

名 车 梦 幻 百 年 史 诗



中国汽车画报社 编著
李京生 张文杰



电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
<http://www.phei.com.cn>

名车梦幻 百年史诗

中国汽车画报社 编著
李京生 张文杰

大众



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书通过成功的历程、品牌与商标、汽车博物馆、今日概况、新车览胜五大部分，详细介绍了大众公司的车型、商标、人物、史实、演进、沿革，全方位展现了大众公司栩栩如生的品牌形象。

本书是国内第一本全面、系统、深入地关注大众公司历史和品牌文化的图书，内容深入浅出，融知识性和趣味性于一体，既可作为故事阅读，又可作为画册浏览；既可作为艺术欣赏，也可作为手册查询。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

大众 / 李京生, 张文杰编著. —北京: 电子工业出版社, 2005.5
(名车梦幻 百年史诗)
ISBN 7-121-01133-6

I . 大 ... II . ①李 ... ②张 ... III . 汽车工业 - 工业企业 - 概况 - 德国 IV . F451.664

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 036297 号

责任编辑: 夏平飞 祁 祎

印 刷: 中国电影出版社印刷厂

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

经 销: 各地新华书店

开 本: 889 × 980 1/16 印张: 8.5 字数: 203 千字

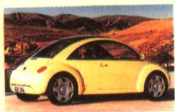
印 次: 2005 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册 定价: 30.00 元

凡购买电子工业出版社的图书, 如有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系。联系电话: (010)68279077。质量投诉请发邮件至 zllts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

名车梦幻 百年史诗

献给新世纪爱好汽车和汽车文化的朋友们



你知道世界第一辆汽车的来历吗？
 你知道为什么国外把奔驰轿车叫做梅赛德斯吗？
 你知道建立大众汽车公司是谁的提议吗？
 你知道用集邮方式分期付款销售汽车是谁发明的吗？
 你知道奥迪为什么用四环作为标志吗？
 你知道保时捷大师家族对汽车业的贡献吗？
 你知道BMW名称的含意和宝马公司的几起几落吗？
 你知道劳斯莱斯、宾利、迈巴赫、布加迪、兰博基尼……这些世界顶级汽车品牌的历史吗？
 甚至，你知道迷你裙和汽车的关系吗？
 ……

曾几何时，拥有一辆轿车还是中国百姓心中遥远的梦境。进入新世纪，轿车好似昔日王榭堂前燕，已经进入寻常百姓家。中国成为了世界汽车生产和消费大国。舒适如履，温馨如家，轿车已经开始成为国人生活的组成部分，已经开始以其特殊的形态影响着人们的生活。

中国大地上川流不息的轿车，不仅以其奇美的造型吸引着国人的眼球，更引起人们的遐想。百余年来，轿车已经从一个普通的交通工具，发展成为一个移动的人间殿堂。她代表了乘车人的身份、地位、性格、爱好、财富；她集交通、消费、娱乐、艺术为一身，深入到人类社会之中，形成了独特的汽车文化。使人们在享受汽车物质文明的同时，更感受到她给人们带来的丰富的精神内涵。

汽车工业发展的历史不仅是工业发展的历史，也是文化、艺术和人类文明发展的历史。热爱汽车的朋友们，怎能将自己置身其外？

经常有朋友和读者向我们询问一些汽车方面的历史知识，更要求我们介绍一些有关的书籍。

但是，我们尚不能找到一本完整、真实、系统描述世界汽车工业历史的书籍，能够满足国人的需要。因此，我们接受了一项重大任务，着手编纂一部世界汽车工业的历史，把她奉献给热爱汽车的读者。

然而，我们远未估计到这项工作的难度。我们在浩瀚的资料中找寻着每个公司的历史精要。一些历史情节，由于年代久远，甚至有些公司自身的资料也有矛盾之处。经过几年的努力，在多方、尤其是世界各大汽车公司的支持下，我们终于完成了这项艰巨的工作。

