

KEJIBOLAN

科技博览大视野丛书

DASHIYE

汽车与现代生活

孙广来/主编



内蒙古人民出版社

· 科技博览大视野丛书 ·

汽车与现代生活

孙广来/主编

内蒙古人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

汽车与现代生活/孙广来主编,一呼和浩特:内蒙古人民出版社,2007.5

(科技博览大视野丛书)

ISBN 978-7-204-09085-3

I. 汽... II. 孙... III. 汽车工业—工业史—世界—青少年读物 IV. F416.471-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 071091 号

科技博览大视野丛书

孙广来 主编

责任编辑	王继雄
封面设计	山羽设计
出版发行	内蒙古人民出版社
地 址	呼和浩特市新城区新华东街祥泰大厦
印 刷	三河市德辉印务有限公司
经 销	新华书店
开 本	787×1092 1/32
印 张	120
字 数	1900 千字
版 次	2007 年 6 月第一版
印 次	2007 年 6 月第一次印刷
印 数	1-5000(套)
书 号	ISBN 978-7-204-09085-3/G·2550
定 价	458.00 元 (全 32 册)

如出现印装质量问题,请与我社联系。

联系电话:(0471)4971562 4971659

目 录

第一章 车名的故事	(1)
轿车的别称	(1)
美国汽车的命名	(3)
为什么日本车常取欧美牌名	(5)
日本著名汽车车名的含义	(6)
汽车商标趣谈	(8)
汽车商标上的动物	(14)
“的士”的来历	(15)
“吉普”是专利商标	(16)
第二章 汽车的发展	(18)
第一辆现代汽车	(18)
汽车史上的三次重大变革	(21)
汽车发展过程中的十大技术革新	(27)
第三章 汽车外形	(38)
马车型汽车	(40)
箱型汽车	(42)
甲壳虫型汽车	(44)
子弹头型汽车	(46)

第四章 世界著名汽车公司	(49)
通用汽车公司	(50)
福特汽车公司	(52)
克莱斯勒汽车公司	(55)
丰田汽车公司	(57)
日产汽车公司	(59)
本田技研工业股份有限公司	(62)
戴姆勒—奔驰汽车公司	(64)
大众汽车股份公司	(67)
菲亚特汽车公司	(70)
雷诺汽车公司	(72)
标致股份公司集团	(74)
现代汽车公司	(76)
第五章 与众不同的汽车	(79)
超微型汽车	(79)
日产 FEV 电动轿车	(80)
蛋形汽车	(81)
泡泡车	(81)
脚踏“汽车”	(82)
方向盘在中间的小轿车	(83)
折叠双人座小轿车	(83)
住宅车	(84)
滑行车	(84)
游泳车	(85)

弹性汽车	(85)
五只车轮的小汽车	(86)
自动变速转弯的汽车	(86)
能爬楼梯的救火汽车	(87)
安全轿车	(87)
小巧型汽车	(88)
会听话的汽车	(88)
有视力的汽车	(89)
折叠汽车	(90)
第六章 汽车小秘密	(91)
防弹车的秘密	(91)
汽车上经常出现的小标志	(92)
汽车的车辆识别号	(93)
一部汽车究竟有多少零部件	(95)
汽车灯光的语言作用	(95)
高级轿车的秘密	(96)
小轿车中哪个位置最安全?	(98)



第一章 车名的故事

汽车和人一样，也有自己的名字。纵观世界上的汽车，品种繁多，车名更是五花八门。汽车制造厂家，汽车设计大师们，在给汽车命名的时候，总要大动一番脑筋，因为车名是否响亮，对于汽车的销路有很大关系。

轿车的别称

鳞次栉比的高楼，川流不息的汽车，是现代城市的典型画面，尤其是各种各样的轿车，更为城市景观增添了动感和色彩。

面对潮水般涌来的小轿车，在您盛叹之余，可曾想过“轿车”这个名称的由来呢？

第一个将小汽车正式命名为“Sedan”的人是美国汽车大王亨利·福特。

福特在1908年推出著名的T型车。T型车采用了封闭车身，使汽车由敞篷式发展到封闭式，舒适性和安全性都有了很大的提高，这是个了不起的进步。厂家推销



科技博览大视野丛书

科技博览大视野丛书

时自然要突出这一优点，但当时还没有一个合适的名称，流行的叫法是 ClosedCar，意思是封闭式的小汽车，这一叫法显示了汽车的技术内容，但文彩不足。

老板福特，为此大伤脑筋。大概是由于 T 型车的外形像轿子，或许是受了下属的启发，福特想起了 Sedan。1915 年，Sedan 正式出现在福特公司的产品目录上，代表采用封闭式车身的家用小汽车。福特选定 Sedan 这个词还另有一番苦心，Sedan 原是欧洲贵族的代步工具，在 18 世纪的美国也只是纽约和费城等少数工业城市中的富人享用。他的 T 型车取名 Sedan，顾客在购车时肯定会有一种心理上的满足。

