

(上册)

*World Famous Cars Collection*

# 汽车总动员

## 全球名车概览

林平 牟建霖 主编

全彩印刷



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS





U469-64/2

:1

2008

*World Famous Cars Collection*

# 汽车总动员

## 全球名车概览

林平 牟建霖 主编

(上册)



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

本书以汽车品牌的发源国家为脉络,分别介绍了各国著名汽车品牌创立过程中鲜为人知的传奇故事,以及车名和车标背后蕴含的汽车文化内涵和品牌价值理念。全书内容新颖、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;书中1100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。相信本书内容能够给您带来知识和鉴赏,使您进入绚丽多彩的汽车世界。

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(上、下册)/林平,牟建霖主编. —北京:机械工业出版社,2008.1  
ISBN 978-7-111-21248-5

I.汽 II.①林 ②牟 III.汽车—简介—世界 IV.U469

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第043525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:杨民强 责任编辑:赵海青 版式设计:王伟光  
封面设计:王伟光 责任印制:王书莱

保定市中华美凯印刷有限公司印刷  
2008年1月第1版第1次印刷  
169mm×239mm·11.5印张·4插页·448千字  
0001—5000册  
标准书号:ISBN 978-7-111-21248-5  
定价:58.00元(上、下册)

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换  
销售服务热线电话:(010)68326294  
购书热线电话:(010)88379639 88379641 88379643  
编辑热线电话:(010)88379771  
封面无防伪标均为盗版



# 前言

一百多年前汽车诞生之时，人们并没有意识到它能够成为“改变世界的机器”。而今，汽车早已不再仅仅是代步工具，而成为了人们的一种生活方式，成为了文化的象征、品味的标志。车轮的滚动承载着无数人向往自由的梦想，汽车的魅力也让无数人为之着迷、为之倾倒。

有人说，热衷法拉利的人，更多地是热衷一种只属于法拉利的汽车文化体验。而法拉利的不息创造力，来自具有艺术气质的意大利文化。不同国家和不同地区的文化内涵孕育了不同的汽车风格，历数世界各国的著名汽车品牌，它们已成为一个时代的象征。德国人的严谨沉静、精细务实造就了德国汽车的低调保守、品质优越；法国人的热情浪漫、时尚优雅造就了法国汽车造型的独树一帜、新颖独特；美国人的随意个性、自由奔放造就了美国汽车的宽大豪华、舒适实用；日本人的细腻周到、注重细节造就了日本汽车的精巧细致、技术先进……还有意大利车的浪漫激情、英国车的尊贵考究，无一不具有自己独特的个性和理念，无一不在诠释“文化”这两个字的内涵。

那么，中国汽车的风格是什么？

如果说，2005年吉利扬帆过海以富有浓重中国文化色彩的阵容在法兰克福车展上的精彩亮相，向外界清晰地表达了中国自主品牌汽车的文化趋向，而如今，随着奇瑞、吉利等国产汽车品牌的迅速崛起，“中国脸谱”式的汽车随处可见，则说明中国汽车逐渐开始彰显出自己的风格。本书以汽车品牌的发源国家为脉络，分别介绍了各国著名汽车品牌创立过程中鲜为人知的传奇故事，以及车名和车标背后蕴含的汽车文化内涵和品牌价值理念。本书不仅能够引领您在赏车休闲之时，品味和享受独具魅力的汽车风格，还能够带您游历不同的国家，解读并体验著名汽车品牌得以发展的精髓所在。

本书由林平、牟建霖主编，参加编写的还有林立成、林龙、赵玉梅、林军、何芝玉、李净、吴强等。尽管我们在编写本书时，内容力求准确、新颖，文字尽量简洁、通俗，图片突出新、特、奇和具有历史意义的车型，但是书中可能仍存在不当之处，欢迎大家批评指正。