每当编完一个公司的历史，我们都要掩卷感叹，一家又一家汽车公司的发展，一个又一个汽车品牌的演进，好似一篇篇动人的乐章，时而有如飞湍奔瀑，激越昂扬，令人回肠荡气；时而又似滴泉流溪，低回悱恻，引人思绪缠绵。如果把世界汽车工业的历史比做一条悠远的星河，每个汽车公司就是一个巨大的星团，公司的每个品牌、车型就像组成星团的星系，每个星系，在核心恒星周围，又有众多的行星、卫星……环绕运行。有多少巨星已经成为流星，划空而过，留下闪亮的尾光；多少星系仍在发展演进，至今群星璀璨、烁烁耀眼。世界汽车史中包含的知识、故事、乐趣和深邃寓意远超我们的想像。我们相信，每一位汽车爱好者和关注者都能在其中受到深深的震撼。

本书可称国内第一部全面、系统、深入关注世界著名汽车公司历史和品牌文化的大型系列图书，既可作为故事阅读，又可作为画册浏览；既可作为艺术欣赏，也可作为手册查询。

根据市场需求，我们将按厂家分册出版。通过成功的历程、品牌与商标、汽车博物馆、今日概况、新车览胜五大

前言

栏目介绍车型、商标、人物、史实、演进、沿革，全方位展现各公司栩栩如生的品牌形象。

本系列图书编写过程中，我们得到了多方面的帮助。我们首先要感谢原国家机械工业部吕福源副部长，以及刘匀、李万里、董扬、张克等有关领导，他们为本书的启动给予了极大的帮助。我们还要感谢广大汽车爱好者们始终关心、关注本书的编著进程，激励我们完成这项工作。我们尤其要感谢如下机构和人员对本书的编写所提供的热情支持和帮助：

Konzern Corporate Identity, VW Group
Volkswagen Communication
Corporates Archives

Communications, Luxury Cars
VW Group
Head of Communications, Luxury Cars
VW Group
大众汽车（中国）投资有限公司

Audi Tradition
AUDI AG
奥迪汽车北京代表处
斯柯达汽车北京代表处
Direttore Comunicazione
Automobili Lamborghini Holding S.p.A.
Communications Manager, Asia-Pacific
Rolls-Royce & Bentley Motor Cars Limited
Director of Worldwide Communications
Rolls-Royce & Bentley Motor Cars
Corporate Public Relations Manager
Rolls-Royce & Bentley Motor Cars
Regional Managing Director
Corporate Public Relations
Rolls-Royce & Bentley Motor Cars
Corporate Public Relations
Rolls-Royce & Bentley Motor Cars

Public Affairs
Bentley Motor Cars
Marketing Communications & PR Manager
Asia Pacific
Bentley Motors Ltd

当今世界汽车工业竞争日益激烈，各大汽车公司不断推出新车型满足市场需要，新技术应用也层出不穷。由于我们水平和能力的局限，失误和疏漏在所难免，恳请广大读者帮助，如发现问题，请与我们联系，我们将尽力改正。联系电话：010-88132024。

