

名 车 梦 幻 百 年 史 诗



宝



马

◎ 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

# 宝马



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,详细介绍了宝马公司的车型、商标、人物、史实、演进、沿革,全方位展现了宝马公司栩栩如生的品牌形象。

本书是国内第一本全面、系统、深入地关注宝马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

宝马 / 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 7-121-01135-2

I. 宝... 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036295号

责任编辑: 夏平飞 钟永刚

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: 5.5 字数: 132千字

印 次: 2005年5月第1次印刷

印 数: 4500册 定价: 20.00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，轿车好似昔日王谢堂前燕，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，烁烁耀耀。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

## 前言

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：

Product and Engineering, Heritage

Eberhard Andriuolo

Corporate Communication

BMW AG

Technology Communications, History

Johannes Faden

BMW AG

BMW Press Department/ Heritage

Andreas Klugescheid

BMW AG

BMW AG

Stephanie Koehler

Tobias Nickel

奥美公关，北京

王静

李涛

Mark Harrison

Media Relations Manager, MINI

Michael Mchale

MINI Product Communications Manager, USA

Sandra Schillmüller

Corporate Communications

Head of Product Communications, MINI

Communications Manager, Asia-Pacific

Rolls-Royce & Bentley Motor Cars Limited

Richard de Leyser

Director of Worldwide Communications

Sarah Perris

Rolls-Royce & Bentley Motor Cars

Corporate Public Relations Manager

Deborah Risby

Rolls-Royce & Bentley Motor Cars

Regional Managing Director

Derek Davies

Corporate Public Relations

Rolls-Royce & Bentley Motor Cars

Corporate Public Relations

Rolls-Royce & Bentley Motor Cars

Lisa Palmer

Tara Hollis

Lisa McLearie

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





# B a o m a



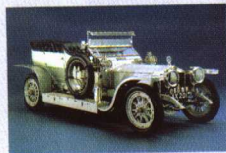
## 目录 CONTENTS



成功的历程 2

Brief History

宝马：从蓝天白云走来 3



品牌与商标 24

Brand & Trademark

蓝白螺旋桨标志溯源



24

MINI：时势造就又造就时势



26

劳斯莱斯：至高无上的皇家风范 独一无二的人间极品



36



# B a o m a



汽车博物馆

48

Auto Museum

---



今日概况

60

Today's Surrey

---



新车览胜

68

New Models

---



宝马





成功的历程

Brief History



# 成功的历程

## Brief History



宝

马

2

说到洋品牌的中文译名，“宝马”一词无疑算得上是音意俱佳的经典之作。把“巴伐利亚发动机制造股份公司”（Bayerische Motoren Werke AG，首字母缩写为BMW）这一看上去平淡无奇的名字译为“宝马”，作为世界顶级豪华车品牌的中文名称，译者的匠心独运不得不令人佩服之至。首先，这个名字响亮、漂亮，符合中国人佳兆好彩的立名原则；其次，“宝马”是BMW的绝好音译，一中一洋珠联璧合；第三，马乃载人载物之工具，车的概念显见其中。此外，一个“宝”字又让人不禁处在对此“马”的美好幻境之中，因为“宝马香车”的说法古已有之。

然而你可知道，这“匹”超凡脱俗的“宝马”，是受了天地日月之孕育，携了天马行空之荣耀，从蓝天白云走来？你可了解，蓝天白云下高速旋转的螺旋桨标志，所蕴涵的品牌精神？让我们听蓝天说，听白云说。





## 宝马：从蓝天白云走来

### 【从飞机发动机起步】

“按标溯源”是认识汽车品牌的一种方法、一条捷径，但并非所有的品牌标志都能让人一目了然，宝马的故事却明明白白地写在它的标志上。那蓝白相间的四片扇叶所组成的圆形标志，不正是高速旋转的螺旋桨在蓝天白云的背景上划过所形成的图案吗？是的，宝马是从飞机发动机起步的。