不过，开始只是美国人叫 Sedan，欧洲人却另有称谓。英国人叫 Saloon，中文译为“沙龙”，属时髦词汇；德国人叫 Limousine，源于德国中南部名城利摩日，该城曾流行一种豪华马车，这种采用封闭式车厢的马车即叫 Limousine；法国和意大利人称轿车为 Berline，也是从马车搬过来的。

中国的文字宝库中本来就有轿车这个词，当然不是指现在的这种小汽车，而是一种作轿子用的骡车。拿出来掸掸土，套在 Sedan 上正合适。可是轿车这个词用久了，很容易产生误解，以为轿车就是代替轿子的一种车，以至于忘却了它的本来含义。





美国汽车的命名

大约在 50 年代，福特汽车公司曾邀请当时饮誉美国诗坛的玛丽安娜·穆尔为该公司一种绝密的试验车起个名字。穆尔以她渊博的语言知识，经过反复斟酌，给该车取了一种山草的名字：银剑。但是，福特公司否決了这一命名，而决定采用该公司创建者亨利·福特之子的名字，给该车命名为“埃兹尔 (Edsel)”。后来这辆试验车命运乖蹇，“埃兹尔”遂成为汽车取名失败的同义词。

现今的美国，汽车行业的命名非常不易。如默丘利汽车公司在为它的新型小货车命名为“村民”之前，曾打算定名为“哥伦比亚”，因为这个名字同美国“哥伦比亚”号航天飞机一样，具有象征意义，可是又担心它容易使人联想起哥伦比亚的毒品走私，考虑再三，最终放弃了这一名字。

为一种新型汽车命名的工作既费时又耗资，要经过挑选、研究和商标注册，整个过程约花费 20 万美元之巨。给汽车取名，常常是从这种车的设计者、研制工程师和生产计划人员中开始进行的，公司的广告部门也常常为取名出谋划策。一些咨询公司，如旧金山的专名研



究公司还为之献计献策。

给汽车命名的程序一般是这样的：首先，经理、广告战略人员和其他相关人员在一起聚会，开始第一次筛选，将 100 个、甚至更多的名字筛选到只剩下 10 ~ 20 个。接下来是对消费者进行调查。对那些可能购买新车的人，调查人员问他们对将选购的新车的牌子作何感想，并提供一种新的车牌让他们考虑。如此一一进行下去。经过这一过程的淘汰最后一般只剩下五六个名字。然后是对幸存下来的名字作法律上的调研，委托专门公司开始对拟定商标进行调查，看是否已经有车使用这种名字。日产自动车公司美国分公司总经理厄尔·赫斯特伯格说：“找到一个恰如其分、不会冒犯别人又不被他人拥有的名字是极其困难的。”

给一辆汽车取名字，争来争去，煞费苦心。可是取了一个不受欢迎的名字可能是灾难性的。在这一点上，没有哪家公司比奥兹莫比尔汽车公司感触更深。那些曾经忠诚不二的顾客都转而购买其他汽车。该公司曾经考虑更改其已有 96 年历史的公司名称，但最后决定还是保留老名称。他们汲取教训，将新型的豪华型轿车取名为“奥罗拉”。由于没有提及奥兹莫比尔这个名字，“奥罗拉”的行情很是看好。知道为什么吗？因为奥兹莫比尔（Oldsmobile）这一词由“old”（老）和“mobile”（运动的）组成，总使人想起行走不便的老年人。



为什么日本车常取欧美牌名

日本汽车制造厂家每年申请注册的车名有 2000 多种，其中很多车名取自欧美语言。这是为什么呢？有人推测日本人选用欧美语言作车名，是为了在欧美市场上推销他们的产品，有其战略意义，其实不尽然，因为亚洲这个大市场也有不少的日本车，甚至那些只限在本国销售的车也取了欧美名，实际上这反映了日本社会的西方意识。

