

XIAOXIAOCHEBOSHI

小小车博士



酷车炫炫炫 精彩无极限

日本

韩国



JAPAN

KOREA

名车



林平◎编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS





XIAOXIAOCHEBOSHI

小小车博士

日本 韩国 名车

JAPAN KOREA

● 林平 编著 ●



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



XIAOXIAOCHEBOSHI

小小车博士

日本 韩国

JAPAN

KOREA

名车



图书在版编目 (CIP) 数据

小小车博士. 日本、韩国名车 / 林平编著. — 北京:
机械工业出版社, 2012. 6

ISBN 978-7-111-38557-8

I. ①小… II. ①林… III. ①汽车—少儿读物 IV.
①U469-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第109578号



策划编辑: 郎 峰 林运鑫

责任编辑: 郎 峰 林运鑫 侯宪国

封面设计: 揽胜视觉设计公司

责任印制: 杨 曦

出版发行: 机械工业出版社

地 址: 北京市百万庄大街22号

邮 编: 100037

印刷装订: 保定市巾画美凯印刷有限公司

开 本: 210mm×285mm 1/16

印 张: 4.25

版 次: 2012年6月第1版

标准书号: ISBN 978-7-111-38557-8

字 数: 120千字

印 数: 0001—6000册

印 次: 2012年6月河北第1次印刷

定 价: 25.00 元



凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心: (010) 88361066

门 户 网: <http://www.cmpbook.com>

销 售 一 部: (010) 68326294

教 材 网: <http://www.cmpedu.com>

销 售 二 部: (010) 88379649

读者购书热线: (010) 88379203

封面无防伪标均为盗版



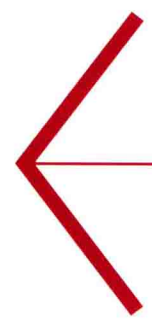


目 录

CONTENTS

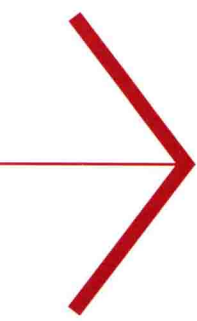
日本

 TOYOTA 丰田 (Toyota)	5	 MITSUBISHI 三菱 (Mitsubishi)	29
 LEXUS 雷克萨斯 (Lexus)	11	 SUBARU 斯巴鲁 (Subaru)	33
 赛恩 (Scion)	14	 MAZDA 马自达 (Mazda)	36
 NISSAN 日产 (Nissan)	16	 SUZUKI 铃木 (Suzuki)	40
 INFINITI 英菲尼迪 (Infiniti)	20	 DAIHATSU 大发 (Daihatsu)	43
 HONDA 本田 (Honda)	23	 ISUZU 五十铃 (Isuzu)	45
 ACURA 讴歌 (Acura)	26	 HINO 日野 (Hino)	47



韩国

 HYUNDAI 现代 (Hyundai)	50	 SSANGYONG 双龙 (SsangYong)	59
 KIA 起亚 (Kia)	54	 三星 (Samsung)	65
 DAEWOO 大宇 (Daewoo)	56		





