

下册

World Famous Cars Collection

汽车总动员

第2版

全球名车概览

林平 主编

- ◎ 老爷车 豪华车 概念车
- ◎ 欧洲车 美洲车 亚洲车
- ◎ 精选千余幅精彩图片
- ◎ 遨游奇妙的汽车世界



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



车迷图文经
典珍藏必备
全彩印刷

下册

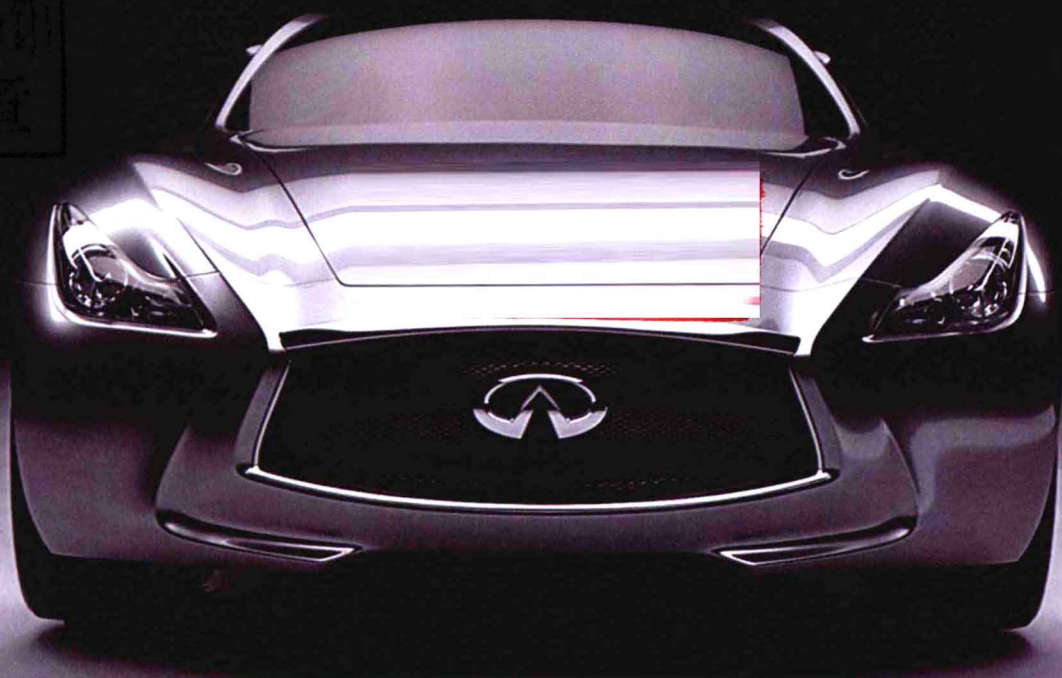
World Famous Cars Collection

汽车总动员

第2版

全球名车概览

林平◎主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书按汽车品牌的发源国家，分别介绍了主要著名汽车品牌的创立过程以及名车和车标背后的故事；上册主要介绍欧洲品牌，下册主要介绍美洲和亚洲品牌。内容力求新颖、准确、全面，图文并茂；对每个汽车品牌用一句话进行定位，并介绍了每个品牌的主要特点；全书有1700多幅珍贵的精美图片，突出介绍了新、特、奇和具有历史意义的车型。相信本书会受到读者朋友的喜欢，带您进入多彩的汽车世界。