编者



# 目录

World Famous Cars Collection

|                         |      |
|-------------------------|------|
| 前言                      |      |
| 导言                      | <1>  |
| 德国汽车                    | <2>  |
| 梅赛德斯·奔驰 (MERCEDES-BENZ) | <4>  |
| —— 质量、创新、魅力的领航人         |      |
| 迈巴赫 (MAYBACH)           | <10> |
| —— 财富、地位与品位的象征          |      |
| 斯马特 (SMART)             | <14> |
| —— 令人激动, 充满个性, 机智十足     |      |
| 宝马 (BMW)                | <16> |
| —— 尊贵, 年轻, 活力, 典雅       |      |
| 大众 (VOLKSWAGEN)         | <22> |
| —— 实用, 耐用, 好用           |      |
| 奥迪 (AUDI)               | <26> |
| —— 宝马和奔驰的竞争者            |      |
| 保时捷 (PORSCHE)           | <32> |
| —— 形象不变, 技术更新           |      |
| 欧宝 (OPEL)               | <34> |
| —— 经济型轿车的先驱             |      |
| 曼 (MAN)                 | <38> |
| —— 雄狮一吼惊天下              |      |
| 法国汽车                    | <40> |
| 标致 (PEUGEOT)            | <42> |
| —— 可靠, 安全, 舒适, 美观       |      |
| 雪铁龙 (CITROEN)           | <48> |
| —— 宽敞, 安全, 休闲           |      |
| 雷诺 (RENAULT)            | <52> |
| —— 华丽中蕴含着和谐稳重           |      |
| 文图瑞 (VENTURI)           | <58> |
| —— 有钱人的大玩具              |      |
| 意大利汽车                   | <60> |
| 菲亚特 (FIAT)              | <62> |
| —— 经济实惠, 安全可靠           |      |

阿尔法—罗密欧 (ALFA ROMEO) <66>

—— 现代运动轿车的标志

法拉利 (FERRARI) <70>

—— 跑车中的极品

玛莎拉蒂 (MASERATI) <74>

—— 轿车与跑车的完美结合

兰西亚 (LANCIA) <78>

—— 高雅的，尊贵的

兰博基尼 (LAMBORGHINI) <80>

—— 挑战极限，豪放不羁

布加迪 (BUGATTI) <84>

—— 技术超群，工艺精湛，造型华美

依维柯 (IVECO) <88>

—— 性能、质量、环保的领先者

英国汽车 <90>

劳斯莱斯 (ROLLS-ROYCE) <92>

—— 汽车王国中的贵族

宾利 (BENTLEY) <98>

—— 庄重和典雅傲视群雄

捷豹 (JAGUAR) <102>

—— 雅致，优美，新颖

阿斯顿·马丁—拉贡达 <106>

(ASTON MARTIN LAGONDA)