XIAOXIAOCHEBOSHI

小小车博士

日本 韩国 名车

JAPAN KOREA

● 林平 编著 ●



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



XIAOXIAOCHEBOSHI

小小车博士

日本 韩国

JAPAN

KOREA

名车



图书在版编目 (CIP) 数据

小小车博士. 日本、韩国名车 / 林平编著. — 北京:
机械工业出版社, 2012.6

ISBN 978-7-111-38557-8

I. ①小… II. ①林… III. ①汽车—少儿读物 IV.
①U469-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第109578号



策划编辑: 郎 峰 林运鑫

责任编辑: 郎 峰 林运鑫 侯宪国

封面设计: 揽胜视觉设计公司

责任印制: 杨 曦

出版发行: 机械工业出版社

地 址: 北京市百万庄大街22号

邮 编: 100037

印刷装订: 保定市中国画美凯印刷有限公司

开 本: 210mm×285mm 1/16

印 张: 4.25

版 次: 2012年6月第1版

标准书号: ISBN 978-7-111-38557-8

字 数: 120千字

印 数: 0001—6000册

印 次: 2012年6月河北第1次印刷

定 价: 25.00 元



凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心: (010) 88361066

门 户 网: <http://www.cmpbook.com>

销 售 一 部: (010) 68326294

销 售 二 部: (010) 88379649

教 材 网: <http://www.cmpedu.com>

读者购书热线: (010) 88379203

封面无防伪标均为盗版



日本 JAPAN

1904年，自行车经销商吉田真太郎（Yoshida，1877—1931）创办了东京汽车制作所，从美国买回双缸汽油机，于1905年2月5日制造出日本的第一辆汽油机汽车——太古里1号。从此，现代意义上的汽车在日本诞生。

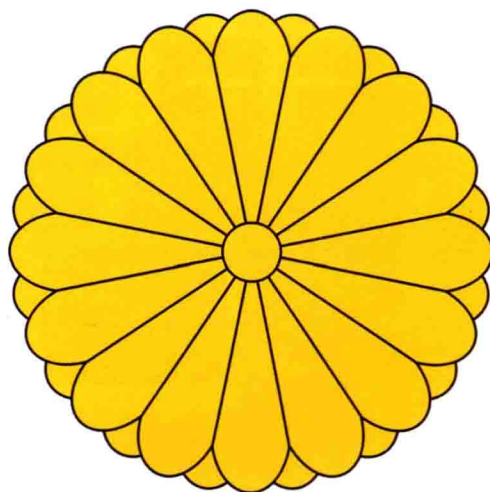
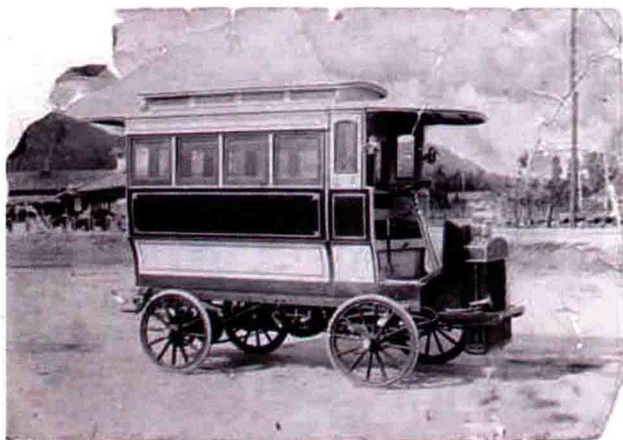
1917年，三菱造船厂（Mitsubishi Shipbuilding Company Ltd.）生产出日本第一辆轿车三菱A，这也是全日本首辆量产型汽车。

第二次世界大战结束时，日本汽车年产量仅6 000辆。20世纪60年代后，日本从国外引进技术，很快掌握了先进的生产和管理技术，使汽车生产的质量、产量等都得到了提高，日本汽车以其“物美价廉”的优势源源不断地进入了世界市场。1967年，超过德国而成为第二大汽车生产国。1980年，日本的汽车产量达到了1 104万辆，超过了多年占据冠军宝座的美国。直到1993年，美国再超过日本的汽车产量，日本才屈居第二的位置。

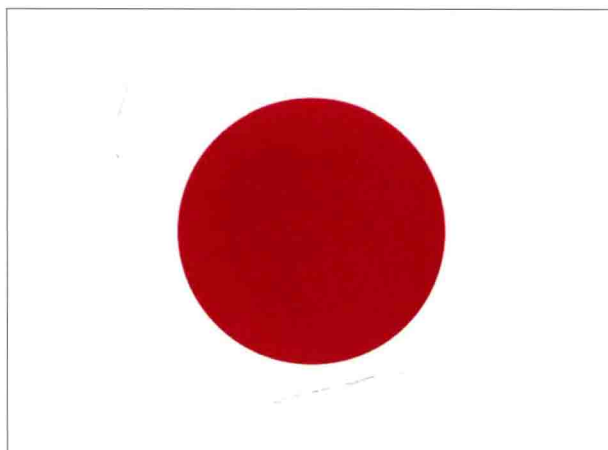
2011年，日本的汽车生产量为8 398 654辆，居世界第三位，同比下降13.5%。

