



轻轻松松读百科

大千世界全通晓

领先一步

学百科

极品汽车



中国
权威专家
推荐

吉林摄影出版社



极品汽车 领先一步学百科



吉林摄影出版社

图书在版编目(CIP)数据

领先一步学百科 / 李杰主编. — 长春: 吉林摄影出版社, 2006.9

ISBN 7-80606-812-0

I. 领... II. 李... III. 科学知识 - 儿童读物
IV. Z228.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 102060 号

策 划: 钟 雷

责任编辑: 王笠君 施 岚

装帧设计: 稻草人工作室



领先一步学百科

主 编: 李 杰 副主编: 王丽萍 杨 丹

吉林摄影出版社出版发行

长春市人民大街 4646 号

邮政编码: 130021

全国新华书店经销

哈尔滨市工大节能印刷厂印装

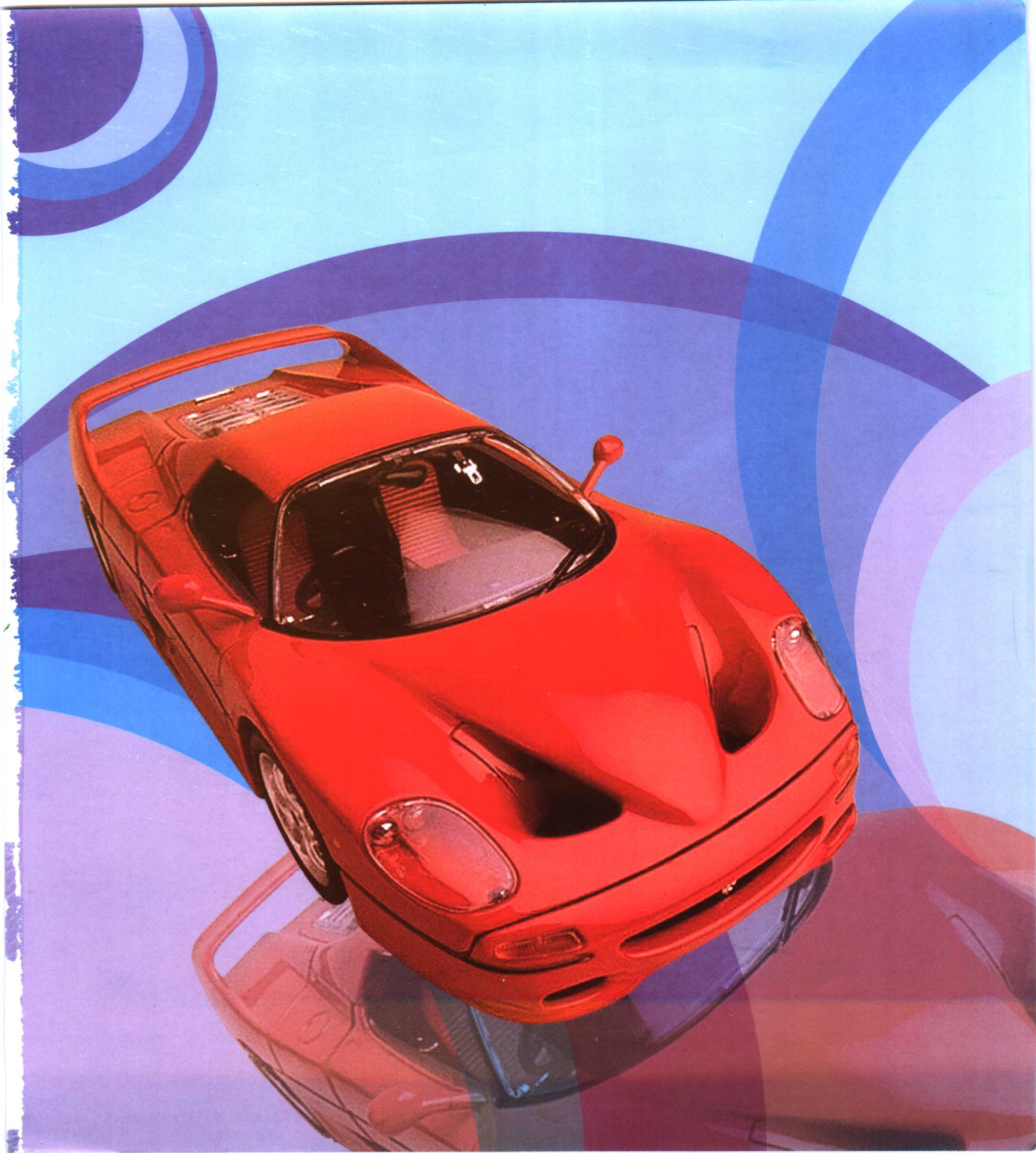
开本 889×1194 毫米 1/24 印张 24 字数 500 千字

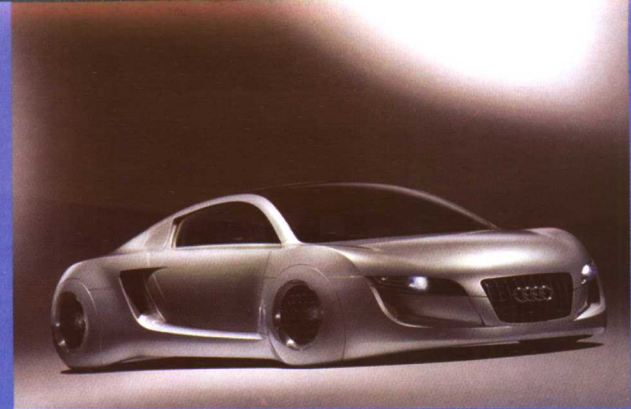
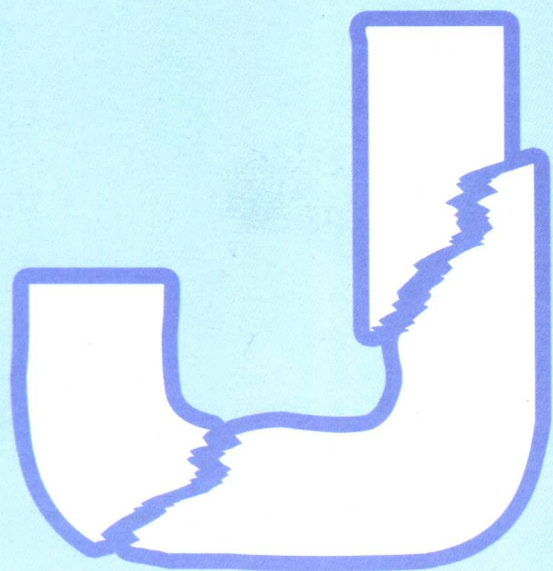