20世纪初的德国慕尼黑北部有两个飞机发动机公司，一个叫做慕尼黑卡尔·拉普发动机制造有限公司 (Karl Rapp Motorenwerke München GmbH)，一个叫做古斯塔夫·奥托飞机发动机制

造厂 (Gustav Otto Flugmotorenfabrik)。前者成立于1913年10月28日，后者成立于1911年，而古斯塔夫·奥托则是早在19世纪末发明四冲程发动机循环或称奥托循环的大名鼎鼎的奥托先生之子。

1916年3月7日在奥托飞机发动机制造厂基础上，成立了巴伐利亚飞机制造股份公司 (Bayerische Flugzeugwerke AG)，或称BFW。

成立于1913年的拉普发动机公司，原本是为了争夺计划于1914年举办的德国第二届皇家



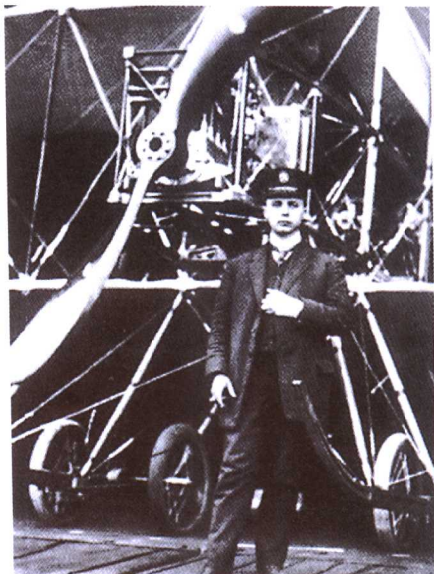


## 成功的历程

### Brief History

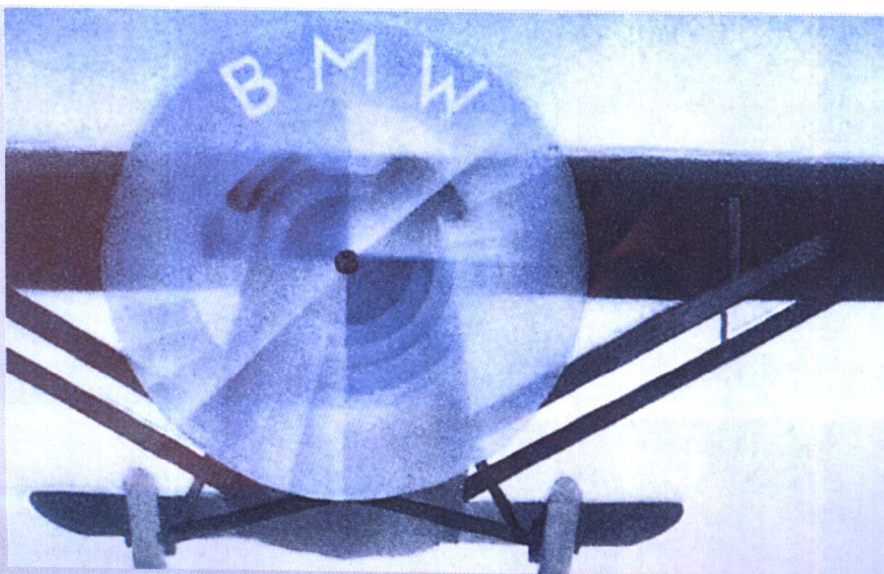
(左图) 古斯塔夫·奥托 (Gustav Otto), 是发明奥托循环的奥托先生之子