汽车工业是日本的三大支柱产业之一。

吉田真太郎生产的日本第一辆汽油机汽车太古里1号
(1905年)



日本国徽（非正式）



日本国旗

日本汽车工业的特点：汽车创新、设计、生产技术水平高；以小型汽车生产为主，豪华汽车生产能力不断增强；产能旺盛，国内汽车市场接近饱和，出口优势明显，依赖海外市场。

日本汽车的特点：兼收并蓄，追求完美，人性化设计，用料精打细算，轻巧省油，简洁实用，善变。

丰田

Toyota

物美价不高



丰田 (Toyota) 品牌由丰田喜一郎 (Kiichiro Toyoda, 1894-1952) 创立。

丰田喜一郎热衷于汽车的研究, 先后购买了美国雪佛兰汽车和德国DKW汽车, 把它拆卸分解, 又以它为模型, 模仿制造。1935年8月, 他们花了两年时间完成了一辆试验车G1。

品牌发展

1936年6月, 丰田自行设计生产了第一款轿车AA型。1937年, AB型车上市。

1937年8月, 丰田喜一郎成立了丰田汽车工业株式会社。

1938年11月3日, 丰田汽车总厂举行了隆重的开工典礼。于是, 后来公司把这一天作为正式创立的纪念日。

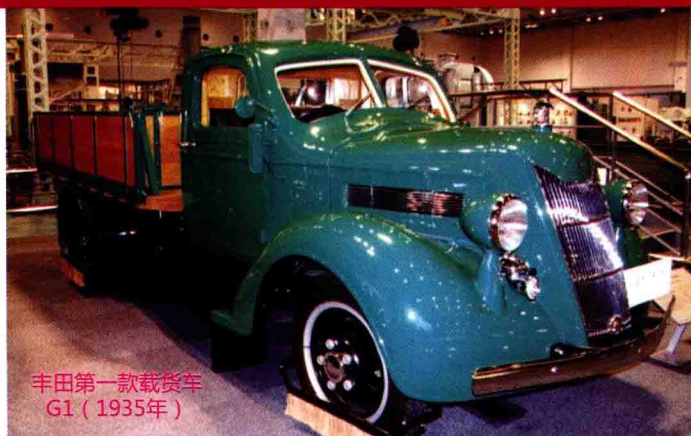
1982年2月1日, 丰田汽车工业株式会社与分开32年之久的丰田汽车销售公司合并, 正式改名为丰田汽车工业公司 (Toyota Motor Corporation)。

丰田公司生产的汽车品牌主要有丰田 (Toyota)、雷克萨斯 (Lexus, 过去译为凌志) 和赛恩 (Scion)。

2011年, 丰田公司 (包括大发汽车和日产汽车子公司) 的全球汽车销量为795万辆 (日本国内销量200万辆), 在中国的销量为88.3万辆。



丰田创始人丰田喜一郎



丰田第一款载货车
G1 (1935年)



丰田第一款轿车AA (1936年)





JAPAN



第一代皇冠 (Crown RS) 的畅销带动丰田公司迅速发展 (1955年)



“创造中国轿车全球新标准”理念开发的凯美瑞 (Camry)，得到消费者喜爱和欢迎 (2012年)

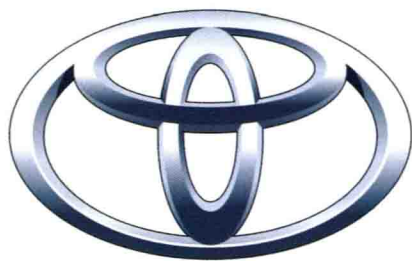
丰田概念车娱乐7，像一个装上车轮的智能手机，自动驾驶成为了设计的主流方向 (2011年)