—— 财富，速度，圆润，休闲

罗孚 (ROVER) <110>

—— 值得信赖，永恒经典

路虎 (LAND ROVER) <114>

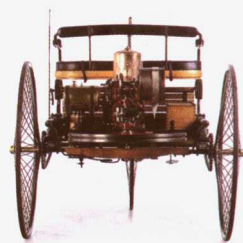
—— 卓越的，舒适的

迷你 (MINI) <118>

—— 时尚和前卫的代名词

名爵 (MG) <122>

—— 优雅、冒险、勇敢，富有驾驶乐趣



本次取得专利的三轮汽车

CONTENTS



# 目录 CONTENTS

奥斯汀 (AUSTIN) <126>

—— 出身名门的小精灵

利兰 (LEYLAND) <128>

—— 曾经的辉煌

摩根 (MORGAN) <130>

—— 现代化的古典艺术品

眼镜蛇 (COBRA) <132>

—— 蛇的眼睛里只有速度

莲花 (LOTUS) <134>

—— 跑车世界的明日黄花

特威尔 (TVR) <138>

—— 英国鬼怪

沃克斯豪尔 (VAUXHALL) <140>

—— 英国的雪佛兰与欧宝

瑞典汽车 <142>

斯堪尼亚 (SCANIA) <144>

—— 满足每一个用户的需求

萨博 (SAAB) <146>

—— 以驾驶者为核心

沃尔沃 (VOLVO) <150>

—— 安全的，实用的，耐久的

科尼赛克 (KOENIGSEGG) <156>

—— 现代跑车幽灵



迈巴赫·齐柏林轿车



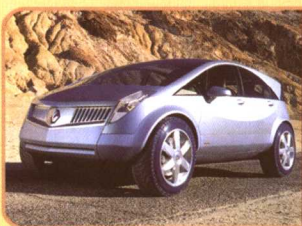


## 导 言



### 德国汽车的特点

传统，沉静，深藏不露，工艺精细，造型严谨，线条挺拔有力，内在表现优良，耐用。



### 法国汽车的特点

个性独特，造型优雅，线条简练，精巧灵活，热情浪漫，充满活力，车体较小，设计新颖。



### 意大利汽车的特点

引导潮流，外形超前，追求速度，极富动感，艺术色彩浓厚，高度流线化，功率大，具有良好的舒适性，跑车最为有名。



### 英国汽车的特点

稳重，内向，尊贵，有涵养，讲传统，用料充足、考究，造型优雅脱俗，别具一格。



### 瑞典汽车的特点

朴实无华，外形富于棱角，安全舒适，高品质，低排污。





德国国徽

# 德国汽车

## 德国简况

德意志联邦共和国(The Federal Republic of Germany)位于欧洲中部,东邻波兰、捷克,南接奥地利、瑞士,西接荷兰、比利时、卢森堡、法国,北与丹麦相连并临北海和波罗的海,是欧洲邻国最多的国家。面积为 357030km<sup>2</sup> (2003 年 12 月 31 日)。海岸线长 1333km。

德国人口 8250.1 万 (2004 年 12 月 31 日),主要是德意志人,有少数丹麦人和索布族人。通用德语。居民中 31.75% 的人信奉基督教, 32.06% 的人信奉罗马天主教 (2002 年 12 月 31 日)。首都柏林(Berlin),人口 338.8 万 (2004 年 12 月 31 日)。行政区划分为联邦、州、市镇三级,共有 16 个州, 13552 个

市镇。

喜爱读书是德国人的优良传统之一。音乐是德国人生活中不可缺少的组成部分,德国造就了各个不同时期的音乐大师。教堂、宫殿和古堡是德国重要的文化遗产。德国人时间观念强,注重准时,重视商业信誉。

2003 年年底,公路总长 46.3 万 km,其中高速公路 1.20 万 km,高速公路长度居世界第四位;注册机动车共 5408.2 万辆,其中轿车 4502.3 万辆,载货汽车 258.6 万辆。

## 德国国旗与国徽

德国国旗呈横长方形,整体长与宽之比为 5:3,自上而下由黑、红、黄三个平行相等的长方形组成。这三色是德国的传统颜色,其历史最早可以追溯到公元 1 世纪的罗马帝国,当时的士兵就身着黑、红、黄三色的战衣。在拿破仑占领期间,德国学生争取独立的吕佐自由军(Lutzow Free Corps)的制服也采用了这三种颜色,他们穿着黑色斗篷、红色肩章及黄色纽扣的制服为统一而奔走,后来