(右图) 卡尔·拉普 (Karl Rapp), 曾在戴姆勒做工程师



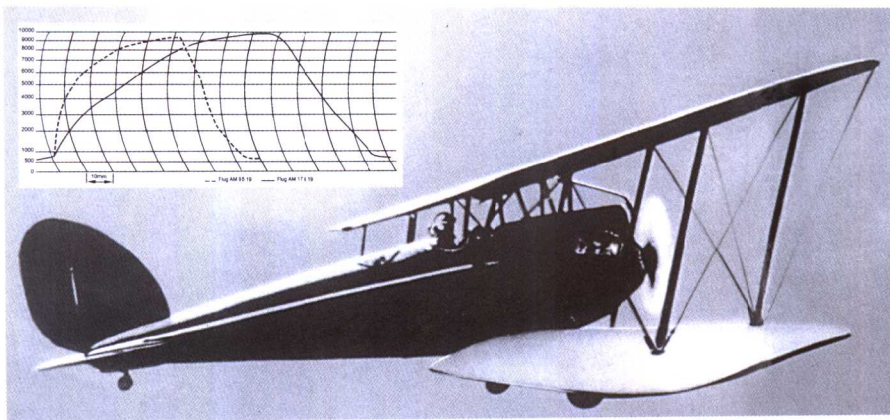
飞机比赛大奖，但随着一战的爆发和赛事的取消，拉普开始为军方大批供货。1917年7月21日拉普发动机公司更名为巴伐利亚发动机制造有限公司 (Bayerische Motoren Werke AG GmbH)，即BMW GmbH；1918年8月13日公司发行股票，成为巴伐利亚发动机制造股份公司 (Bayerische Motoren Werke AG)，即BMW AG。这就是最早的宝马，蓝白螺旋桨标志从1917年开始出现在宝马公司的所有产品上。

六缸飞机发动机 BMW IIIa 是宝马的第一个产品，其改进型 BMW IV 为



那蓝白相间的四片扇叶所组成的圆形标志，不正是高速旋转的螺旋桨在蓝天白云的背景上划过所形成的图案吗？这是1917年宝马的蓝白螺旋桨标志





宝马创下了第一个世界记录。1919年6月17日，装备BMW IV发动机的飞机，依靠特殊结构的化油器，到达空气稀薄的9760米高度，创下飞行高度的世界记录。用飞行员的话来说，阻止他继续攀升的惟一原因是没有氧气面罩。

1918年一战结束后，根据凡尔赛公约，五年内德国被禁止生产飞机发动机。宝马开始生产四缸货车用或船用发动机，以及摩托车用双缸水平对置发动机M2B15。M2B15同时为若干个摩托车制造厂配套，其中包括BFW。BFW当时的产品为单缸和双缸发动机摩托车。

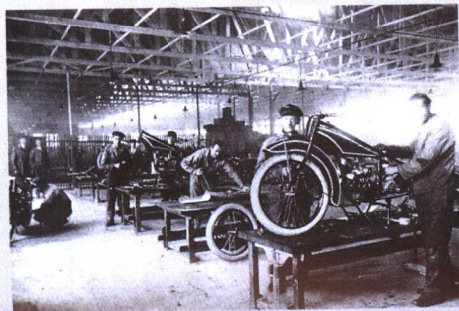
1922年宝马将其发动机产品、BMW的名字卖给BFW，并整体迁至BFW。于是，BFW的成立时间（1916年3月7日）自然而然也就成了新宝马的成立时间。

1922年宝马以许可证方式生产摩托车，1923年完成了第一款宝马摩托



装备BMW IV发动机的飞机，依靠特殊结构的化油器，到达空气稀薄的9760米高度，创下飞行高度的世界记录。驾驶舱不但没有加压、加温而且完全敞开，阻止飞行员继续攀升的惟一原因是没有氧气面罩。

1923年生产线尚未引入宝马，这是手工生产BMW R32的情景



1925年的宝马公司







## 成功的历程

### Brief History

1932年6月装备两个双12缸BMW VIIa的飞艇(每个发动机功率为600马力),完成了44800公里的环球飞行,巡航速度180公里/小时,最大飞行高度3500米

