

◎ 汽车档案博览丛书

豪华车世界

HAOHUACHE SHIJIE

何 瑛 孔德洋 编著



同济大学出版社
TONGJI UNIVERSITY PRESS

汽车档案博览丛书

豪华车世界

何 瑛 孔德洋 编著

 同济大学出版社
TONGJI UNIVERSITY PRESS

《汽车档案博览》

编写委员会

编委会顾问(以姓氏笔画为序)

于长辉 王良钢 李超钢 汪 洪 张小虞 游广斌

编委会主任

樊 维

编委会成员(以姓氏笔画为序)

马 钧 王秉刚 冯巧娟 朱绍中 杨 蕊
何 瑛 余卓平 陈 翌 高卫民

《汽车档案博览》丛书

- 汽车简史
- 赛车运动探索
- 豪华车世界
- 电动汽车简史
- 混合动力汽车史
- 战争与汽车
- 工业与汽车
- 汽车技术史
- 汽车风云人物

序

汽车是人类文明的结晶,也是人类自由移动的一个梦。它有着固有的文化,体现出了人类的热情、梦想、永不厌倦的探索精神和永无止境的工匠精神。汽车的发展跨越时空,不断进化,不断地带给人类新的移动方式和新的梦想。

汽车在人类历史发展过程中,克服了距离与时间的障碍,是全世界经济发展的重要飞跃,甚至可以说 20 世纪是汽车大众化的时代。而在东西文化的隔阂被打破后,因为各种文化的冲突和融合,世界打破了国家的局限,快速地向全球一体化发展,这种变化进一步加速了汽车工业的发展。

另一方面,汽车的发展也直接面临着空间冲突、文化摩擦、资源短缺、环境污染等问题。其中,汽车工业的发展给环境增加了重大的负担,这是不争的事实。现在,汽车制造商在地球环境保护方面肩负的责任也将越来越重大。

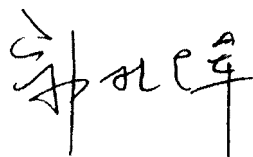
这些问题和汽车发展面临的种种挑战,不论是拥挤、污染、危险还是冲突,根源都在于人与自然、精神与物质等之间各种关系的失谐。“和谐”的理念蕴藏在中国古代哲学的中心思想里,主张推崇人际之和、天人之和、身心之和,古希腊哲学家也提出了从自然出发到和谐世界的论述。从 1980 年以来,随着环境问题和发展问题的日趋严重,可持续发展理念也应运而生。对“和谐社会”的研究借鉴于人类社会的发展历史,彰显于人类为未来城市所描绘的蓝图之中,正成为重要的理念。

于是,人们的视点将从便捷交通为理念的汽车开发慢慢聚焦到受自然环境启发、与自然共生的汽车开发理念,其中不变的是人类移动的梦想和为之引发的巨大热情。

中国汽车工业经过几十年的发展,已经成为国民经济的重要产业。随着经济发展水平的不断提高和轿车开始进入家庭,中国已经成为世界上增长最为迅速的汽车市场,对全球汽车产业产生了巨大的影响力。但是,在自主发展和创新方面与发达国家还有一定的差距。

这套《汽车档案博览》丛书就是在回顾、继承汽车的历史和文化的同时,向未来传承和发展这些有形的、无形的传统和遗产,探索和推进“和谐与平衡”的发展模式,启发我们去吸取过去的经验教训,进而摸索中国民族汽车自主品牌发展之路,激起创新自强急起直追的热情。因而,《汽车档案博览》的推出,作为对汽车文化的探寻和宣传,作为对人、车、自然社会和谐发展的探索、作为对中国汽车工业发展的推进,是一件有意义的事。

是为序。

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized Chinese characters, likely '高钟' (Gao Zhong).

二〇〇八年六月 长春

前言

奢侈是一种整体或部分地被各自的社会认为是奢华的生活方式,大多由产品或服务决定。从经济学的视角,可将奢侈品定义为对其需求的增长高于收入增长的物品。它涵盖的范围可能很广,从牛肉、人参到奔驰车,都有可能

——沃尔冈·拉茨勒^①

人类追求奢侈品的热情从来没有消退,在追求和创造基本生存条件的同时,也从来没有停止过对奢侈的欲望——人性造就了奢侈品,人类存在着追求奢侈品的内在动机。这是因为,首先,奢侈品的价值比较持久,因而可以作为贮藏财富的有效工具。例如,珠宝在保值方面的作用与黄金类似。其次,奢侈品可以显示一个人的社会地位,这是人类区别于其他动物的一个主要特征。例如,高档轿车毫无疑问地体现了其拥有者的特殊身份和社会地位。再次,人类对美的追求也是产生奢侈品需求的重要因素。