谨以此书献给广大的汽车爱好者！

图书在版编目（CIP）数据

汽车总动员：全球名车概览．下 / 林平主编．— 2版．— 北京：机械工业出版社，2012.4

ISBN 978-7-111-37748-1

I. ①汽… II. ①林… III. ①汽车—介绍—世界 IV. ①U469

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第046574号

机械工业出版社（北京市百万庄大街22号 邮政编码100037）

策划编辑：管晓伟 版式设计：王伟光

封面设计：王伟光 责任印制：杨 曦

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2012年4月第2版第1次印刷

169mm×239mm·20.25印张·1插页·500千字

0001—4000册

标准书号：ISBN 978-7-111-37748-1

定价：99.80元（下册）

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

社服务中心：(010) 88361066

销售一部：(010) 68326294

销售二部：(010) 88379649

读者购书热线：(010) 88379203

门户网：<http://www.cmpbook.com>

教材网：<http://www.cmpedu.com>

封面无防伪标均为盗版

2版前言

本书自2008年出版以来，承蒙大家的支持和厚爱，重印数次，还被一些著名网络书店列入了年度畅销书前5名。令人感动的是，一些读者自己看过之后，又买了若干本送给自己的同学、同事、朋友，甚至是中小学生。感谢广大读者朋友！

当今汽车世界，破产、消失、兼并、创新，风起云涌，神马不是浮云。2010年，全球汽车产量达到7760.9万辆。其中，乘用车产量为5826.4万辆，占全球汽车产量的比例为75%；轻型商用车的产量为1472.9万辆，占总产量的19%；重型汽车的产量为422.4万辆，占总产量的5.5%；公交以及旅游客车的产量为39.1万辆，占总产量的0.5%。2010年，中国汽车产销双双超过1800万辆，继续位居世界第一。

由于汽车公司及品牌的迅速发展及改变，特别是中国汽车工业得到了迅猛发展，原书已不能满足广大读者朋友的需要。为此，我们重新改编修订了本书。

在这次改编中，主要作了如下修改：更新了汽车数据，力争新和准；加强了各国汽车工业概况的介绍；增加了新车型图片及有历史意义的图片，减少了概念车图片；增加了部分国外汽车品牌的内容，增加了中国汽车自主品牌等内容。

没有最好，只有更好。为了对得起购买本书的读者，不负于喜欢本书的读者，我力求将书编写得更加完美，以使书中内容满足一般汽车爱好者了解世界汽车概况的需求。欢迎大家与其他同类书进行比较。

感谢机械工业出版社汽车分社社长杨民强先生、策划编辑管晓伟、版式设计王伟光等人的支持和帮助，他们为本书的出版付出了辛勤的劳动。

参加本书编写的还有牟建霖、林立成、林龙、赵玉梅、林军、何芝玉、李诤、吴强等人。

不当之处，欢迎大家提出宝贵意见。

再次感谢每一位读者朋友。

联系作者：Lpingauto@163.com



目录



第2版前言

· 导言

1

美国汽车

2

通用 (GM) : 美国汽车妈妈

4

别克 (BUICK) : 大功率, 个性化, 实用性, 成熟

7

凯迪拉克 (CADILLAC) : 高贵, 豪华, 气派, 潇洒

14

奥兹莫比尔 (OLDSMOBILE) : 具有浓厚美国特色

22

庞蒂克 (PONTIAC) : 引领潮流的运动型轿车

26

雪佛兰 (CHEVROLET) : 普及化的好车

30

土星 (SATURN) : 年轻人喜爱的对象

40

吉喔 (GEO) : 消失在“雪”中

42

吉姆西 (GMC) : 品种多样

44

悍马 (HUMMER) : 满足了一切需要

48

福特 (FORD) : 正宗的, 进步的, 漂亮的

52

林肯 (LINCOLN) : 美国式的豪华

58

水星 (MERCURY) : 创新的, 外向的, 独立的

66

克莱斯勒 (CHRYSLER) : 表现力, 竞技感, 巡游型

70

道奇 (DODGE) : 勇敢, 强大, 运动型

78

吉普 (JEEP) : 与众不同, 具有统治感

86

日本汽车

96

丰田 (TOYOTA) : 物美价不高

98

雷克萨斯 (LEXUS) : 豪华, 舒适, 可靠, 便宜

108

赛恩 (SCION) : 时尚, 多功能, 惊奇

112

日产 (NISSAN) : 人机工程, 个人风格

118

英菲尼迪 (INFINITI) : 优雅, 惊艳, 隽雅, 激情, 动感

128

本田 (HONDA) : 动感豪华流畅, 人车环境协调

134

讴歌 (ACURA) : 豪华的, 时尚的

142

三菱 (MITSUBISHI) : 舒适, 实用, 可靠

148

斯巴鲁 (SUBARU) : 富有朝气的, 动感的

154

马自达 (MAZDA) : 时尚的, 生机勃勃的, 不随波逐流的

160

铃木 (SUZUKI) : 日本微型汽车先驱

168

CONTENTS

大发 (DAIHATSU) : 时尚现代, 小巧玲珑	172
五十铃 (ISUZU) : 可靠, 耐用, 经济	176
日野 (HINO) : 不断创造新的价值	180

