

(下册)

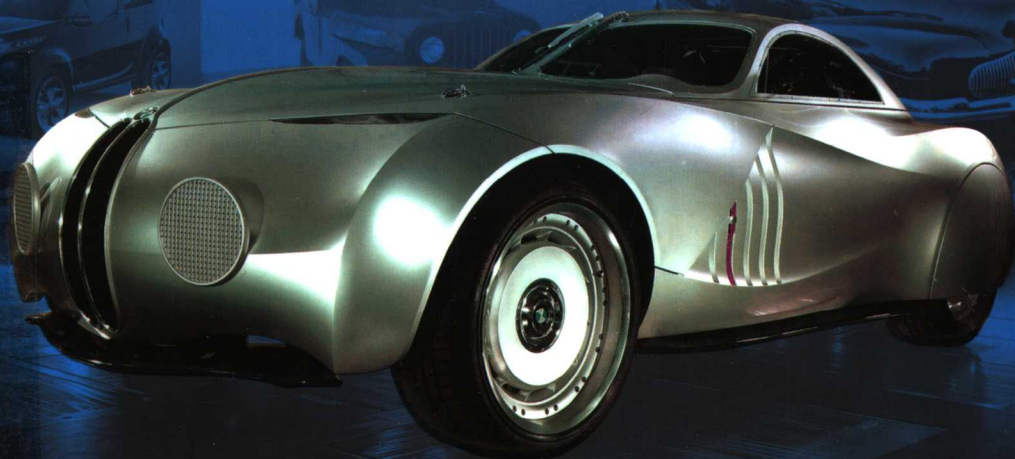
World Famous Cars Collection

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

:2

2008

World Super Car Collection 汽车总动员 全球名车概览

林平 牟建霖 主编

(下册)



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

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

保定市中画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

导言	<161>
美国汽车	<162>
通用 (GM)	<164>
—— 无所不在的巨人	
别克 (BUICK)	<166>
—— 大功率, 个性化, 实用性, 成熟	
凯迪拉克 (CADILLAC)	<170>
—— 高贵, 豪华, 气派, 潇洒	
奥兹莫比尔 (OLDSMOBILE)	<176>
—— 具有浓厚美国特色	
庞蒂克 (PONTIAC)	<180>
—— 引领潮流的运动型轿车	
雪佛兰 (CHEVROLET)	<184>
—— 普及化的好车	
土星 (SATURN)	<190>
—— 年轻人喜爱的对象	
吉喔 (GEO)	<192>
—— 消失在“雪”中	
GMC	<194>
—— 品种多样	
悍马 (HUMMER)	<198>
—— 满足了一切需要	
福特 (FORD)	<202>
—— 正宗的, 进步的, 漂亮的	
林肯 (LINCOLN)	<208>
—— 美国式的豪华	
水星 (MERCURY)	<212>
—— 创新的, 外向的, 独立的	
克莱斯勒 (CHRYSLER)	<214>
—— 美国式, 表现力, 竞技感	
道奇 (DODGE)	<218>
—— 勇敢, 强大, 本领高超	
吉普 (JEEP)	<222>
—— 与众不同, 具有统治感	
日本汽车	<228>
丰田 (TOYOTA)	<230>
—— 物美价不高	
雷克萨斯 (LEXUS)	<234>
—— 豪华, 舒适, 可靠, 便宜	



具有划时代意义的福特T型汽车

目录 CONTENTS

目录

World Famous Cars Collection

赛恩 (SCION)	<236>
—— 时尚, 多功能, 惊奇	
日产 (NISSAN)	<238>
—— 人机工程, 个人风格	
无限 (INFINITI)	<242>
—— 驾乘乐趣, 尖端科技	
本田 (HONDA)	<244>
—— 动感豪华流畅, 人车环境协调	
讴歌 (ACURA)	<248>
—— 豪华时尚的汽车	
三菱 (MITSUBISHI)	<250>
—— 舒适, 实用, 可靠	
斯巴鲁 (SUBARU)	<254>
—— 富有朝气的, 动感的	
马自达 (MAZDA)	<256>
—— 时尚的, 生机勃勃的, 不随波逐流的	
铃木 (SUZUKI)	<262>
—— 日本微型汽车先驱	
大发 (DAIHATSU)	<264>
—— 时尚现代, 小巧玲珑	
五十铃 (ISUZU)	<266>
—— 可靠, 耐用, 经济	
日野 (HINO)	<268>
—— 不断创造新的价值	
韩国汽车	<270>
现代 (HYUNDAI)	<272>
—— 实用的, 经济的, 创新的	
大宇 (DAEWOO)	<274>
—— 活泼的, 富于挑战性的	
起亚 (KIA)	<276>
—— 向用户提供价值	
双龙 (SSANGYONG)	<280>
—— 气派的, 开放的	
俄罗斯汽车	<282>
拉达 (LADA)	<284>
—— 经济的, 耐用的	
嘎斯 (GAZ)	<286>
—— 不仅仅是越野车出名	
伏尔加 (VOLGA)	<288>
—— 中级官员的标准公务用车	