# The Federal Republic of Germany



制服上的黑、红、黄三色成为了国家统一运动的象征色彩，也制成了旗帜，进而成为国旗。

德国国旗

1848年3月9日这面旗帜正式被宣布为德国的国旗。

1990年10月3日两德统一后，三色旗终于重新成为全德国的国旗。

三色的意思：黑色暗示人民的权利受到压抑的悲惨处境，红色表示人民向往自由的热情，黄色象征真理的光辉

如金子般闪亮。现在则有解释：黑色代表勤勉与力量，红色象征国民的热情，黄色代表重视荣誉。

国徽是一个国家的主要象征之一。只有特定的国家重要文件才能盖上官印，正式生效。

德国国徽以金黄色盾牌为背景，背景上是一只黑色的雄鹰，雄鹰的喙和两爪为红色。国徽的黑、红、黄三色与国旗的颜色一致。自古以来，德国人对雄鹰的崇敬都是虔诚而深沉的。早在古罗马时代，雄鹰被看作是至高无上的上帝的象征，它保护着上帝的子孙和信徒不受侵害。上帝把自己比作雄鹰，谁相信它，谁就可以像雄鹰一样展翅高飞，不断获得新的生命活力。同时它又是太阳之鸟，它的锐眼能经受住太阳神的照射。在封建王朝时代，雄鹰是皇权的象征，帝王们希望以此使皇位永固。

鹰作为德国国家和民族的象征有着悠久的历史。1871年该图案是德意志帝国的国徽图案，1919年也为魏玛共和国所采用。千百年来，对德国人民来说，雄鹰始终被看作是一只圣洁的神鸟，人们相信它会给德国带来幸福、恩宠和力量。

## 德国汽车工业概况

德国是现代汽车的发祥地，是生产汽车历史最悠久的国家。汽车工业在德国国民经济中仅次于机械、电机、化工，列第四位。汽车工业是德国国民经济的支柱产业，德国1/7的就业岗位、1/4的税收收入来源于汽车及相关产业。

第一次世界大战前，德国汽车工业已基本形成一个独立的工业部门，汽车制造工人5万多人，年产量达两万辆，仅次于美国的汽车产量。1966年汽车产量被日本超过，排名居世界第三位，直到2006年被中国超过，现在德国汽车产量居世界第四位。

德国汽车工业的特点：汽车总成和零部件生产高度专业化、集团化，生产和装配质量优良，重视汽车的试验和研究，汽车质量的信誉更是无与伦比、有口皆碑，奔驰、宝马、奥迪等豪华轿车和保时捷跑车在世界车坛享有盛誉。

德国汽车的特点：传统，沉静，深藏不露，工艺精细，造型严谨，线条挺拔有力，内在表现优良，耐用。

2005年，德国国内生产汽车851万辆（其中本国企业产量575.8万辆，外国企业在德国生产275.5万辆），年产量次于美国和日本；出口汽车408万辆；德国汽车厂商全球范围内生产的汽车超过1345万辆，占全球汽车产量的21%。2006年，德国销售轿车3466145辆。



# PORSCHE





卡尔·本茨(1844-1929)



哥德利布·戴姆勒(1834-1900)

## 一、品牌

1886年1月29日,卡尔·本茨(Karl Benz)为他于1885年9月5日所研制的三轮汽油机汽车,向帝国专利局申请发明汽车的专利,1月29日这一天被公认为“汽车的生日”;当年11月2日由专利局正式批准发布证书。次年,在德国西南部,哥德利布·戴姆勒(Gottlieb Daimler)首次试驾了他自己制造的汽油机四轮汽车。从此,汽车诞