韩国汽车 182

现代 (HYUNDAI) : 实用的, 经济的, 创新的	184
大宇 (DAEWOO) : 活泼的, 富于挑战性的	190
起亚 (KIA) : 向用户提供价值	194
双龙 (SSANGYONG) : 气派的, 开放的	198

中国汽车 202

解放 (一汽) : 中国“第一车”	205
红旗: 权力与威望的象征, 民族情感的图腾	208
夏利: 华夏得利	212
跃进: 更快, 更高, 更强, 更新	214
金杯: 全球资源打造民族品牌	216
中华: 自强, 自主, 自立, 自省	217
东风: 学习, 创新, 超越	220
风神: 造型奔放, 空间宽敞	222
长安: 稳重, 遒劲, 优美	226
昌河: 开进寻常百姓家	229
哈飞: 星星相映, 心心相印	230
陆风: 天下路任我行	232
江铃: 更进取, 更环保	234
北汽: 空前绝后的传奇	236
福田: 创新, 永不止步	238
荣威: 演绎英伦品质	240
五菱: 为客户创造价值	243
长城: 每天进步一点点	244
比亚迪: 多动力国民用车	246
奇瑞 (开瑞、奇瑞、瑞麒、威麟) : 外形是好的, 价格是低的	248
吉利 (全球鹰、英伦、帝豪) : 经济的, 实惠的	252

CONTENTS 目录

华普：运动的，时尚的	256
吉奥：行者无疆	257
众泰：融聚，时尚，新锐	258
江南：价格低廉的微型轿车	260
东南：稳固的，实用的	261
中兴：经济，环保，实用	262
双环：华而不贵	264
长丰：像猎豹一样	266
传祺：传承世界品质，祺福品质生活	267
力帆：动力强，配置全	269
华泰：发展汽车新技术	270
海马：飞马展翅	272
福仕达（海马郑州）：外观时尚的微型车	274
江淮：整合全球资源的汽车	276
青年：车名“著名”	278
宇通：为用户创造更大价值	280
金龙（金旅、海格）：人，地球，大海	281
安凯：安全，科技，经典	284
黄海：华美的，时尚的，锐利的	285
重汽：中国重型汽车工业的摇篮	286
陕汽：惟一重型军用越野车生产基地	288
星马：工程专用汽车的龙头	289

其他著名汽车

290

斯柯达（SKODA）：睿智，感悟，恒久，魅力	290
太脱拉（TATRA）：尊重传统，特点突出	296
霍顿（HOLDEN）：称霸澳洲车坛	298
西亚特（SEAT）：动力性，安全性，具有斗牛士的风格	302
斯太尔（STEYR）：重型汽车驰名世界	306
世爵（SPYKER）：豪华的，可靠的，独一无二的	308
宝腾（PROTON）：威武的马来虎	312
塔塔（TATA）：印度汽车王子	316



导言



美国汽车的特点

宽敞舒适，设备齐全，不拘小节，注重安全，豪华气派，车身线条舒展流畅，油耗较大，强劲有力，自由与霸气的个性表露无遗。



日本汽车的特点

外形简洁，轻巧，善变，兼收并蓄，追求完美，注意细节，用料精打细算，油耗低，使用成本不高。



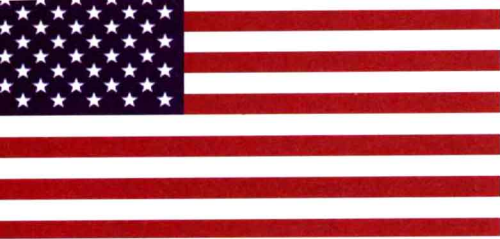
韩国汽车的特点

外形朴实，性能中庸，注重实用，配置丰富，价格相对低廉。



中国汽车的特点

汽车厂家多，汽车品牌多；自主品牌增幅明显；轿车风格各异，三厢车型多；载货汽车外形朴实，线条粗犷；技术多为引进，讲究实用性。



美国汽车

一、美国简况

美利坚合众国 (The United States of America)