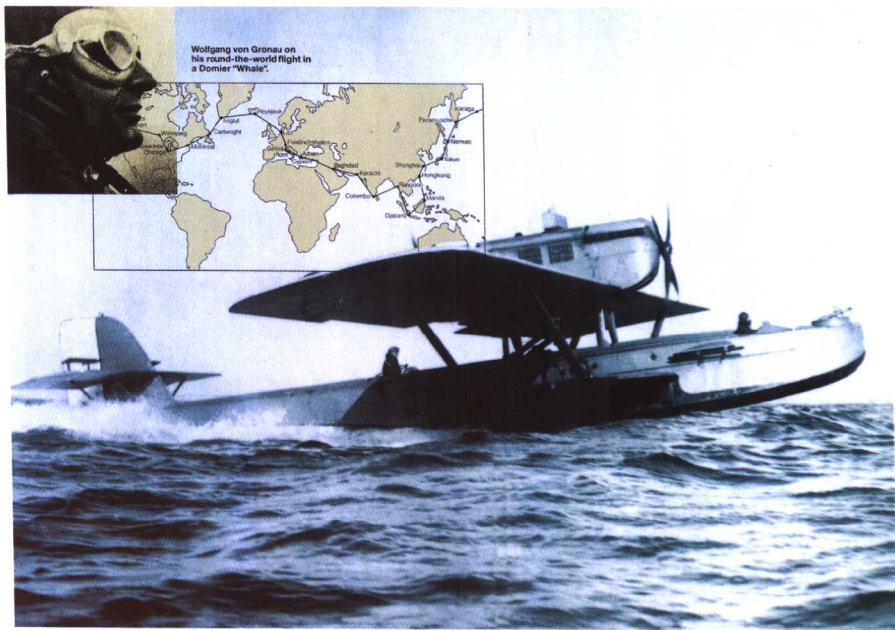


“宝马-劳斯莱斯制造”的口号很诱人。1995年随着装备BRR的飞机的首次飞行,宝马终于再次飞向蓝天白云



BMW 132A-E 星形活塞式飞机发动机

BMW 003是世界上最早的系列生产的喷气发动机之一。这是1944年装备四个BMW 003的Arado 234飞机的首次试飞

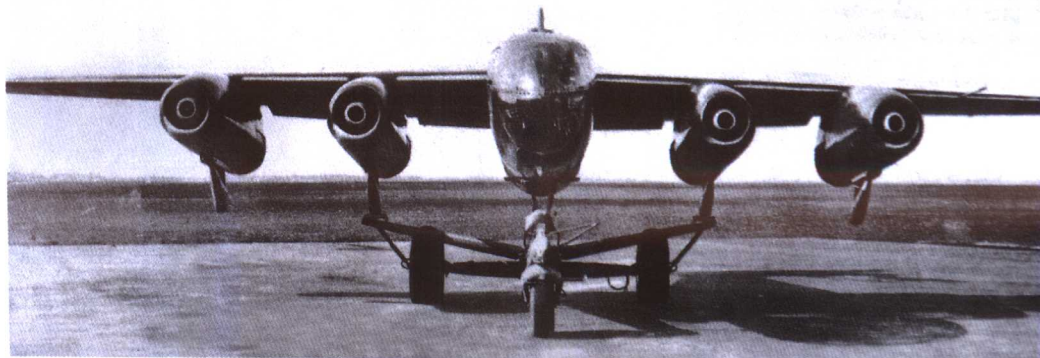


车 BMW R32 的设计。

从1924年禁令解除到二战结束,宝马再一次经历了“天马行空,独往独来”的辉煌岁月。

在这期间,宝马完成了从水冷直列活塞式飞机发动机,到空冷星形活塞式飞机发动机,再到喷气式汽轮机飞机发动机的技术上的几次大跨越,推出一系列新型飞机发动机产品,如:V12的BMW VI,双12缸的BMW VIIa,5缸星形的BMW X和BMW Xa,132系列星形发动机(从A到N),14缸双星形BMW 801,最大的活塞式飞机发动机28缸4速4排星形发动机BMW 803,以及柴油喷气式汽轮机BMW 003。