丰田（Toyota）车标由3个椭圆环形组合构成。每个椭圆都是以两点为圆心绘制成的曲线组合，它象征用户的心与汽车厂家的心是连在一起的，具有相互信赖感。

一个纵向椭圆和两个横向椭圆交错，构成一个T字，即原标志中Toyota的第一个字母，代表着丰田汽车公司。外边的一个椭圆表示地球。中间的T字最大限度地占据了椭圆的空间，充分反映出丰田汽车公司要把自己的技术、产品推向全世界的强烈愿望，突出体现了丰田汽车公司“为生产人们所喜爱的汽车而努力奋斗”的宗旨。椭圆形与T字精密的配合，它象征着丰田汽车公司立足未来，对未来的信心和雄心，象征着丰田汽车公司立于顾客，对顾客的保证，它意味着丰田汽车能使顾客称心满足，意味着丰田技术之高和无穷革新的可能性。

三个外形近似的椭圆巧妙组合在一起，使图案具有空间感，让人感觉到温雅、柔和、亲切，代表了丰田汽车的质量圆满、经营圆满、服务圆满。



TOYOTA

丰田车标

经典车型

丰田·花冠：世界销量最大的汽车

20世纪60年代初期，丰田公司在经过周密的调查和分析之后发现，美国大众的以汽车作为地位或身份象征的传统思想正在改变，人们的态度变得更加实际，汽车更多地被看作交通工具。美国人喜欢有伸脚空间、易于驾驶、节能、耐用、易维修、自养费用低、物美价廉的家庭汽车。

于是，根据美国大众对汽车的诉求变化，1966年10月丰田汽车公司成功地推出了家庭轿车花冠（Corolla）。此时丰田的宣传口号是“我的丰田很神奇”。

花冠没有什么神奇，但它给购车人的感觉却是物有所值，车身美观充满动感，凝聚了小型轿车的较高性能，售价又相当便宜，花冠上市伊始便大受欢迎。

花冠正式进入美国市场后，随即在美国刮起了一股旋风，销量直线上升。花冠正是满足美国人心理需求的一款车型，这成为其在美国市场成功的基石。此后，花冠的产量不断攀升，在家用汽车市场中一枝独秀。1969年，花冠首次在同行业竞争中摘取日本年销售量之冠，此后的33年神奇地蝉联冠军。



第一代丰田花冠Corolla
(1966年)

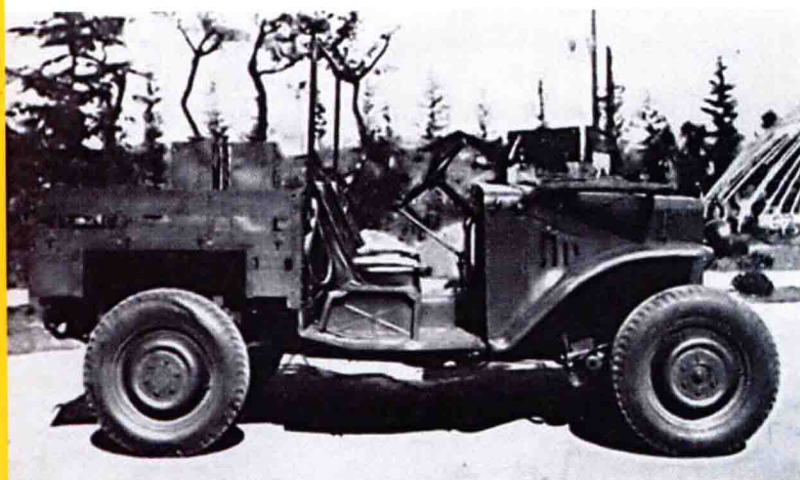


最新款丰田花冠 (Corolla)
(2011年)



花冠从1966年问世以来，几十年纵横四海，无人能敌。2007年5月，第10代Corolla 轿车将中文名从“花冠”改为“卡罗拉”，到现在已经生产到第11代，累计生产了约3600万辆，超越大众甲壳虫和高尔夫，创造了世界单一品牌汽车销量最大的世界纪录。花冠展示了日本汽车的销售神话！

JAPAN Toyota



丰田陆地巡洋舰的雏形AK10 (1951年)