作者

2005年4月于北京

Vera Vincentz
Bernd Graef
Ulrike Gutzmann,
Manfred Grieger
Anne-Hélène Casse

Georges H. Keller

赵家佑
马静华
Ursula Harrer

侯剑岚
Sergio Fontana

Richard de Leyser

Sarah Perris

Deborah Risby

Derek Davies

Lisa Palmer
Tara Hollis
Lisa McLearn
Lisa Palmer
Sarah Perris
Julian A Jenkins



D a z h o n g



目 录

CONTENTS



成功的历程

2

Brief History

始于“大众汽车”的大众汽车公司

3



品牌与商标

14

Brand & Trademark

四环标志与奥迪起源



14

宾利：勒芒之星 胜利之翼



38

布加迪：轮子上的艺术品



52

D a z h o n g

兰博基尼：咆哮的斗牛 	64
西亚特：50 余年的历史 	76
斯柯达：从一辆损坏的自行车说起 	82



汽车博物馆	88
Auto Museum	



今日概况	112
Today's Surrey	



新车览胜	118
New Models	



大众



成功的历程

Brief History



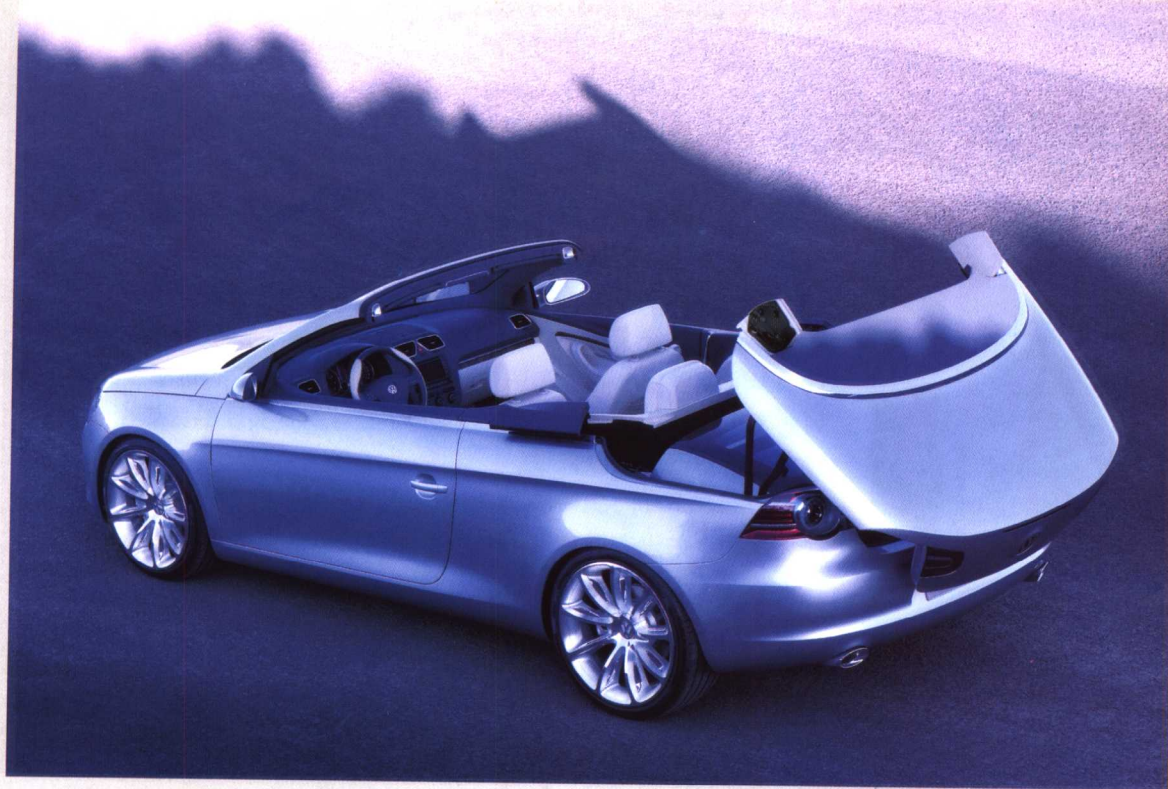
成功的历程

Brief History



大
众

在德国，最早的汽车是服务于上层社会的，只有有钱人才买得起这一全新的复杂产品。当时人们肯定地认为，在未来相当长的时间内，公共汽车是惟一真正意义上的“大众汽车”。然而，Volkswagen——大众汽车公司的出现，揭开了汽车工业发展的新篇章。



始于“大众汽车” 的大众汽车公司

【费迪南德·保时捷与“大众汽车”】

1934年1月17日,费迪南德·保时捷(Ferdinand Porsche)向德国政府提交了一份题为“关于制造德国‘大众汽车’陈述”的建议书,并于1934年6月22日由德国汽车工业协会出面与保时捷设计公司签约,开始进行“大众汽车”的研发计划。德国政府对“大众汽车”提出了五项要求:

1. 速度:为适用于正在兴建的高速公路,必须具有至少100公里/小时的巡航能力;

2. 经济性:油耗每百公里7升,维修零部件

价格便宜;

3. 容量:有足以容纳4~5人的空间;

4. 发动机:采用风冷式发动机;

5. 售价:低于1000马克。

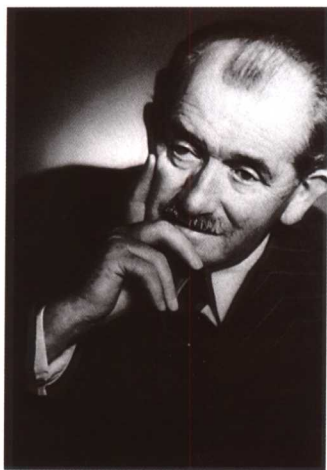
这一研发计划的宗旨是希望开发一款大多数人买得起用得起的汽车,从而对全社会个人出行机动化新概念进行一次激动人心的尝试。

此时的费迪南德·保时捷已经经历不凡,曾先后担任奥地利戴姆勒汽车制造厂产品开发与生



成功的历程

Brief History



费迪南德·保时捷
(1875.9.3—1951.1.30)

产负责人，德国戴姆勒汽车制造厂技术主管和管理董事会成员，奥地利斯太尔制造厂经理等，并于1930年12月1日开办了自己的设计室。

设计精品赛车和为平民大众设计汽车是保时捷的两大人生理想。第一个理想已经实现。早在1922年，他在戴姆勒公司设计的轻型赛车就以106英里/小时的车速，获得西西里汽车大赛的冠军，此后一系列的赛车设计更使他声名赫赫。如今，面对就要实现的第二个理想，保时捷激动不已，跃跃欲试。

1935年10月，第一辆样车制成了。这辆样车与最终设计看起来有很大不同，如没有后窗（由于后置发动机的散热需要，大面积的散热孔占去了后窗的位置）、脚踏板（running board）和保险杠，前大灯位于行李厢盖边缘，车门折叶位于后端等。1936年2月，又两辆样车制成了，其中包括一辆敞篷式汽车。

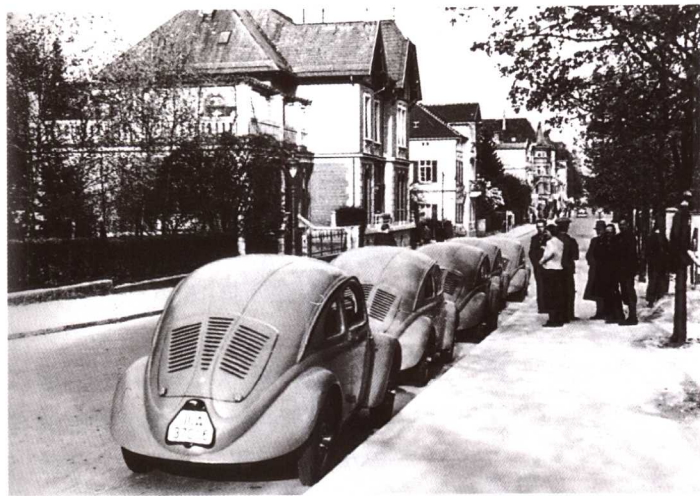
由于这一理想中的“大众汽车”必须满足较高的要求，而保时捷又恰好是个完美主义者，因此，车型的开发花费了比预计更长的时间。