在这期间,装备了宝马发动机的飞机成功进行了跨洲飞行、跨洋飞行



和环球飞行，到达了近东、非洲、北美和南美，一次又一次创造了新的世界记录。以1927年为例，在总共87次世界记录中，有30次归于宝马飞机发动机。

在这期间，在德国航空部的促进下，宝马通过购并和新建，生产规模迅速扩大，其中BMW801的累计产量达到2万台。

二战结束后，宝马的生产厂或被损坏或被没收。未损坏的厂房用作美国军用汽车修理厂，以及生产农机配件和自行车配件。

1954年宝马在原有基础上建立新的飞机发动机制造机构，以许可证方式生产喷气飞机发动机、轻型飞机用和固定装备用小型汽轮机。1960年卖出50%股份，1965年卖出其余50%股份。此后退出喷气发动机行业25年，集中精力从事汽车和摩托车生产。

1990年宝马与劳斯莱斯飞机发动机公司合资成立宝马劳斯莱斯有限公司 (BMW Rolls-Royce GmbH, 即BRR)。1995年随着装备BRR发动机的飞机的首次飞行，宝马终于再次飞向蓝天白云。1999年宝马通过交换劳斯莱斯飞机发动机公司10%股份的形式，把在BRR的股份转移给其英国的合作伙伴，从而重新把精力集中在汽车和摩托车的生产上。

## 【始于1898年的汽车生产】

1928年宝马兼并了爱森纳赫汽车制造股份公司 (Fahrzeugfabrik Eisenach AG)，开始从事汽车生产。由于爱森纳赫的汽车生产始于1898年，宝马的汽车生产自然应该上溯到1898年。

爱森纳赫的创始人是海因里希·埃尔哈特 (Heinrich Ehrhardt)，在德国他是紧随戴姆勒 (Daimler) 和本茨 (Benz) 之后从事汽车生产的第三人。他于1896年12月3日创建了爱森纳赫，下设五个部门，分别生产火炮移动炮架、军用车辆、自行车、电动汽车和汽油发动机轿车。

爱森纳赫的第一个汽车产品是从法国获得生产许可证的产品，与所生产的自行车使用相同的品牌瓦尔特堡 (Wartburg)，于1898年出厂。从1904年起，公司自行设计了S系列、T系列、R系列车型，品牌叫做迪克西 (Dixi)。在被宝马兼并

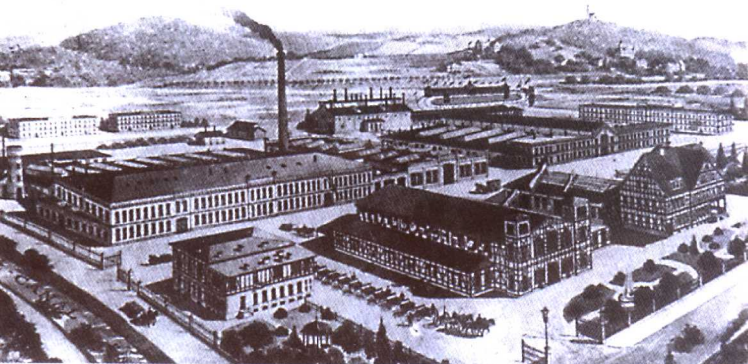
爱森纳赫的奠基人海因里希·埃尔哈特，在德国他是紧随戴姆勒和本茨之后从事汽车生产的第三人