# 梅赛德斯·奔驰 Benz

生了。世界公认本茨和戴姆勒为“现代汽车之父”。

1899年,奔驰公司业务蒸蒸日上,并改组为奔驰股份有限公司,成为当时世界上最大的机动车生产厂商。

奔驰汽车使用“奔驰”品牌,戴姆勒公司生产的汽车则使用的是“梅赛德斯”品牌。1899年奥匈帝国驻法国尼斯(Nice)的总领事埃米尔·耶利内克(Emile Jellink)订购了3辆戴姆勒凤凰牌(Phoenix)轿车,他用自己女儿的名字梅赛德斯(Mercedes)为它们命名,并开着这车参加了同年3月21日在尼斯举行的汽车拉力赛,获得第三名。他觉得是他女儿的名字带来了好运,于是建议戴姆勒公司用梅赛德斯来命名它的所有汽车。一来梅赛德斯确实优美动听(梅赛德斯为西班牙语,含有幸福、慈悲的意思);二来戴姆勒公司也希望这个奥匈帝国的贵族能帮它打开奥地利市场。1900年,埃米尔·耶利内克一下订购了36辆戴姆勒汽车,但是他提出了两个条件:第一,他必须成为奥匈帝国、法国和美国的独家代理商;第二,此汽车必须以他女儿“梅赛德斯”的名字命名。这对当时仅年产90辆汽车,员工只有344人的戴姆勒公司来说,是个巨大的商机。双方于是一拍即合,梅赛德斯也就成了这一年所有戴姆勒汽车的名字,没想到这么一来,戴姆勒汽车的销量大增,真像是受到了幸运女神的照顾一样。从此戴姆勒汽车就有了这个固定的名字——MERCEDES。1902年6月23日,戴姆勒公司将“梅赛德斯”作为产品名称正式注册,从此开始了梅赛德斯时代。



1926年6月29日，世界汽车史上两颗耀眼夺目巨星相会了。戴姆勒和本茨两位汽车先驱所开创的公司终于合并到一起，成为戴姆勒－奔驰汽车公司，所生产的汽车称为梅赛德斯－奔驰。

1989年7月以后，戴姆勒－奔驰公司在戴姆勒－奔驰集团内负责全部汽车业务。1997年4月1日，戴姆勒－奔驰公司重组后机构开始运作，由35个部门减少为23个，这23个业务部门被划入轿车部、商用车部、航空航天部，汽车业务仍在新机构中占重要位置。

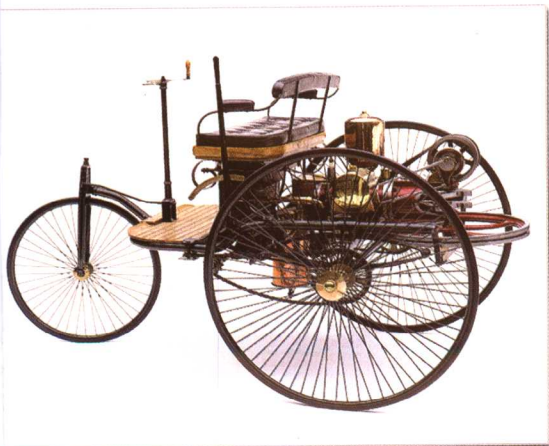
戴姆勒－奔驰公司轿车部目前主要生产C级车（紧凑型中档轿车）、E级车（中高档轿车）、S级车（大型豪华轿车），还有G型车（越野车）。

1998年戴姆勒－奔驰汽车公司与美国克莱斯勒公司合并，戴姆勒－奔驰汽车

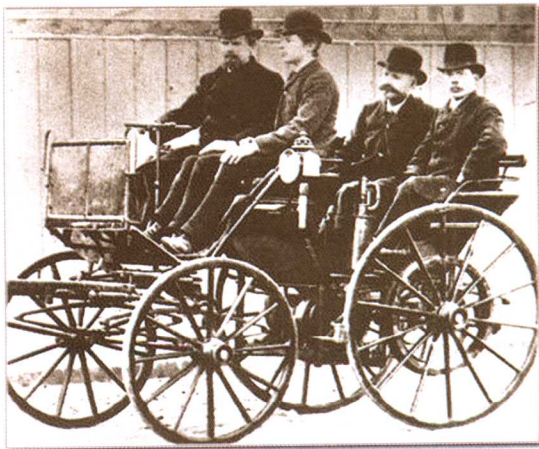
## 质量、创新、魅力的领航人

公司占57%的股份，新公司冠名为戴姆勒－克莱斯勒股份公司。这是世界工业史上迄今规模最大的一宗企业合并案，所涉总金额估计达920亿美元；这也是首家美国公司被排名低于自己的外国公司收购，合并后，美国公司在新企业的份额，竟低于德国伙伴的股份（克莱斯勒只占43%，新企业名字因此以戴姆勒冠首，被称为戴姆勒－克莱斯勒，简称DC公司），而且在企业组织上主要以戴姆勒－奔驰的管理方法为模式。但是，2007年8月3日，位于纽约的私人资本投资公司Cerberus Capital Management以74亿美元的收购价格正式接管克莱斯勒81%的股权。戴姆勒－克莱斯勒也因此将改名为戴姆勒股份公司。