- 吉姆 (ZIM) <290>
—— 从大众驶向领袖
- 吉斯 (ZIS) <292>
—— 雍容华贵，威武庄重
- 吉尔 (ZIL) <294>
—— 吉斯的替代物
- 卡玛斯 (KAMAZ) <296>
—— 重型柴油汽车驰名
- 莫斯科人 (MOSKVICH) <298>
—— 拥有欧宝的血缘
- 查波罗什 (ZAZ) <300>
—— 物有所值
- 奥卡 (OKA) <302>
—— 深受低收入群体欢迎
- 乌阿斯 (UAZ) <304>
—— 军用民用并重



马自达概念车流Nagare

中国汽车 <306>

解放 <308>

红旗 <310>

夏利 <312>

海马 <313>

金杯 <314>

中华 <315>

东风(风神) <316>

跃进 <318>

雅途 <320>

金龙 <321>

东南 <322>

中兴 <323>

目录 CONTENTS

目录 CONTENTS

大迪	<324>
—— 机会与梦想同在	
双环	<325>
—— 华而不贵	
哈飞	<326>
—— 星星相映，心心相印	
长丰	<327>
—— 像猎豹一样	
长安	<328>
—— 稳重，遒劲，优美	
长城	<330>
—— 每天进步一点点	
比亚迪	<331>
—— 多动力国民用车	
奇瑞	<332>
—— 外形是好的，价格是低的	
吉利	<333>
—— 经济的，实惠的	
华普	<334>
—— 运动的，时尚的	
吉奥	<335>
—— 永远在行动	
力帆	<336>
—— 动力强劲，配置丰富	
北京	<337>
—— 空前绝后的传奇	
福田	<338>
—— 创新，永不止步	
江淮	<339>
—— 制造更好的产品	
其他著名汽车	<340>
斯柯达 (SKODA)	<340>
—— 睿智，感悟，恒久，魅力	
太脱拉 (TATRA)	<344>
—— 尊重传统，特点突出	
霍顿 (HOLDEN)	<346>
—— 称霸澳洲车坛	
西亚特 (SEAT)	<350>
—— 动力性，安全性，具有斗牛士的风格	
斯太尔 (STEYR)	<354>
—— 重卡驰名世界	
世爵 (SPYKER)	<356>
—— 豪华的，可靠的，独一无二的	



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。



俄罗斯汽车的特点

组装汽车发展快，国外品牌多，小排量轿车、越野车多，技术相对落后，工艺略显陈旧。



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；载货车外形朴实，线条粗犷；技术多为引进，讲究实用性。

美国汽车

美国简况

美利坚合众国(The United States of America)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。

▲美国国徽

美国人口2.96亿(2005年7月)。白人占75%,拉美裔占12.5%,黑人占12.3%,亚裔占3.6%,华人约243万,占0.9%。通用英语。56%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10%。首都华盛顿哥伦比亚特区(Washington D. C.),人口约57万(2006年)。全国共分50个州和1个特区(哥伦比亚特区),有3042个县。

2004年,公路总里程达到640.76万km,其中高速公路8.8万km,居世界第一;共有轿车13763万辆、载货汽车9205万辆。

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,确定了查理斯·汤姆逊(Charles Thomson)和威廉·巴顿(William Barton)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



BUICK



GMC

Geo

LINCOLN
HUMMER

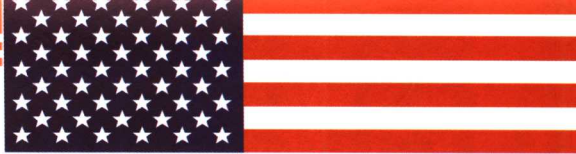


MERCURY



Jeep

The United States of America



► 美国国旗

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。

美国汽车工业概况

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(J. Frank & Charles E. Duryea)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;1963年以后,汽车产量猛增,年产量超过1000万辆。从1906年起,除1980~1992年以外,美国汽车年产量一直居世界第一位。