1935年10月第一辆样车
V1，排量900毫升，功率
22马力/3100转/分

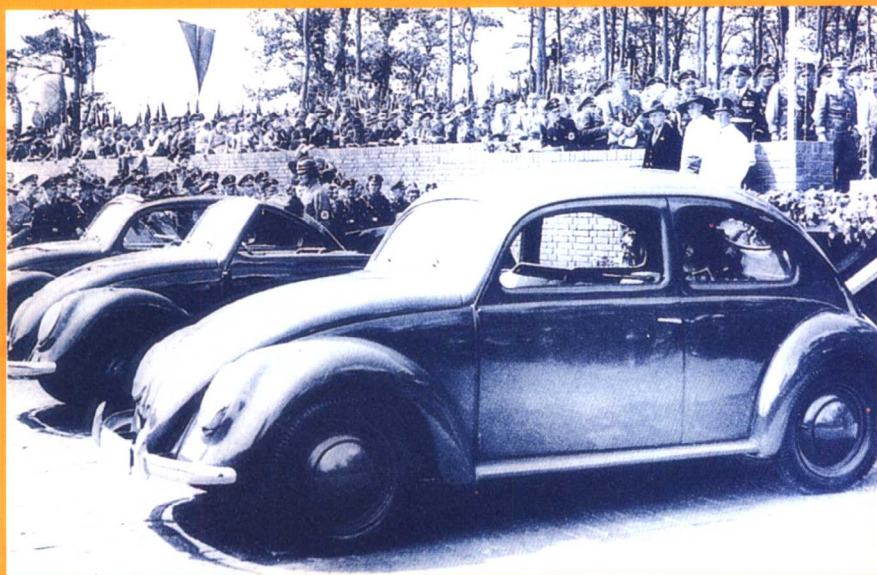


1936年至1937年，通过3辆样车5万公里，以及另外30辆样车总共240万公里行车试验，结果令人颇为满意，为进一步完善设计打下了基础。1938年，“大众汽车”的最终设计终告完成。这是一辆采用986毫升空冷水平对置式发动机的汽车，这就是著名的“甲壳虫”。

它最大功率23.5马力/3200转/分，最高车速102公里/小时，50公里/小时匀速时的耗油量为16公里/升，车身形式有标准型、天窗型和敞篷型，标准型售价990马克。可以说，甲壳虫已经完全达到事先计划的设计要求。



1936—1937年，另30辆样车正进行总共240万公里行车试验



1938年5月20日在大众汽车的奠基仪式上，人们争相观看甲壳虫的场面



【甲壳虫的兴衰与荣辱】

在德国工会（German Labor Front）的主持下，1937年5月28日成立了“德国‘大众汽车’筹备公司”（德文缩写为GEZOVOR，德语意为“一往直前”），负责筹备建设汽车厂、汽车城、进行汽车生产等事宜。1938年5月举行了位于现在狼堡的大众车厂奠基仪式，“德国大众汽车筹备公司”也于1938年9月16更名为“大众汽车有限公司”。

把该车取名为甲壳虫，还是一段十分有趣的故事。最初，工会倾向于把它取名为“Kraft durch Freude”，即“KdF”，德文意为“愉快而有力”（即“因享受而愉快，因愉快而生力量”之意），所建车城也临时叫做KdF城（1945年5月25日更名为狼堡），但公众却早已习惯称其为“大众”车。直到1938年7月3日，由于该车外形的缘故，《纽约时报》第一次将此车戏称为甲壳虫。然而不久，“甲壳虫”一词就成为人们对该车充满深情的爱称，并由此揭开了汽车工业发展的新的一页。

为了使甲壳虫成为名副其实的“大众汽车”，让所有百姓都可以轻松购买，德国政府采取了独特的“集邮换车”专项储蓄计划。有意购买的人，可以每周购买至少5马克的KdF邮票，贴在专用的邮票册上。集满一整本邮票册，也正好储够了一辆甲壳虫的车款，就可凭集邮册到大众车厂换领一辆甲壳虫。