2005年，戴姆勒－克莱斯勒公司共生产汽车4664573辆（其中，克莱斯勒生



本茨取得专利的三轮汽车



戴姆勒研制的四轮汽车





○ 戴姆勒的公司标志是一颗三叉星(1916年前)

○ 1916年在四周加上了一个圆圈,在圆的上方有四个小星星,下面是戴姆勒公司的汽车名字“梅赛德斯”

○ 奔驰公司的商标最初是月桂枝包围的“奔驰”字样

○ 1926年两家最古老的公司合并,自然也将商标合在一起

○ 现在的商标已简化为形似转向盘的三叉星

产282.6万辆),列世界第五位。

2006年,梅赛德斯-奔驰品牌轿车全球销售量达到创纪录的1148500辆(在中国的销量升至21200辆)。

梅赛德斯-奔驰(Mercedes-Benz)的宣传口号:汽车的未来;核心特征:质量、创新、魅力的领航人;品牌位置:在舒适、安全、可靠、耐用性方面处于领先地位;具有转卖价值;一望便知的梅赛德斯-奔驰风格体现了高贵、典雅、永恒的设计品位,是对社会、对顾客负责的轿车;价位:最高级。

# Mercedes Benz

## 二、车标

在欧美,人们总是把梅赛德斯-奔驰汽车称作梅赛德斯;而在东南亚,奔驰这个名称更为流行,或许后者的中文音译更加惟妙惟肖。奔驰汽车拥有3个我们耳熟能详的译名:最常见的是“奔驰”,此外,还有香港译“平治”和台湾译“宾士”。后两个译名也许令它显得更加尊贵,但前一个名字却无疑是最恰当的——作为汽车历史的开创者,“奔驰”两个字最恰如其分地表达了人类对汽车这一现代工具的全部期望。





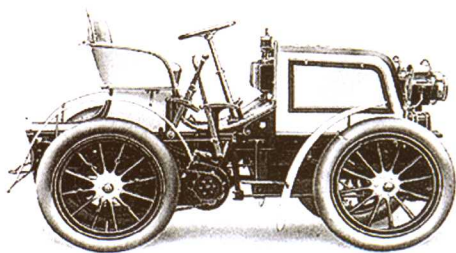
奔驰 300 SLR 直到今天也不失新鲜感和吸引力 (1955 年)

戴姆勒汽车易于记忆的产品名称 (Mercedes) 有了, 但是特征显著的商标还没有产生。当时在公司里工作的戴姆勒的两个儿子, 记起有一次父亲给母亲寄的明信片上在他家的房子上方画了一颗星, 戴姆勒当时充满信心地写道, 这颗星“总有一天会升起来, 以证实我的工作。”他的话后来被证明是正确的。1909 年 6 月 24 日, 公司将表达戴姆勒在陆、海、空三个领域实现机动化夙愿的三叉星注册为正式商标, 从而取代了原来的字母商标, 这种三叉星被安放在散热器罩的上部。柏林帝国专利局为此颁发的证书于 1911 年 2 月 9 日起正式生效。

三叉星开始只有一颗, 后来成了并列的两颗。1916 年, 为纪念他热情的支持者, 又为了使商标具有连续性, 戴姆勒又将三叉星和 “Mercedes” 合成一个新的商标。1917 年 1 月 10 日起, 三叉星又



埃米尔·耶利内克与女儿梅赛德斯



戴姆勒凤凰 Phoenix 轿车 (1899 年)

Germany







奔驰 SLR McLaren (2007 年)