2005年,美国国内生产汽车1192.12万辆。现在美国是世界上生产汽车和汽车保有量最多的国家。汽车工业、建筑工业和钢铁工业被称为美国经济的“三大支柱”。2006年,美国汽车销量为1650万辆。

美国汽车工业呈现出“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。

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。



▲ 杜里埃兄弟研制的美国首批汽油机汽车(1893年)



▲ 杜里埃兄弟驾车展示

America





通用 GM

无所不在的巨人

▲ 简洁的通用车标

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)。

1904 年的一天, 43 岁的杜兰特遇见了一位叫布尔兹的朋友, 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, 杜兰特给陷于困境的别克汽车公司投资 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。



1919 年建造的当时世界上最大的办公大楼——通用汽车大厦

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)。同年 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, 通用公司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 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, 由 5 个业务部门组成: 汽车业务部 (下

▼ 现在的通用总部办公大楼





◀ 通用公司创始人威廉·杜兰特 (1861-1947)

辖北美、欧洲、亚太、拉美非洲中东4个部)、金融信用公司(GMAC)、休斯电子公司和电子数据系统公司、艾里逊变速器部、汽车机车部(EMD)。原先的德尔福(Delphi)汽车系统公司(主管零配件供应)已于1998年分离出去,

GM



▲ 杜兰特试坐别克汽车 (1904年)



▲ 杜兰特的继任者阿尔弗雷德·斯隆
为通用公司开创了一个崭新的时代

成为一个独立的上市公司。

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。现在奥兹莫比尔分部、吉喔分部已撤销。

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、日本五十铃、日本铃木、瑞典绅宝、韩国大宇、美国汽车综合公司(AM General)等。

在中国上海通用和沈阳金杯,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。

2006年,通用全球销售汽车909万辆(在美国本土销售4124645辆,在中国销量达到了876747辆)。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近80年之久。

二、车标

美国通用汽车公司是世界最大的汽车公司,其商标可能是世界上最简单的。

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



▲ 1919年建造的当时世界上最大的办公大楼——通用汽车大厦

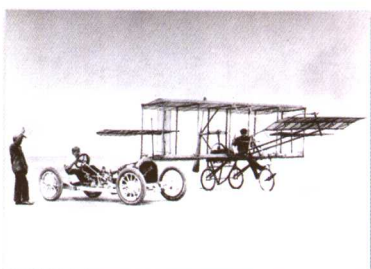




▲ 大卫·别克 (1854-1929)



▲ 在弗林特生产的第一辆别克 (1904 年)



▲ 早期的别克汽车与飞机比赛

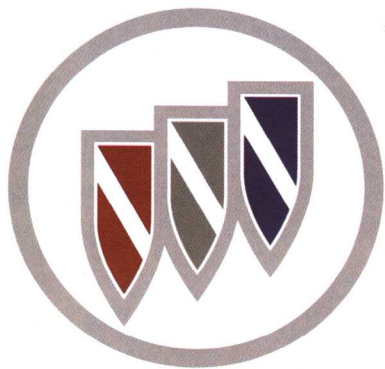
一、品牌

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

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)兄弟的帮助下,别克汽车公司在底特律正式成立。



BUICK®

别克

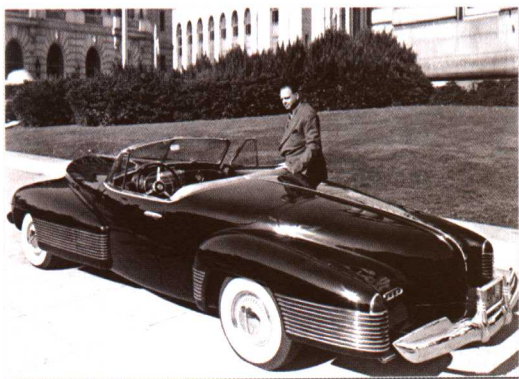
大功率, 个性化, 实用性, 成熟

别克公司由于不善经营，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。



▲ 别克 Y-job 是汽车工业史上的第一款概念车（1938 年）



▼ 具有浓烈古朴风味的别克云雀 Skylark（1953 年）



1997年，上海通用汽车公司成立。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。

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。

二、车标

别克的车标为三重盾形标志，是由别克的缔造者苏格兰人大卫·别克的家族盾形纹饰衍化而来。

别克汽车首次使用别克家族的家徽作为装饰是在1937年的新款车型上。在1939年该标志作了修改（变得更长更宽）。1942年盾形标志被又一次改为典型的家徽模式，但在此基础上别克公司作了一些改变。