丰田·陆地巡洋舰：陆上王者之梦

“车到山前必有路，有路必有丰田车”。这是丰田汽车在1982年打出的一条广告语，这条脍炙人口的广告语更被誉为汽车广告语中的绝唱。其实，这不仅是丰田汽车为打开中国市场所提出的一个宣传口号，更是丰田汽车所追求的梦想——让丰田汽车遍布全球。在丰田汽车的各款车型中，陆地巡洋舰 (Land Cruiser) 无疑是最接近这个梦想的。

陆地巡洋舰的诞生可以追溯到1951年1月，当时丰田公司将仿制的美国班特公司 (Bantam) 的一款小型四轮驱动越野车样车命名为AK10，后又改名为BJ，并最终于1954年6月正式定名为Land Cruiser (陆地巡洋舰，现在的中文名称是兰德酷路泽)。



20系列才开始称为丰田陆地巡洋舰 (Land Cruiser) (1955-1959)

丰田陆地巡洋舰
第一代车型BJ
(1951-1955)



1960年，在陆地巡洋舰车系中备受好评的40系列诞生了。直到1984年，在长达20多年的时间中，40系列一直是备受喜爱的车型，而其“足迹”开始延伸至全球。

1967年，陆地巡洋舰家族中诞生了一款“长轴距车型”——55系列。这一车型经过了全面改造，与上一代车型已没有多少相似之处，底盘除了车轴，全部经过重新设计，并凭借出色的越野性能，以及兼顾实用载货功能成为了当时第一辆真正的旅行车，专供出口美国和澳大利亚，并赢得了“驼鹿（Moose）”的爱称。



丰田陆地巡洋舰40系列是创出名气的功臣车型，同时也是生产期最长的一款车型（1960-1984）



丰田陆地巡洋舰80系列率先进入了中国高端SUV市场（1989年）

1980年，作为55系列换代产品的60系列诞生。后来，随着市场扩张，人们对豪华物品的需求不断增加，陆地巡洋舰也将重心转到了豪华方面的改进，60系列逐渐发展成了80系列。

1989年推出的80系列是与高档轿车相比都毫不逊色的豪华越野汽车，在当时是处于旗舰位置的车种，但是豪华并没有软化陆地巡洋舰的跋涉能力，这仍然是一款性能优越的越野车。陆地巡洋舰率先走入中国高端SUV市场的也正是80系列。



陆地巡洋舰100系列更像是一辆轿车（1998年）

1996年，90系列“霸道”（Prado，“大路”的意思，现改名为“普拉多”）开始走上征程，并一跃成为畅销车。

1998年，首次亮相的100系列取代了80系列的主导地位。100系列的设计与旧款的重型越野车相比，感觉更像是一辆轿车。其驾乘的舒适性和转向的稳定性，加上豪华的内饰，可与世界高级轿车比肩。但是，无论怎样营造豪华的气氛，陆地巡洋舰始终不会远离它作为一辆越野车的根本。随着中国一汽集团与丰田的携手，集丰富经验和卓越技术于一身的100系列已经于2003年末实现了“中国生产”。



JAPAN

陆地巡洋舰120系列（新Prado）初次亮相于2002年的巴黎车展，它在继承了家族优秀的越野性能的基础上着重突出了公路性能，更加适合城市用途。

2008款的第八代陆地巡洋舰也被称之为200系列，无论是越野性能，还是豪华SUV所追求的运动性及舒适性，都达到了至高的水准。它是一款豪华的SUV，在公路上的表现比以往更为优秀，更加舒适，装备水平更高，而且还有不错的拖曳能力。优雅洒脱的全新外观设计，与高级轿车媲美的车内装置和静音设计，更体现了时尚和前卫的风格，使城市道路行驶和越野功能完美结合。