爱森纳赫的第一个汽车产品是瓦尔特堡，是从法国获得生产许可证的产品







1900年的爱森纳赫汽车制造股份公司

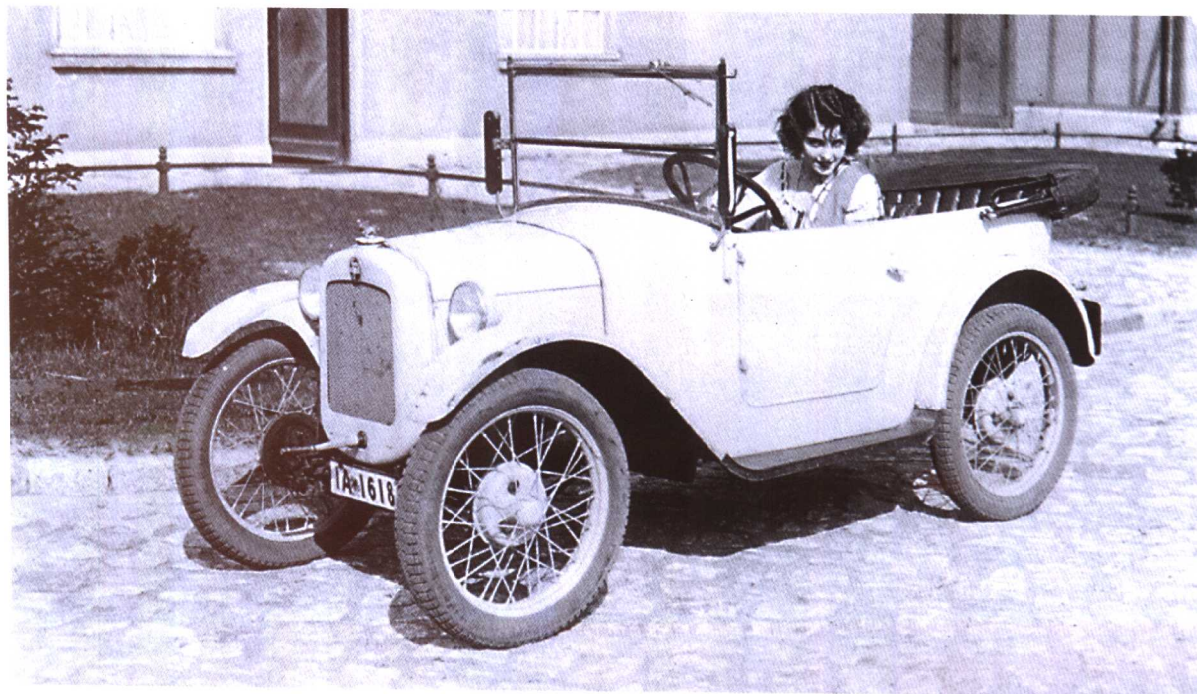
1927年爱森纳赫获得了生产英国汽车奥斯汀-塞汶的许可,叫做迪可西3/15(最大功率15马力)。这是1928年的迪可西 3/15

前夕的1927年,爱森纳赫还获得了生产英国汽车奥斯汀-塞汶(Austin Seven)的许可,叫做迪可西3/15(Dixi 3/15)(最大功率15马力)。

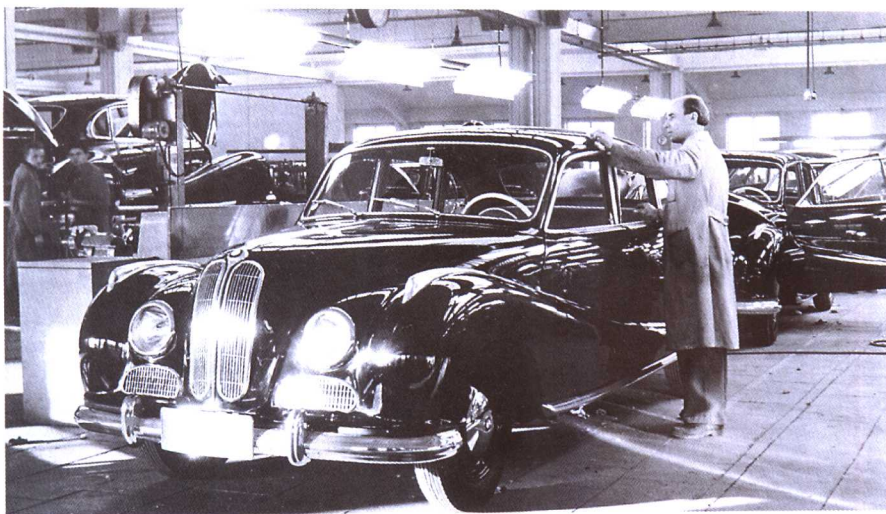
爱森纳赫的车型大多马力大,用料讲究,价格昂贵,虽为顶尖级车型,却不能实现批量生产,公司经营陷入困境。迪可西3/15确是不错的选择,但挽救爱森纳赫却嫌为时已晚。于是,1928年爱森纳赫并入宝马麾下。倚仗自身的人才优势和爱森纳赫的出色产品,宝马不但使自己成为一个汽车制造商,而且使自己处于一个有利的起点上。