增加了圆环做背景，形似汽车的转向盘，进而表示公司的产品在形似地球的圆圈中任意驰骋；在圆的上方镶嵌了4颗小星，下面有“MERCEDES”的字样。这一标志又于1921年申请注册，两年后的1923年被列为受法律保护之图样，并于1923年8月2日首次作为散热器的徽标。在其后的几十年中，三叉星徽经历了数次风格上的进一步修饰，从徽标演变为今天独立的商标。

戴姆勒公司和奔驰公司合并后，其汽车上使用的新商标也综合了原来两家商标各自的风格，Benz的月桂枝围绕着三叉星，“BENZ”的字样在下面，“Mercedes”的字样在上面。





奔驰 GL 450 (2007 年)

外圆的月桂枝，是属于原来奔驰公司的。奔驰的标志变化很少，过去是一个齿轮图案，中间刻有“Benz”字样。一直到1909年，本茨为了纪念世界第一种大量生产的汽车 Velo 上市，于是将齿轮改为月桂枝，以表示吉祥、成功、胜利、荣誉的象征。奔驰商标就像一顶桂冠，寓示该公司在汽车领域独占鳌头，其产品独夺“桂冠”。

戴姆勒-奔驰公司在其印刷品上所使用的商标还改变了两次：1933年，形状改变了一次。1989年，戴姆勒-奔驰公司重新调整，成立了新的戴姆勒-奔驰汽车有限公司，重新设计注册的商标，一直沿用至今。安装在散热器正上方的是一个在两个嵌套的圆中含有一颗三叉星，“MERCEDES”字样在上，“BENZ”字样在下，两边有月桂枝的标志。第二个标志是将形似汽车转向盘内嵌三叉星的商标竖立在“MERCEDES”和“BENZ”及两边有月桂枝的圆形基座上，然后再把整个标志竖立在车头前部。

现在，所有的梅赛德斯-奔驰汽车（不包括SL和SEC级），都在散热器护栅上装有三角星徽并以桂冠花环包围着的梅赛德斯-奔驰车徽作底座。

梅赛德斯-奔驰三叉星车徽作为世界最驰名商标之一，代表和体现了该公司100多年来在汽车工业方面不断开拓的历程，其商标图形也经历不少变化。该公司也为维护其三叉星徽的尊严和不受侵害而不懈地努力。

奔驰的三叉星徽作为品质卓越、性能安全可靠的一种汽车标志，早已家喻户晓，驰名世界。戴姆勒-奔驰公司的车标作为柏林市的标志物之一，高挂在欧洲中心大厦顶上，其“车标”堪称世界商标重量之最——18吨！

# Mercedes Benz





威尔海姆·迈巴赫(1846-1929)

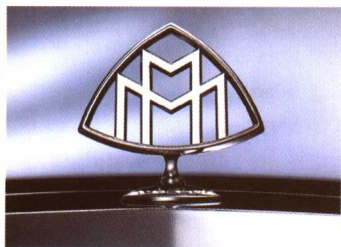
## 一、品牌

迈巴赫(Maybach)是汽车历史上一个充满传奇色彩的品牌,其文化底蕴是来源于一对姓“迈巴赫”的父子。1885年,威尔海姆·迈巴赫(Wilhelm Maybach)协助好友戈特利布·戴姆勒制造出了世界第一台立式发动机;后来还发明了世界上第一台四档机械式变速器和喷雾式化油器,成为风云一时的汽车技术人才,因此他被誉为“汽车设计之父”。

1909年,迈巴赫开始自立门户,为著名的齐柏林飞

# 迈巴赫

财富、地位与品位的象征 Maybach



迈巴赫双 M 车标

艇设计高性能发动机。10年之后,子承父业的卡尔·迈巴赫进入了汽车领域,并于1921年在老迈巴赫的指导下制造出第一辆豪华轿车迈巴赫 W1。迈巴赫汽车一出世,就以一种极尽奢华的形象展现在世人面前,它以全手工制作、个性化十足、豪华、稀有而著称



复出后的第一款车迈巴赫 57 (2002 年)