丰田陆地巡洋舰200系列达到了至高的水准，中国售价约80万元（2010年）

JAPAN
Toyota



丰田汽车的耐用、高质量和可靠都是源自丰田陆地巡洋舰。“我行我路”，陆地巡洋舰作为丰田四轮驱动车的旗舰之作，将继续驰骋在世界各地，延续着“巡陆”历程。

丰田陆地巡洋舰 60周年纪念版，外形更加强悍，中国售价约150万元人民币（2013年款）



雷克萨斯

Lexus

豪华，舒适，可靠，便宜



1983年，丰田成立了专门在国外销售豪华车的一个分部——雷克萨斯（Lexus），负责把丰田生产的豪华车挂上雷克萨斯的品牌销售出去并提供售后服务。

第一辆雷克萨斯是1989年在底特律车展推出的。

品牌发展



第一代雷克萨斯LS400（1989年）

2004年6月8日，丰田公司宣布“凌志”中文名改为“雷克萨斯”，也就是用Lexus的音译名字。

雷克萨斯系列中最有名的当数轿车LS、跑车GS、敞篷跑车IS、商务轿车ES。

2011年，雷克萨斯在全球销售约40.4万辆。其中，在日本国内销售46 325辆，在中国销售约5.6万辆。

品牌标志

雷克萨斯（Lexus）车标是在椭圆内有一个字母L。椭圆代表着地球，表示雷克萨斯轿车遍布全世界；字母L出自车名Lexus。Lexus的读音与英文Luxury（豪华）相近，使人很容易联想到该车是豪华轿车。



雷克萨斯车标



雷克萨斯LS600hL是全球第一辆配置了V8混合动力发动机的豪华轿车，售价约200万元人民币（2008年）



雷克萨斯GS460是一款静享豪华、动享激情的豪华跑车，售价约100万元人民币（2010年）



让想象爆炸的2054年款雷克萨斯概念车，出现在《关键报告》（Minority Report）电影里，外观造型有很强的肌肉线条感，几乎和车长相等的轴距使车子更具动感，轮子就像是镶嵌在车身四周一样，很难分辨哪个是车头哪个是车尾（2005年）



雷克萨斯LS 400是低调的豪华轿车, 拥有良好的车内宁静度、处于领先水平的车内舒适性及国际级的奢华配置 (1989年)

丰田·雷克萨斯LS: 追求完美的新贵

1989年1月底特律北美国际汽车展中, 雷克萨斯 (Lexus) LS 400首次亮相。同年9月, 雷克萨斯正式在美国的73个代理商网络开始销售。

雷克萨斯在推出的时候, 一改以往传统威严的豪华轿车形象, 既能与欧洲车的高品质匹敌, 又集合了日本车的高信赖性, 合理水平的价格设定使车主感到经济

实惠, 并提供高等级的待客规格及良好的售后服务; 同时, 雷克萨斯亦顾及车主的喜好以及他们的价值观。

自1991年起, 雷克萨斯在美国的销量超过奔驰、宝马, 成为全美豪华车销量最大的品牌。到1999年11月, 雷克萨斯在美国销售突破100万辆大关。

雷克萨斯LS是豪华轿车系列, 定位与奔驰S级、宝马7系、奥迪A8等车型相同。雷克萨斯LS不仅有优秀的欧洲豪华轿车的外观和驾驶感, 在各方面都直逼德国厂商的旗舰产品, 豪华程度令人惊叹, 是日本人挑战巅峰的武器, 而且有着极度吸引人的价格优势。雷克萨斯LS的出现改变了豪华轿车市场的观念: 较低的价格同样能够买到高性能的豪华轿车。



雷克萨斯顶级产品LS 460具有人性化设计、科技含量更高, 在中国内地的售价约为150万元人民币 (2010年)



雷克萨斯LS 400第一代和20周年纪念版LS 600H (2010年)

到2006年, LS系列连续12年被全球市场资讯公司J.D. Power & Associates美国新车质量调查 (IQS) 评为顶级豪华轿车类新车质量榜首。在北美市场豪华汽车品牌的销量排行榜中, 雷克萨斯自1999年以来连续11年排名第一。

雷克萨斯的最大优点在于它依然拥有属于日系车的精致细腻的特点, 其外型强调一种“雅”的意境, 从视觉上给人们带来最强烈的冲击。雷克萨斯的外观设计有一些非常稳定的特点, 就是它非常简洁的结构, 这种结构语言表现了它的简洁、力度和动力。