此项绝无仅有的“集邮换车”购车计划，前后共有336 668人参与，共

“集邮换车”专项储蓄计划广告画



募得 2.68 亿马克资金。到 1938 年年底，甲壳虫订单达 27 万份。

1939 年，局势突然发生了变化，第二次世界大战爆发，甲壳虫的生产计划被迫搁浅。大众车厂转产军用器械，保时捷设计的农用拖拉机，经改装成了纳粹德国的坦克。人们甚至认为，以希特勒为首的德国政府当初根本没打算生产什么大众车，而是骗取人民投资，为战争做准备。战后，大众汽车公司被英军占领当局接管，保时捷也成了希特勒的“同谋”，沦为阶下囚。

战后的狼堡破烂不堪，惨不忍睹，大众车厂更是被摧毁了大半。选择合适的车型恢复生产成了当务之急。尽管人们对甲壳虫这个圆头圆脑的东西有着太多的成见，但在一缺资金，二缺人手，时间紧迫的情况下，也只好以它作为权宜之计了。

然而，甲壳虫一经生产，销售形势令人喜出望外，1946 年，10 020 辆甲壳虫在德国市场销售一空。人们没有料到，这个怪模怪样的“小虫子”会在几年之内风靡德国，成为德国年轻一代的时尚，并在汽车业创造了一个又一个奇迹。





【甲壳虫的光荣与辉煌】

在汽车工业的历史上，没有哪一辆汽车像甲壳虫一样，在世界范围内形成的影响如此广大，如此久远。经过若干次结构和性能改进的甲壳虫，其生产一直延续至 2003 年，一次又一次写下更加辉煌的篇章。

* 从 1934 年至 1938 年历时 4 年开发成功的甲壳虫，到二次大战结束的 1945 年，共生产 630 辆；

* 1949 年 1 月 8 日第一辆甲壳虫出口到美国市场；

* 1955 年大众汽车累计产量达到 100 万辆（除甲壳虫外，还包括部分轻型营运车）；

* 1972 年，第 15 007 034 辆甲壳虫驶离生产线，使之超过富有传奇色彩的福特 T 型车（1908 年投产，1927 年停产），成为有史以来生产量最大的汽车；

成千上万甲壳虫汽车驶下狼堡生产线，准备去征服整个世界



* 1974年，停止了甲壳虫在狼堡的生产，届时在狼堡的累计产量已达11 916 579 辆；

* 1978年1月19日结束了甲壳虫在欧洲的生产；

* 1981年，第2000万辆甲壳虫在墨西哥驶下生产线；

* 1995年，甲壳虫的累计生产超过2100万辆；

* 2003年上半年，最后3000辆与1938年费迪南德·保时捷最初的设计完全相同的“甲壳虫”在墨西哥下线，为老甲壳虫画上一个圆满的句号。

1994年“甲壳虫”又传新消息。这一年的底特律汽车展上，大众公司推出了“新甲壳虫”。它秉承老“甲壳虫”的神韵，带着当代汽车工业的全部信息，就像一个年轻的老朋友一样，出现在人们面前。比起它非凡的前辈来，“新甲壳虫”更加可爱之极，即使是最虔诚的老“甲壳虫”们也不得不为之心动。在1995年11月的东京汽车展上，仅3天之内就有2万多客户签署了“新甲壳虫”订购合同。

1981年第2000万辆甲壳虫在墨西哥驶下生产线





1994年新甲壳虫在底特律汽车展上亮相

【始于“大众汽车”如今群星璀璨】

必须说明的是，关于“甲壳虫”的精彩故事，并不是大众公司的全部，始于“大众汽车”的大众汽车公司如今已是群星璀璨，是一个拥有八大知名品牌的汽车王国。

在这个王国里，有世界上最有创造性和进取心的汽车品牌奥迪 (Audi)，有起步于20世纪40年代的西班牙品牌西亚特 (SEAT)，有从一辆破旧自行车说起的捷克品牌斯柯达 (Skoda)，有与永恒的汽车艺术和永恒的蓝色梦想相伴的意大利运动车品牌布加迪 (Bugatti)，有最具超级运动车