▲ 别克概念车天蓝 Cielo (1999 年)

其后，别克的车标经历过多次重大改动。

1949 年标志被加宽，并加入了车盖和格栅样

BUICK

式，但其原来式样的基本要素仍被保留下来。

1959 年对其盾形车标动了一次大手术，采用红、白（后被银灰替代）、蓝三重盾形，代替了单一的盾形图案，以代表当年别克生产的三种车型（它们是 LeSabre, Invicta, Electra）。这三把颜色不同并从高向低处依次排列在不同高度位置上的利剑，给人一种积极进取、不断攀登的印象；表示别克的顶级技术，刀

刀见锋；也表示别克部培养出的人才，个个游刃有余，是无坚不摧、勇于登峰的勇士。其三个盾牌，也像三枚奖章或三颗炮弹。

1957 年，别克“鹰”标志作为“鹰”车型的一部分出现了。它获得了很好的

▼ 通用的“梦幻”汽车就是指的别克



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





◀▶ 目前所使用的别克车标



BUICK®



▲ 别克家族的家徽

反响，以致到了1976年在所有的车上都出现了一只鹰停留在别克字样上，鹰的形象变得家喻户晓，甚至在电视广告中出现了一只名叫“Happy”的红尾鹰停在别克车盖装饰物上的画面。

20世纪70年代别克汽车公司曾一度启用鹰形标志，作为其天鹰系列的车标很快应用于其他所有车型，但到了80年代后期，别克管理层决定重新推广三重盾形标志，因此别克“鹰”标志退出了历史舞台。

目前所采用的别克车标在保留原有基本图形的基础上已化繁为简，取消了鹿头、十字架和对角条纹中的格子图案。

▼ 曾经使用过的部分车标



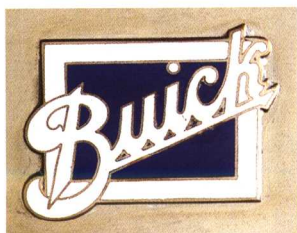
1904 年



1905 年



1911 年



1913 年



1959 年



1990 年





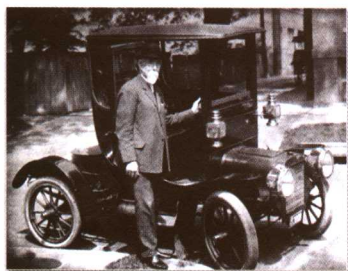
一、品牌

凯迪拉克(Cadillac)品牌由美国汽车精细生产大师亨利·利兰(Henry M. Leland)创立。

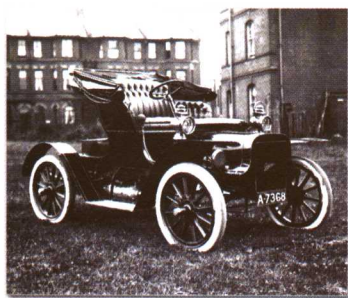
大名鼎鼎的亨利·福特于1902年离开了他与其他投资人创办的底特律汽车

凯迪拉克 Cadillac

高贵，豪华，气派，潇洒



▲ 凯迪拉克 Osceola 深受亨利·利兰的喜爱，首开轿车设计的先河 (1905年)



▲ 最初的凯迪拉克 A 型汽车 (1902 年)

▼ 凯迪拉克爱都 Eldorado (1953 年)



▲ 凯迪拉克 62 系列 (1959 年)

公司。该公司的投资人聘请利兰主持汽车生产，利兰说服投资人继续经营下去，并将公司更名为凯迪拉克汽车公司，专门生产豪华轿车。第一辆凯迪拉克完成于1902年10月17日。仅仅几个月时间，最初的A型凯迪拉克汽车就在1903年1月纽约车展中露面了。1905年，利兰出任凯迪拉克公司的总经理。

凯迪拉克汽车公司成立时利兰之所以选用“凯迪拉克”这个名字，是为了向法国的皇室贵族、探险家安东尼·门斯·凯迪拉克(Antoine de la Nothe Cadillac)表示敬意，因为他在1701年建立了底特律城。200年后，为了纪念这位法国人的功绩，继承他的开创精神，利兰以其名字成立了凯迪拉克汽车公司。

1909年7月29日，通用汽车公司终于用5969200美元求得了凯迪拉