▲ 美国国徽

位于北美洲中部，领土还包括北美洲西北部的阿拉斯加和太平洋中部的夏威夷群岛。北与加拿大接壤，南靠墨西哥湾，西临太平洋，东濒大西洋。面积9629091km²（其中陆地面积9158960km²）；本土东西长4500km，南北宽2700km，海岸线长22680km。

人口3.087亿（2010年4月1日）。白人占75%，拉美裔占12.5%，黑人占12.3%，亚裔占3.6%，华裔达370万占1.2%。通用英语。52%的居民信奉基督教新教，28%信奉天主教，2%信奉犹太教，信奉其他宗教的占4%，不属于任何教派的占12%。首都华盛顿哥伦比亚特区（Washington D. C.），人口约55.5万。全国共分50个州和1个特区（哥伦比亚特区），有3042个县。

2007年底，公路总里程达到648.76万km，其中高速公路9.4万km，居世界第一；共有轿车13763万辆、载货汽车9205万辆。

1978年12月15日，中美两国发表了《中美建交公报》。1979年1月1日，中美两国正式建立大使级外交关系。

二、美国国旗与国徽

美国国旗为星条旗，旗面左上角为蓝色星区，区内共有9排50颗白色五角星，以一排6颗、一排5颗交错。星区以外是13道红白相间的条纹，代表最早发动独立战争并取得胜利的13个州。1818年美国国会通过法案，国旗上的红白条纹固定为13道，五角星数目应与合众国州数一致。每增加一个州，国旗上就增加一颗星，一般在新州加入后的第二年7月4日执行。至今国旗上已增至50颗星，代表美国的50个州。

国旗上的红色象征强大和勇气，白色代表纯洁和清白，蓝色象征警惕、坚忍不拔和正义。

每年6月14日为“美国国旗制定纪念日”。在这一天，美国各地举行纪念活动，以示对国旗的敬重和对合众国的热爱。

1776年7月4日第二次大陆会议发表了《独立宣言》，并决定新生的美国必须有一个特殊的国徽。1782年6月20日，美国国会通过决议，确定了查里斯·汤姆逊（Charles Thomson，1729—1824）和威廉·巴顿（William Barton，1754—1817）设计的国徽图案。

美国国徽正面的图案外围为两个同心圆，内有一只美国秃鹰（美国的国鸟）雄踞中央，双翼展开，右爪握一束橄榄枝，左爪握13支利箭，尖嘴中叼着一条飘带，上书拉丁格言“合众为一”。秃鹰的胸前是一枚盾形纹章，纹章上部是蓝色横纹，下部是红白相间的竖纹。即盾徽的颜色选用了美国国旗所使用的颜色。秃鹰的上方是蓝色天空中13颗星，四周光芒万道，环绕着云朵组成的图案。秃鹰象征着至高无上的统治

权，它是力量、勇气、自由和不朽的象征。

盾徽佩戴在美国鹰的胸前而没有任何支撑物，象征美国应该依靠自己的力量。13个州用一束箭、盾上的条纹和一群璀璨的星表示。橄榄枝和箭象征战争与和平的力量，璀璨的群星表示一个新的联邦国家在其他主权国家中获得了自己的独立地位。

三、美国汽车工业概况

欧洲人早在19世纪80年代中叶就选择了汽油发动机，而此时的美国还处在汽车的研究阶段。在18世纪末至以后一段时间的美国，发动机优劣仍未见分晓。汽车制造者们要研究压缩空气、气罐，甚至弹簧驱动，还要实验蒸汽机、电动机和汽油发动机，各自占领自己想象出来的市场。美国政府法规也对机械驱动的汽车处于抵制阶段；同时，美国还没有欧洲那样的远郊公路等。因此，汽车早期在美国的发展并不顺利。