欧美国家进入工业社会和现代物质文明社会较早，而且至今仍保持领先地位，他们的衣着和生活方式很受日本人的羡慕，所以日本人普遍有着一一种摹仿欧美人的倾向，对此还有一个有趣的小故事。一个应邀参加本田公司“Legend”车开发的美国加利福尼亚设计小组遵照本田总部“车形要能体现日本特有文化”的指示，提出用日本汉字来设计轿车名的徽章，这样容易给轿车一个真正的日本形象。因为在他们看来，日本汉字虽产生于中国文化，但 1000 多年的历史，已使其深深地融入了日本文化之中。结果他们大为惊愕，这个提议在本田总部引起了一致的反对。每个日本人都明白道理所在，而美国人对此却大惑不解。



日本著名汽车车名的含义

丰田皇冠 (Crown): Crown 在英语中是皇冠的意思, 它象征着永久占领日本国产车的王位。皇冠牌车于 1955 年 1 月开始销售。在日本车的所有牌号中, 车历仅次于达特桑 (Datsun)。

丰田光冠 (Corona): Corona 在英语中是光冠的意思, 即在太阳的周围出现的白色光环, 这个名字意味着使用该车者是和蔼、亲密的家族。该车于 1957 年 7 月开始销售。

丰田花冠 (Corolla): Corolla 英语意思是花冠, 这个车名适用于非常引人注目、外形美的紧凑型车。该车于 1966 年 11 月开始销售。

丰田世纪 (Century): Century 在英语中是世纪的意思, 为纪念丰田汽车公司的创业者丰田佐吉诞辰 100 周年, 即一个世纪, 故用这个词作为车名。该车于 1967 年 11 月开始销售。

丰田卡利娜 (Carina): Carina 在英语中是飞向未来, 美好愿望之意。另外, Carina 又是早春在天空的南方出现的龙骨星座的名称。商标图案是由 Carina 的第一个字母 C 结合南船星座的图形设计而成, 它表现了在崭

汽车与现代生活



新技术中应运而生这种车的性格。该车于1970年12月开始销售。

丰田神圣 (Celica): Celica 在西班牙语中是神圣、天圣之意。Celica 这个名字带有神秘色彩, 苍穹的宇宙和车的形象浑然一体, 更能引起人们的遐想。该车于1970年12月开始销售。

丰田追击者 (Chaser): Chaser 在英语中是追击者、猎人的意思。Chaser 牌车的商标图案是由象征着追击者的盾、弓、箭构成。该车于1977年6月开始销售。

日产蓝鸟 (Bluebird): Bluebird 在英语中是蓝色鸟的意思。该车取名于比利时的诗人、剧作家梅蒂尔林克的名作《蓝鸟》, 蓝鸟是幸福的象征。该车于1959年7月开始销售。

日产 (Cedric): Cedric 是巴奈特夫人的童话“小公子”中的青年主人公的名字, 它象征开朗、健康和美丽。该车于1960年4月开始销售。

三菱快乐 (Dabonair): Dabonair 在英语中是形容词, 有温顺、典雅、快乐的意思。为表示该车从外到里是完美的, 因而被命名为“快乐”牌。该车于1964年6月开始销售。

五十铃御马 (Florian): Florian 是古代奥地利皇帝最钟爱的一匹马的名字, 据说它是一匹纯白色的骏马。该车借用这匹稀有名马的名字命名, 称这种车为“御

汽车与现代生活





马”牌车。该车于1967年12月开始销售。

松田卡佩拉 (Capella): Capella 在拉丁语中是御夫星座主星的名字。在罗马神话中,某人由于发明四轮马车有功而成为雅典王,并以星座的名字命名。Capella 音译成中文为“卡佩拉”。该车于1970年5月开始销售。

汽车商标趣谈

我们所看到的汽车,无论是轿车还是公共汽车、卡车,几乎所有车辆的车盖前端或水箱散热器外罩上都有一个装饰或一排精美的文字,这就是汽车商标。汽车商标,是艺术性和象征性的统一,是质量、信誉、原则和精神昭示于世的图腾。世界著名的汽车商标,都是汽车企业家、汽车工程技术专家和工人世代拼搏,付出血汗换来的。

丰田汽车公司的新商标,由三个椭圆形的环组成,中间的两个椭圆环一横一竖,垂直组合,构成了一个“T”字。这是丰田公司“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”字与外面的椭圆上部重叠,下部接触重合,使“T”字最大限度地占据了椭圆空间,充分反映出丰田公司要把自己的技术、产品推向全世界的愿望,突出体现