2006 年 9 月第 1 版 2006 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 7-80606-812-0

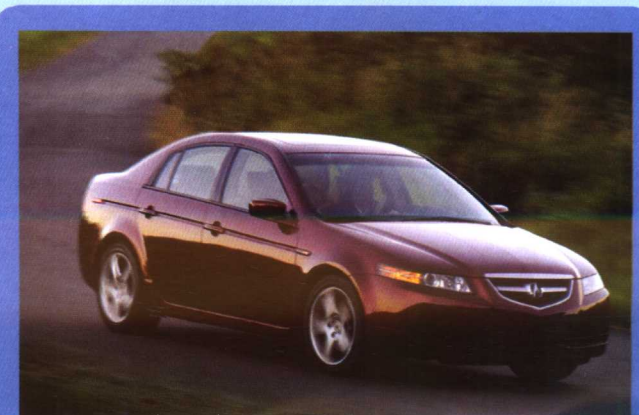
定价: 60.00 元(全 4 册)

版权所有, 侵权必究。





IPINQICHE



前言



三百年前,在英国兴起的工业革命,揭开了现代文明的序幕。而一百多年前,汽车的出现,更把人类的文明史推向了一个新纪元。人类从发明汽车之时就知道,汽车是交通工具,但是随着汽车的发展和逐渐普及,人们对它的认识也在不断地改变着,汽车扩大了人们生活的空间,加快了生活的节奏,改变着人们的生活习惯和日常生活方式,并形成了独特的汽车文化和汽车文明。

汽车所经历的一百多年间,从动力、内部结构到外部造型,都在不断地改进与完善。它的每个改变都伴随着社会科技的发展脚步而产生,其背后凝结了无数人的心血与汗水,也蕴藏着许多动人的故事与传奇。

作为现代工业文明的产物,汽车一直与科技、管理、品质、服务、创新等概念密切相关,一百多年来,在全球范围内形成了许多经典的汽车品牌。例如,丰田、奔驰、宝马、本田、奥迪、劳斯莱斯、大众、日产、凯迪拉克、林肯、现代、保时捷、菲亚特、克莱斯勒等等。这些品牌在广大消费者中享有很高的知名度,在他们的心目中,这些品牌已经不仅仅是一件代步工具,而成为了一种品质的保证,地位的象征。