美国现代汽车的开山鼻祖是查尔斯·埃德加·杜里埃（Charles Edgar Duryea，1861—1938）和詹姆斯·弗兰克·杜里埃（James Frank Duryea，1869—1967）兄弟。

1892年4月19日，杜里埃兄弟制造了一辆属于美国首批制造成功的汽车。1893年9月21日，杜里埃兄弟研制的“美国汽油发动机车1号”在马萨诸塞州斯普林菲尔德的大街上试车成功，第一辆实用的汽车上路行驶，开创了美国汽车工业的先河。

早期美国汽车工业发展较慢，1893~1907年这14年间共生产汽车16万辆；从1908年开始，即福特T型车诞生后，美国汽车产量迅速增长，1929年产量达534万辆，汽车保有量占世界的90%以上；后来，因经济危机的影响，汽车产量增长率又降了下来，年产量维持在800万辆左右；1965年，汽车产量猛增，年产量超过1100万辆。从1906年起到2006年，除1980~1992年以外，美国汽车年产量一直居世界第一位。



▲ 杜里埃兄弟驾车展示



▲ 杜里埃兄弟研制的美国首批汽油机汽车（1893年）

20世纪初，美国有上百家汽车生产厂。到20世纪中叶，全美国主要汽车生产集中到了通用、福特和克莱斯勒3家。

第一次世界大战使汽车的发展陷于停滞，欧洲国家包括战胜国，在经济上都跌落到了谷底，长期建立起的对于面向贵族

的手工加工的昂贵车型的需求，也消失殆尽。与欧洲把手工加工作为绝对必要工艺的做法不同，美国实施了向工业流水线生产的转变。1900年，美国开始实行量产汽车。1906年开始，美国汽车产量超过了欧洲。1913年，福特汽车制造厂出现了世界上第一条汽车生产流水线；福特在20世纪前20年占据了美国汽车市场50%的份额，福特成为了世界上最大的汽车公司。到1925年，美国市场达到了饱和，出现汽车生产过剩，美国汽车涌入了欧洲，还在英国、德国等建立组装厂或者成立汽车公司，并买下了不少的老牌汽车厂。甚至，美国还向德国、英国、法国、意大利等国家出口汽车制造技术和生产权。

美国汽车工业取得成功的关键在于把生产的经济性作为出发点，欧洲同行们则追求尽量完美和外观漂亮，而不是首先满足必要的性能。量产和流水线具有简单的设计特性，以及生产布置的合理化和利润最大化，过去是这样，现在也是美国汽车工业的显著特点。

汽车工业、钢铁工业和建筑业被称为美国经济的“三大支柱”。美国曾多年是世界上生产、销售汽车和汽车保有量最多的国家，最高年生产1300万辆、销售1700万辆、保有量超过2亿辆。近年，由于经济危机等原因，美国汽车的产量有所下降，处于世界亚军或季军地位。

2010年，美国国内汽车总产量为7734539辆（其中，乘用车2732212辆、轻型载货汽车4856282辆、中重型载货汽车146045辆）；美国汽车市场的销售量达到了1160万辆。

美国汽车工业的特点：行业竞争激烈，呈现出“三足鼎立”之势，通用、福特、克莱斯勒三大公司垄断着全美国轿车总产量的90%以上；国内市场处于饱和，国外投资建厂较多；国内汽车生产成本很高。

美国汽车的特点：宽敞舒适，设备齐全，不拘小节，注重安全，豪华气派，车身线条舒展流畅，油耗较大，强劲有力，自由与霸气的个性表露无遗。

通用 GM

美国汽车妈妈

一、品牌

通用（GM）品牌的创始人是极富传奇的威廉·杜兰特（William Crapo Durant，1861-1947）。

1904年的一天，43岁的杜兰特遇见了一位名叫布尔兹的朋友，当时他驾着一辆别克汽车，就问杜兰特是否想试坐一下这辆别克汽车。乘坐后，杜兰特立即就对汽车产生了兴趣，从那时开始，杜兰特才有了制造汽车的想法。因此，杜兰特



