责的，新甲壳虫车型（1998）则是出自于金·梅依斯（现在是奥迪的设计副总裁）的领导，由大众美国加利福尼亚工作室的弗里曼·斯曼原创手绘。

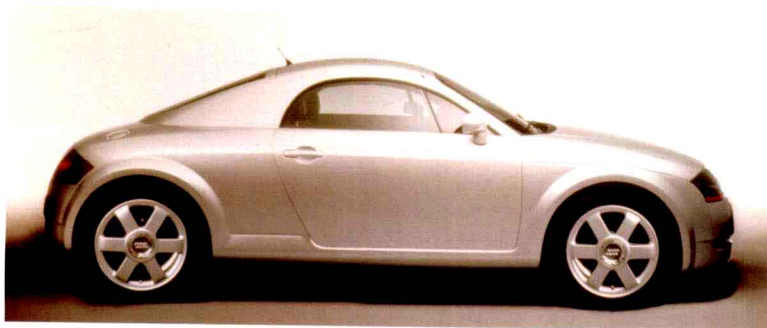
宝马的表面浮雕

1990年到2000年之间产生了一个以宝马为起点的突变。引领者是被布瑞德·皮奇特锐德（Bernd Pischetsrieder, 1984—）会长看好的、来自飞亚特的、刚过36岁的美国设计师启瑞斯多弗·艾德沃德·班戈（Christopher Edward Bangle, 1956—）。在1992年，他在取得了宝马设计工作室的指挥权之后，积极鼓励全体在慕尼黑和加利福尼亚工作室的设计人员，致力建立一种新颖的趋势。打响第一枪的是宝马99系列的“Z9”概念车。接着在2001年，通过发布“黑色旗舰”系列，可以看出他们大胆改变的趋势。对于这样的改变，既有赞同的声音也有反对的声音，网上甚至有“辞掉班戈”的说法。所以，后期还是回到较为稳重的设计。班戈所主张的具有雕刻感的型面处理手法，渐渐还是运行到了量产的产品上，并在竞赛车种的外观设计上诞生出了一种叫“表面浮雕（Surface Relief）”的趋势。

对新趋势的期待

车体表面的雕刻性再处理，既可以表现得粗糙大方，也可以表现得精巧细腻，此种手法运用得好的话，会给人留下深刻印象。但是，如果在市场上总是出现此种相同的处理手法和款式，那么人们就会腻烦。通过宝马公司新的设计领导艾奕·凡·郝依顿主导设计的新型“7系列”就能够感觉到此种现象。大众集团的设计精英瓦尔特·德·西瓦通过“Golf 4”的开发，摆脱了此种风格，修正了设计轨道，进而使不少人迷上了新型保罗（Polo）那充满活力和简洁的外形设计。但是，如何彻底摆脱“表面浮雕（Surface Relief）”这个富有个性的设计风格？是否再回到原来的那种标准的基调上来，还是用车头灯的先端技术创出一种更新颖的外形魅力？这个问题一定不只限于德国汽车的设计师，对所有的设计师们都提出了一种更高的期待。

（藤本彰）



Audi TT Concept (1995 IAA)



VW New Beetle (1998—)



Audi TT, 8N (1998—2006)



BMW Z9 (1999 IAA)



Audi TT, 8N (1998—2006)



BMW 7-Series, E65 (2001—2009)



BMW 7-Series, F01 (2009—)



Audi A12 (1997 IAA)



VW Golf VI, Type 5K (2008—)



VW Polo V, Type 6R (2009—)



Daimler AG



Friedrich Geiger (1907—1996)



300SL Roadster, W198 (1954)

德国汽车界的盟主 戴姆勒

创造梅赛德斯-奔驰样式的人们

提到规范的乘坐轿厢、不锈钢下档和三尖星标志，谁都会想起梅赛德斯-奔驰。开发并养育了这些坚实设计的是赫尔曼·阿伦斯，以及其继承者弗里德里希·盖革和布鲁诺·萨科。之后，继承萨科并构筑起新梅赛德斯风格的则是彼得·普法伊费尔教授。