进入 21 世纪,随着我国人均 GDP 的增长,曾经被视作是奢侈品的汽车,正在快速驶进寻常百姓家。如今,私人已经成为我国主要的购车群体。越来越多的年轻人开始把驾驶作为个人的基本技能。有车族、有本族的增加,必将带动汽车行业的兴旺,也必定会使汽车文化的氛围越来越浓厚,中国的汽车市场正面临一个新的契机。

因此,鉴于广大车迷以及关注汽车发展动态的人们对汽车的热情,我们搜集了世界著名汽车的相关资料,精心组织编写了这本书,介绍各国著名汽车品牌的信息,以便读者朋友对汽车有全新的认识,愿这本书能成为你了解汽车的理想选择。

编委

2006 年 9 月





目录

通用汽车

通用	2
凯迪拉克	4
别克	6
雪佛兰	8
欧宝	10
旁蒂克	12
绅宝	14
斯巴鲁	16
莲花	18
悍马	20
五十铃	22

福特汽车公司

福特	26
林肯	28
沃尔沃	30
阿斯顿·马丁	32
捷豹	34
马自达	36
陆虎	38

戴姆勒—奔驰汽车公司

梅赛德斯—奔驰 ...	42
克莱斯勒	44
迈巴赫	46





道奇 48

吉普 50

三菱 52

大众汽车公司

大众 56

奥迪 58

宾利 60

蓝博基尼 62

斯柯达 64

宝马汽车公司

宝马 68

劳斯莱斯 70

迷你 72

保时捷汽车公司

保时捷 76

菲亚特汽车公司

菲亚特 80

法拉利 82

阿尔法·罗米欧 --- 84

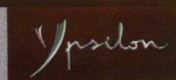
玛莎拉蒂 86

蓝旗亚 88

标致汽车公司

标致 92

雪铁龙 94





雷诺汽车公司

雷诺 98

姆吉·罗孚汽车公司

姆吉 102

罗孚 104

丰田汽车公司

丰田 108

凌志 110

本田汽车公司

本田 114

阿库拉 116

日产汽车公司

日产 120

无限 122

现代汽车公司

现代 126

起亚 128

中国汽车品牌

红旗 132

中华 134



通用汽车公司

通用汽车公司是当今世界上最大的汽车公司，拥有悠久的历史 and 优良的造车工艺。它是由威廉·杜兰特于 1908 年 9 月在别克汽车公司的基础上创建起来的，总部在美国的汽车城底特律。除生产制造汽车外，还涉及航空航天、电子通讯、工业自动化和金融等领域。通用汽车公司下属几个知名的汽车品牌为：雪佛兰、奥兹莫比尔、庞蒂克、别克、凯迪拉克。



通用



通用车标来自通用汽车公司（General Motors Corporation）英文全称的前两个单词的第一个大写字母“GM”。各分公司生产的汽车仍然有权使用各自的车标。

创始人

通用汽车公司的创始人威廉·杜兰特（William Crapo Durant）1861 年出生于美国。年轻时他略有积蓄就进军马车制造业，并一跃而成为全美最成功的马车制造商。1904 年的一天，威廉·杜兰特第一次驾驶别克牌汽车，随即对汽车产生了兴趣，并于 1904 年 11 月 1 日当上别克公司董事长，持有别克公司 65% 的股份。1908 年 9 月 16 日，威廉·杜兰特先后吞并奥兹莫比尔公司、凯迪拉克汽车公司、奥克兰汽车公司（旁迪拉克汽车公司的前身）等 22 家厂家，首创通用汽车公司。1909 年，杜兰特差点就收购了福特汽车公司，但必须支付现金，亨利·福特同意以 800 万美元售出福特汽车公司，由于同凯迪拉克的交易，杜兰特没能筹到足够的资金。后由于经营不善，威廉·杜兰特被迫辞职。1919 年 10 月，在杜邦财团的支持下，通用收购了雪佛兰汽车公司和其它几个汽车公司，新的通用汽车公司东山再起。1920 年由于通用再次步入低谷，杜兰特再次辞职，在默默无闻中终其一生，但他毕竟为美国创造了世界上最大的汽车公司。