▲ 威廉·杜兰特 (William C. Durant, 1861-1947)



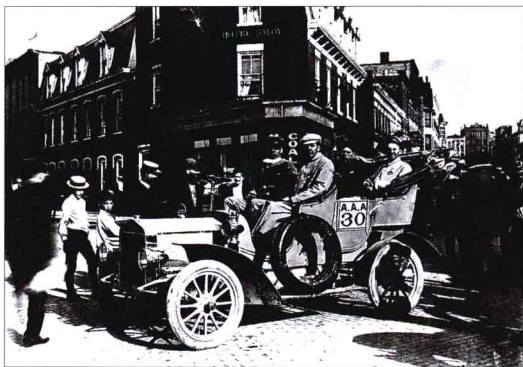
投资陷于困境的别克汽车公司32.5万美元，持有别克公司65%的股份，于1904年11月1日完全控制了这家公司。

1908年9月16日，在杜兰特的领导下，在新泽西州联合组建了早期的通用汽车公司 (General Motors Company)。

9月底，通用汽车公司以375万美元的代价买下别克汽车公司，杜兰特如愿以偿地当上了通用公司的总经理。

然而1910年情况发生了大变，由于汽车销售量下降，资金发生严重的困难。1910年9月，杜兰特被迫辞去总经理职务。

杜兰特退出通用以后并不罢休，1916年杜兰特秘密地买下了通用的大部分股权重新控制了通用公司，吞掉了这头“巨鲸”，把通用公司从银行家的控制下夺了过来。1916年10月13



▲ 杜兰特试坐别克汽车后才开始对汽车产生兴趣 (1904年)



日，杜兰特在特拉华正式登记成立了新的通用汽车公司 (General Motors Corporation)。他用新通用汽车公司的股票调换原通用公司的股票，取得了原公司的全部股权。

通用公司是目前世界上最大的汽车生产商，汽车业务部下辖北美、欧洲、亚太、拉美非洲中东4个部。北美部过去有8个分部，分别是：凯迪拉克分部、别克分部、奥兹莫比尔分部、庞蒂克分部、雪佛兰分部、土星分部、吉喔分部、专门制造载货汽车和大客车的GMC分部。现在只保留了凯迪拉克分部、别克分部、雪佛兰分部和GMC分部。

另外，通用还拥有不少的控股公司：英国沃克斯豪尔、德国欧宝、澳大利亚霍顿、韩国大宇、美国汽车综合公司 (AM General, 悍马品牌) 等。在中国上





▲ 1919年建造的当时世界上最大的办公大楼——通用汽车大厦

海通用公司和沈阳金杯通用公司分别占有50%和30%的股份。2002年6月初，上汽通用五菱“中中外”合作模式正式启动。

自1928年起，通用汽车保持汽车产销量世界第一这一地位已经长达80年之久。

通用汽车公司2007年度亏损额达到387亿美元，创下该公司成立100年来最大年度亏损额。2009年6月1日，通用汽车正式申请了破产保护。2009年7月10日，通用汽车脱离破产保护。

2010年，通用全球汽车销量8389769辆，比丰田只少了近3万辆，屈居世界第二；其中在中国销售达到2351610辆，成功超越美国市场的2215227辆，中国成为了通用汽车在全球最大单一市场，这也是首家在中国年销售突破200万辆的汽车公司。2010年，通用汽车营业收入1356亿美元，实现利润47亿美元。