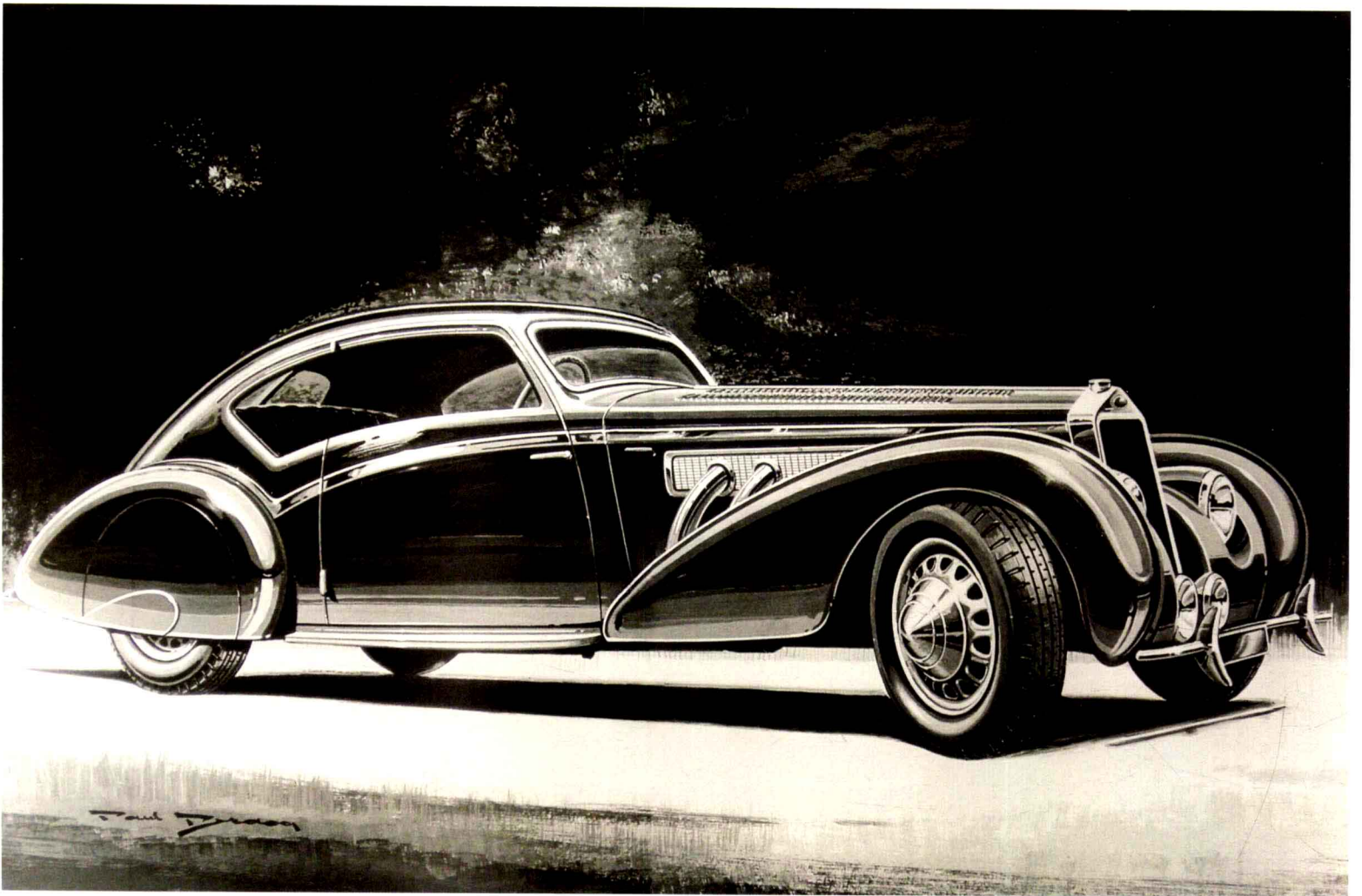
将早期梅赛德斯-奔驰改变成优美外形的是赫尔曼·阿伦斯（参考第17页）。

弗里德里希·盖革入社时是1933年，当时他27岁。与生俱来就对汽车设计热爱的他，当时一

边以实习生的身份实践车身制造，一边修完了大学的设计技术课程，之后进入戴姆勒-奔驰公司。进入公司之后，很快就被配属到特殊车辆设计部，参与了500K、540K跑车的设计。1948年辞职，两年后再入公司，在鲁道夫·尤伦哈德管理下的设计部门担任测试工程师。梅赛德斯-奔驰的代表性产品“300SL（爱称卡伦瓦库1955）”是他们合作的最高杰作。之后，他们很长时间一直担当着这个部门的重要岗位。

1957年，24岁的年轻设计师保罗·帕瑞库来投奔公司。在这之前，他在法国当了一年多自由

业设计师，1954年加入过法国陆军通信部队。由于保罗所在部队的指挥车中多数都是梅赛德斯-奔驰汽车，所以，戴姆勒-奔驰公司的公关部长结合他的经历，将他推荐给了车辆开发部的管理者卡尔·维尔费特。维尔费特看完了他的作品集和履历之后决定录用了他。保罗随后前往斯图加特，并很快成为那里的前景设计开发工作室总监。他为梅赛德斯奠定了纵型前车头时代的1959年款W111/W112等许多量产车。



Fintail, W111/W112 (1959—1971)



Paul Bracq (1933—)

230SL, W113 (1963—1971)



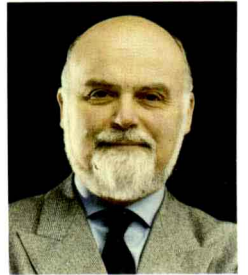
W108/W109 (1965—1972)



W114/W115 (1968—1976)



S-Class, W126 (1979—1991)



Paul Bracq (1933—)

190/190E, W201 (1982—1991)



E-Class, W210 (1995—2002)