汽车与现代生活



qi che gu xian dai sheng huo

了丰田汽车公司“有车必有路，有路必有丰田车”、“为生产世界各地人民所喜爱的汽车而努力奋斗”的宗旨。三个外形近似的椭圆形环巧妙组合在一起，使图案具有空间感，其内涵正如该公司所解释的：它象征着丰田立足于未来，对未来的信心和雄心；它象征着丰田立足于顾客，对顾客的保证；它意味着丰田的产品能使顾客称心满意；它意味着丰田的技术之高和革新的无穷可能性。椭圆让人感觉到温雅、柔和、亲切，表示了丰田汽车的质量圆满，经营圆满、服务圆满。丰田汽车公司的新商标如此高度提炼概括，形象鲜明简洁，构思含蓄巧妙，决不是设计师的妙手偶得，而是经过不断提炼改进而成的。

三菱汽车公司的三个菱形是从几个世纪前的三片树叶演变而来的，是从1873年三菱集团的创始人岩崎弥太郎将“九十九商会”改称为“三菱商会”时开始使用的，1917年三菱商标注册。三菱体现了公司的三个原则，即承担对社会的共同责任、诚实与公平，以及通过贸易促进国际谅解与合作。

东洋工业公司的商标图案中“m”是日语“松田”拼音(MAZDA)的第一个字母。松田是东洋工业公司创始人的名字，商标也可译成“马自达”。

大发工业公司的大发商标是根据大发的拼音(DAIHATSU)中第一个字母D变化而来，据该公司解



科技博览大视野丛书

科技博览大视野丛书

释这个设计表现出“永葆青春”的大发精神。

铃木汽车工业公司的商标图案是由“铃木”拼音(SUZUKI)中第一个字母“S”变形而来,据该公司解释,这种设计给人以力量的感觉,象征着发展中的“铃木”。

富士重工业公司的商标,采用是与希腊神话有关的图案。其商标是一个昴宿星座,有六颗星,象征着组成其母公司富士重工各公司。根据希腊神话记载,昴宿星座团是顶天巨神阿特拉斯与普拉恩的女儿,主神宙斯把她们变为鸽子,并把装扮成她们的假人放在天上以保护她们免受猎人奥利安杀害。令人不解的是阿特拉斯有七个女儿,富士商标却只有六颗星,那一颗是否早已被猎人奥利安射杀呢?

凯迪莱克汽车公司的取名是为了向法国的皇家贵族、探险家安东尼·门斯·凯迪莱克表示敬意,因为他在1701年建立了底特律城。其商标图案上的冠象征着凯迪莱克家族的纹章,冠上的七颗珍珠显示了皇家朝廷的贵族血统,盾象征着凯迪莱克军队的英勇,盾形纹章表现了底特律城创始人的勇气和荣誉,同时也象征着凯迪莱克汽车公司在汽车方面的先驱和领导地位。

福特汽车公司的商标是采用福特(Ford)英文字样。由于创建人亨利·福特喜欢小动物,所以标志的设计者将福特字样画成小白兔样子的图案。初时,标志是



压印在车头散热器的外壳上，后来增加了椭圆形的外框。

德国的戴姆勒·奔驰汽车公司由两家公司合并而成，其商标也是合二为一。戴姆勒公司原商标是三个尖的星（三叉星），下边排着“MERCEDES”字样，而奔驰公司的商标是二重圆中的“BENZ”字样，包围着它的是月桂树叶的图案。融合后的商标是二重圆中一颗三叉星，“梅塞德斯”和“奔驰”的字母分别在上下两侧。现在公司标志以及汽车散热器上方的立体图案是简化了的形似方向盘的一个环形圆围着三叉星。

奥迪公司的商标是“四连环”。四个连环表示四家公司，DKW, Audi, Horch 和 Wandtrrer，它们在 1932 年组成 Auto Union，即汽车联盟。奥迪的名称曾一度消失，1964 年福士车厂接管汽车联盟，第二年推出 1.7 升奥迪汽车，仍保持了“四连环”的标志。

波尔舍研究设计发展公司在斯图加特市，因此该公司标志的中间部分采用斯图加特市的纹章。纹章中央是一匹马，上方是“斯图加特”（STUTTGART）字样，这是因为斯图加特作为名马产地早在 16 世纪就出了名。纹章的左上和右下方是鹿角的图案，表明该地也曾是狩猎的场所，右上方和左下方黑色条纹意味着土地肥沃，红色象征着人们的智慧。

意大利阿尔法·罗密欧公司的商标，是米兰市的市