▲ 杜兰特的继任者阿尔弗莱德·斯隆为通用公司开创了一个崭新的时代

二、商标

美国通用汽车公司是世界上最大的汽车公司，其商标可能是世界上最简单的。

商标是其公司名（General Motors）的缩写字母GM，非常简洁、直观醒目，庄重典雅。

◀ 现在的通用总部办公大楼



▲ 简洁的通用商标



一、品牌

别克 (Buick) 品牌的创始人是大卫·别克 (David Dunbar Buick, 1854-1929)。

大卫·别克于1899年在底特律创立了别克动力公司, 1901年创立了别克制造公司, 这些公司开始生产一些小型的动力机械及双缸侧置气

门船用发动机。

1901年, 由他手下的工程师沃尔特·玛 (Walter L. Marr) 制造了第一辆不用马匹作为动力的被称作别克的轿车。

1903年5月19日, 在布里斯科 (Briscore) 兄弟



▲ 大卫·别克 (David Dunbar Buick, 1854-1929)



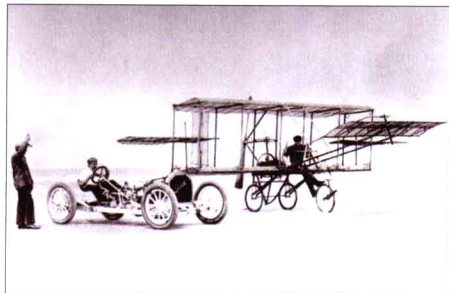
BUICK

别克 Buick

大功率, 个性化, 实用性, 成熟



▲ 在弗林特生产的第一辆别克汽车 (1904年)



▲ 早期的别克汽车与飞机比赛

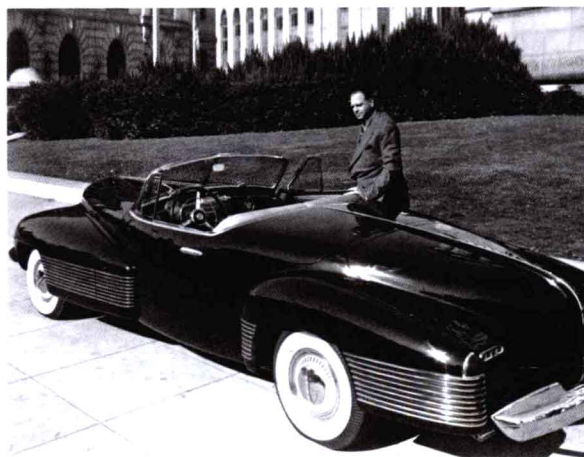
的帮助下, 别克汽车公司在底特律正式成立。

由于不善经营, 负债累累, 别克只好将公司于1903年9月11日卖给了弗林特 (Flint) 的詹姆斯·怀特 (James Whiting), 公司迁至弗林特。1904年6月, 第一辆别克汽车在这里诞生。1904年11月1日, 别克公司又被辗转卖给“四轮马车国王”杜兰特。后来, 杜兰特以别克汽车公司为核心, 组建了通用汽车公司。

经过几起几落, 别克逐渐发展成为有全球影响力的汽车品牌, 拥有通用公司中最漂亮的车身和质量最好的车种。自20世纪30年代以后, 英国皇族、许多国家的国王和政治首脑都以驾驶别克轿车为乐。

1997年, 上海通用汽车公司成立。





▲ 别克Y-job是汽车工业史上的第一款概念车（1938年）

1998年12月17日，第一辆白色的别克世纪轿车在上海通用的全新厂房内，从画中破“纸”而出，缓缓地驶下总装线。1999年4月12日，上海别克正式开始批量生产。到2011年4月26日，上海通用汽车别克品牌迎来了中国市场第300万位别克车主。

别克轿车保留并发展了完美、舒适、豪华、尊贵与气派的传统风范，每款车都显得锋芒内蕴、韵致迷人。别克车具有“大功率、个性化、实用性和成熟”（别克车买主的平均年龄是60岁）的特点，是为那些年龄成熟、事业成功、做事严谨、有一定地位的人士提供的车辆。

2010年，别克汽车全球销售718848辆。其中，在中国销售55万辆。



▲ 具有浓烈古朴风味的别克云雀Skylark (1953年)



▲ 别克征服者Roadmaster轿车最早采用了自动变速器 (1948年)





▲ 具有20世纪50年代特征的大尾翅设计的别克极限Limited (1958年)

▼ 通用的“梦幻”汽车指的就是别克



Buick