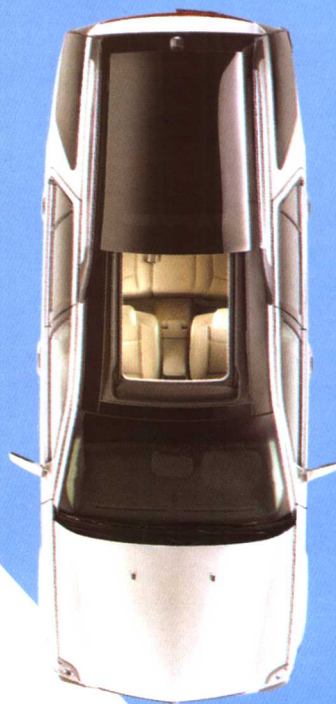
汽车特点

通用汽车公司是美国第一个实行股份制和专家集团管理的特大型企业之一。通用汽车公司制造的汽车,典型地体现了美国汽车豪华、宽大、内部舒适、速度快、储备功率大等特点。而且通用汽车公司尤其重视质量和新技术的使用,因而通用汽车公司的产品始终受到用户的赞誉。



品牌故事

通用汽车公司在美国五百强企业中位居首位的,在世界最大工业企业中也名列第二。它在美国及世界各地雇员超过 80 万人,分布在世界上 40 个国家和地区,通用家族每年的汽车总产量达 900 万辆。通用汽车公司与菲亚特、铃木、五十铃、富士重工汽车公司结成合作伙伴关系。





凯迪拉克

凯迪拉克车标是凯迪拉克家族在源于古代的宗教战争中，采用的"冠"和"盾"型的家族纹章图案。"冠"上的七颗珍珠象征凯迪拉克家族拥有皇家贵族血统。"盾"象征着凯迪拉克勇士们是一支英勇善战、战无不胜、无坚不摧的威武之师。"盾"中的搭配颜色具有深刻的含义，它们分别表示婚姻、土地和丰收。如红色象征勇猛和赤胆；银色象征婚姻、纯洁、博爱和美德；黄色表示财富和丰收；蓝色代表创新和探险；黑色表示土地。此标志象征着凯迪拉克汽车的名贵、豪华、气派和潇洒，象征着凯迪拉克骑士们的冲锋陷阵、攻无不克，比喻着凯迪拉克牌汽车拥有巨大的市场竞争能力。



创始人

凯迪拉克公司创始人亨利·利兰德是英格兰的一名制造商,他十分重视汽车的加工精度、生产质量和零件的互换性,并确认这是汽车迅速发展的关键。在这种思想的指导下,到1906年凯迪拉克在底特律的工厂已经是当时世界上最大、最完善和装备最好的汽车厂。1909年凯迪拉克公司并入通用汽车公司,从此凯迪拉克在设计汽车时,还特别重视汽车的豪华性和舒适性。至今,凯迪拉克汽车仍具有这一传统,以豪华轿车而闻名世界。

北极星系统

1993年,凯迪拉克的北极星系统使汽车发动机技术进入了一个全新的境界。北极星系统凭借强大的功率和极具艺术表现力的先进技术,使凯迪拉克的使用者们充分体会到了驾驶汽车的效率、动力、操控和安全。在整个20世纪,这家富有创新精神的汽车公司自豪地继续着他们的传统,把安全、艺术、科技创新理念通过每一款新型轿车呈现给全世界。



品牌故事

凯迪拉克公司的历史可以追溯到1902年。该汽车公司成立时选用“凯迪拉克”之名只是为了向法国的皇家贵族——探险家安东尼·德·拉·诺特·迪拉克 (Le Sieur Antoine de la Nothe Cadillac) 表示敬意,因为他在1701年开发并创建了底特律城。当时底特律汽车公司重组并更名为凯迪拉克汽车公司,凯迪拉克公司的成立为世界交通运输工业的发展打开了崭新的一页。





别克



别克以状似“三利剑”的图案为其车标，它是别克家族的族徽。图中三把利剑从左到右分别是红、白、蓝三种颜色，并递次排列在不同高度位置上，给人一种开拓进取、勇于攀登的感觉；它代表别克公部采用顶级技术，锐利无比；也表示别克公部培养出的人才个个游刃有余，是战无不胜、勇于登峰的勇士。