SL-Class, R230 (2001—)



CLK-Class, C209/A209 (2002—2008)



SLK-Class, R171 (2004—)



A-Class, W169 (2005—)



S-Class, W221 (2005—)



C-Class, W204 (2007—)

“梅赛德斯-奔驰之所以成为梅赛德斯-奔驰，是因为其设计上坚持了持续性、创新性，以及传统与现代的有机结合的方针”——彼得·菲尔



Peter Pfeiffer (1943—)

帕瑞库进入公司一年之后的1958年，依然还是由维尔费特部长当面试官，面试了时年25岁的意大利人普鲁·萨科并录其为设计助手。萨科毕业于意大利理工大学，之后进入卡罗鲁尔-起亚公司工作。1958年，维尔费特改变了萨科的命运。与帕瑞库共同工作了5年时间的萨科，在1963年之后的5年间转入到了高端安全技术研究所工作，其贡献了伸缩性安全系统和一系列与安全相关的突破性工程。

保罗·帕瑞库于1967年在戴姆勒离职。萨科在第二年调任到一个叫做ESV（安全试验车）的部门

担任工作。1974年，卡伊卡继任设计工作室的负责人。普鲁·萨科总共在戴姆勒工作41年，于1999年在其66岁的时候退休。

他的继任者是彼得·菲尔，他1943年出生在克斯贝特（现在捷克的卡若利·维亚）近郊的塔鲁瓦茨。彼得·菲尔在赛尔普陶瓷产业技术大学毕业后，到福特的设计中心担任设计师。5年后的1968年，他改换门庭到了戴姆勒旗下。1978年，35岁的菲尔开始出任家用和商务用车的设计部门负责人。1999年，担任戴姆勒公司旗下所用产品的设计负

责人，并继普鲁·萨科之后出任副总经理。现在梅赛德斯汽车前部所特有的造型语言，与菲尔在任时的努力有着极大的联系。2003年，他因为对汽车设计做出了突出贡献而获得了联邦德国颁发的十字勋章。2004年，布达佩斯特设计与艺术大学授予其名誉教授称号。2007年其担任德国设计评委会的会长。2008年，在其65岁时隐退。