在近80年的汽车生产历史上,宝马对发展战略经过一次又一次再思考、再定位,终于从一个小批量特型轿车制造商成长为车型系列覆盖所有档次所有车身形式的全球化公司。80年的发展,80年的砺炼,它经历过生产扩张、联合购并的喜悦,也曾濒临被卖他人的困境。但无论喜悦或困境,都是宝马历史的一部分,宝马的历史造就了宝马的今天。

1939年二战爆发,宝马的汽车生产逐渐完全停顿下来。1945年二战结







在极端困难的条件下，战后第一款汽车BMW 501于1951年面世

束后，先是不允许，后又因生产设备和设计图纸都留在苏军占领区的爱森纳赫厂，以及原材料短缺等，使恢复汽车生产遇到了极大的困难。但战后第一款汽车BMW 501还是于1951年面世了，随后推出的车型还有502、503、507、600、700等。

从1955年开始，宝马公司危机四伏。一方面，随着汽车的普及，摩托车已不再作为人们日常出行的主要交通工具，而又远未作为运动、休闲之用，因此摩托车业务显著下滑。另一方面，几个大型车款售价很高，销售形势不妙，形成巨额亏损。1956年公司亏损额达到600万德国马克。

1959年随着公司业绩的恶化，公司管理层失去了信心，银行方面也失去了耐心。

1959年公司面临严重的财务危机，即将被戴姆勒-奔驰收购。1959年12月5日的全体股东大会，使宝马转危为安







1962年第一批“新级别”  
(Neue Klasse) 车型BMW  
1500交付经销商的场景

一份由戴姆勒-奔驰收购宝马的项目建议书出台了，收购报价就在案头，宝马真的到了生死存亡的危急关头。然而，天赐转机，出现了令人难以置信的戏剧性的一幕。1959年12月5日全体股东大会上，正当人们无可奈何地准备接受这一严酷现实的时刻，正当宝马眼看大势已去的时刻，两名销售商小股东代表说话了，他们对收购方案表示强烈反对。他们的地位如此微不足道，从来就没人把他们当回事。但此时此刻他们的声音又是如此有力，让整个沉闷的会场为之一振。他们反对的理由有二：第一，他们披露，新车型BMW700的订单已达3万份，这无疑将成为商业成功的坚实基础；第二，他们指出，公司财务报表存在严重错误，从而质疑整个亏损数额的准确性。根据公司章程，在这种情况下，反对者合计持股只要在10%以上，就可否决原提案。表决结果达到了这一决定性的少数票，于是，接受奔驰报价的最后期限错过了，作为独立品牌的宝马获救了。

正如销售商所预期的，1959年面世的BMW700是帮助公司走出困境的踏脚石，使公司1963年扭亏为盈。接着公司又推出“新级别” (Neue Klasse) 车款 1500、1800、2000 等。到1966年，公司面临的最大问题是生产能力相对需求的严重不足。为了提高生产能力，宝马于1966年11月10日接管了面临财务危机的 Hans Glas GmbH。Glas 的原有产品是农用车辆，

1994年3月宝马全资拥有  
罗孚集团及其所属的四个  
品牌

1994年3月，宝马全资收购了罗孚集团及其所属的四个品牌：罗孚 (Rover)、路虎 (Land Rover)、MINI 和 MG。这一收购行动极大地扩展了宝马的产品线，使其从一个专注于豪华轿车的制造商，转变为一个覆盖多个细分市场的全方位汽车制造商。