别克旗舰

林荫大道(Park Avenue)是别克轿车中的重量级车型，推出于1991年。作为别克公司的新一代旗舰轿车，林荫大道(Park Avenue)本身要求精益求精，连续推出新版本。在美国，这款豪华轿车已经可以与林肯、凯迪拉克相媲美，它已成功步入世界最知名豪华轿车的行列。

别克与中国

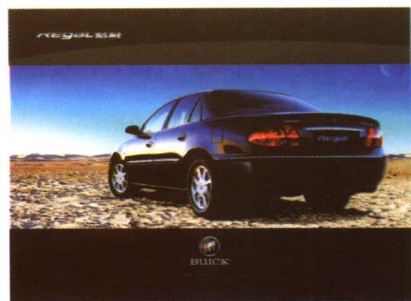
别克轿车与中国有着亲密的关系。早在20世纪二、三十年代，京、沪两地就已出现各类别克车。当时别克的整体造型赏心悦目，座位美观舒适，座椅装饰豪华，动力强劲，底盘牢固，在技

上领先一步。因此成为中国政界要人、名流巨富的首选用车之一。别克的美誉品牌和国际声誉备受赞扬,1929年,通用汽车中国公司在上海成立,首家别克代售点同时在沪开业。据说,周恩来当年在上海工作期间,乘坐的是1941年产的别克轿车;1946年5月,中共代表团从重庆迁至南京,国共南京谈判期间周恩来乘坐的也是别克。1997年,上海通用汽车公司成立,拥有年产10万辆别克中型轿车的能力。随着别克上海工厂的建立,别克品牌的国际新形象也揭开了新的篇章。



品牌故事

别克汽车的开创人大卫·别克(David Dunbar Buick)在1899年前就着手研制汽油发动机,并于1900年开发出第二辆汽车,但直到1903年别克汽车公司才正式挂牌营业。该公司以技术先进闻名,曾首创顶置气门、转向信号灯、染色玻璃、自动变速器等先进技术。1903年前,别克在全美众多家汽车厂中大概是最不起眼的一家。大卫·别克虽然是一位很有成绩的发明家,但由于缺乏经营头脑,工厂负债累累,技术人员也辞职而去。正当工厂要倒闭之际,1903年9月11日,福林特(Flint)市货车厂经理杰姆斯将别克买下,并将别克从底特律迁往福林特。1904年夏,第一辆别克汽车在这里诞生,但到10月底,仅生产出37辆别克汽车,公司又陷入困境之中。1904年11月1日,别克又卖给另一位汽车制造商——威廉姆·杜兰特(William C. Durant),杜兰特看到别克汽车时,他注意到,别克汽车比其它汽车在越野或穿过泥泞路段时拥有明显的优势,别克汽车才是真正的实用汽车。杜兰特的决定注定了别克汽车的成功。在筹集资金、销售产品等方面,当时没有人能够与杜兰特相比。1908年,凭着8000多辆的生产总量,别克成为美国汽车业的一匹黑马。在别克成功的基础上,杜兰特于当年创立了一个集团公司,这就是当今世界最大的汽车工业公司——通用汽车公司。





雪佛兰

雪佛兰商标是抽象化了的蝴蝶结，名字(Chevrolet)是瑞士的赛车手和工程师路易斯·雪佛兰的名字。雪佛兰的经典设计思路已经传承了近百年，是通用汽车全球销量最大的品牌——自1912年生产第一辆汽车以来至今，雪佛兰的销量总量已超过1亿辆。作为通用汽车旗下最为国际化和大众化的品牌，雪佛兰拥有强大的技术开发和市场资源。雪佛兰的品牌定位是一个大众化的、值得信赖的国际汽车品牌。雪佛兰的品牌个性是：1、值得信赖 2、聪明务实 3、亲和友善 4、充满活力。

经典车型

雪佛兰汽车是美国汽车界中极为重要的一个车系。雪佛兰汽车家族中最著名的汽车之一是1953年制造的康凡 C-3 (Cunningham C-3)。康凡 C-3 出自著名设计大师米凯洛蒂 (Michelotti) 之手。初看此车，普普通通，甚至有点可笑，但每当黄昏降临、夕阳西下，就在众多汽车风彩不在的时候，映满晚霞的康凡 C-3，犹如一幅绝妙的艺术画驰骋在大道上，特别是前面的弧面罩栅更是光彩夺目，令人赞不绝口。这就不难理解为什么该车被美国纽约现代艺术博物馆认为是世界上最好的十辆车之一，从而作为珍品收藏了起来。