奢侈品在国际上的概念是“一种超出人们生存与发展需要范围的,具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品”,又称为非生活必需品。在中国人的传统概念里,奢侈品几乎等同于贪欲、挥霍、浪费。而现在,尽管人们对于奢侈品还存在着众多的质疑和争论,但越来越倾向于接受这样的观点:奢侈品实质是一种高档消费行为,本身并无褒贬之分,奢侈品消费代表了一种个人品位和生活品质的提升。在长达几千年的人类文明史进程中,与人类走出野蛮、摆脱野蛮一样,奢侈品的发展演绎着人类创造的理想和极限,承载着人类探索的智慧和激情。

豪华车是奢侈品吗?它们存在边界吗?这似乎还真是个问题。在大多数人的标准中,豪华车本身就是奢侈品,不存在任何边界。一个很有力的佐证是,在《福布斯》(Forbes)的奢侈品牌的排名(TopLuxuryBrands)中,相当多的豪华车品牌都赫

^① 沃尔冈·拉茨勒是一位德国工程师,是拥有多个品牌(如阿斯顿·马丁、沃尔沃、美洲虎和林肯)的PAG集团董事会主席,其著作《奢侈带来富足》因为凝聚了作者对于众多奢侈品的感性体验,从而成为全球畅销书。



然在列。从豪华车品牌特性来看,它完全符合奢侈品的特性。^①

实际上,汽车自其诞生之日起便与“奢侈”二字脱不开干系。1885年卡尔·本茨^②发明世界上第一辆采用了汽油发动机的交通工具——三轮汽车时,汽车就只是少数富人追求新奇的玩具,是名副其实的奢侈品。即便是经过数十年的发展后,欧洲少数几家生产汽车的厂商仍将汽车定义为豪华用品。毕竟,那时候福特还未创造流水线这大大降低汽车成本的工业奇迹,汽车理所当然地仍是少数富豪们追求刺激的奢侈品。正因为如此,汽车早早就被打下了“奢侈”、“豪华”的烙印,可以说,汽车正是为了奢华而生的。人类在实现“自由移动”的追求上,处处凝结着对于追求梦想、突破极限和自我实现的努力的结晶,人性造就了豪华车的诞生,人性又成就了豪华车的辉煌。

如今,豪华车与奢侈品的互相渗透,甚至已经到了水乳交融的地步。凯迪拉克豪华跑车 XLR 精巧的钥匙,由世界知名的珠宝厂商 BVLGARI 度身定制,堪称真正的艺术品。为了让车内显现出更强烈的艺术感,BVLGARI 还为 XLR 定制了与整车风格相吻合的车内仪表组合。业内人士评价,加入了 BVLGARI 设计元素的 XLR,仿佛一颗异常精美的移动珠宝。而有 130 多年历史的著名钟表品牌——万国表(IWC)则联合奔驰公司推出全球限量 55 台的梅塞德斯-奔驰 CLS55AMGIWCIngenieur 轿跑车,采用轻质坚硬的钛金属,门框和仪表盘上还出现“IWCIngenieur”字样。该车由奔驰专业改装厂 AMG 在德国的工厂生产,搭载 5.5 升 V8 发动机,豪华配置一应俱全,最酷的是标准配置中的“无钥匙启动”系统,只要将一个名片夹形状的钥匙带在身上,从开启车门到点火启动,都不必碰钥匙一下。

在世界汽车工业史这幅长长的画卷中,中国的身影日益清晰而夺目。随着 2009 年 10 月 20 日中国 2009 年的第一千万辆汽车下线,中国提前迈入了年产千万辆汽车的三巨头行列,中国汽车产销量已超过美国而成为全球第一。值得一提的是,在豪华车的生产上,中国同世界发达国家的距离还很遥远。然而,在豪华车的消费上,中国已然成为了全球豪华车购买力最强的国家之一,众多豪华车厂商纷纷抢滩中国市场,把中国市场当作它们的福地。

实际上,中国还不是真正的“富国”,但对奢侈品的高端消费能力却很惊人。据高盛^③的一份调查报告显示,在 2009 年全球奢华产品出现萎缩情况下,预计今年中国奢华产品销售将破天荒地达到 50 亿美元,远高于 2008 年 30 亿美元的销售额,

① 奢侈品具有如下特性:a.它是富贵的象征。b.看上去就好。必须是“最高级的”。c.个性化。豪华车品牌都以己为荣,不断树立起个性化大旗,创造着自己的最高境界。d.专一性。一个品牌只服务于某一个产品或某一类产品,绝不随意扩张使用。e.距离感。只能是“梦寐以求,少数拥有”。

② 卡尔·本茨(Karl Benz,1844.11.25—1929.4.4),德国机械工程师和企业家,奔驰汽车公司的创始人,现代汽车之父。

③ 高盛集团(Goldman Sachs),是一家国际领先的投资银行和证券公司,向全球客户提供广泛的投资、咨询和金融服务等业务,总部设在纽约,并在东京、伦敦和香港设有分部,在 23 个国家拥有 41 个办事处。



增幅居全球之首。安永一份研究报告显示,2005年至2008年,中国奢侈品销售额年增长率达20%,预计2009年到2015年年增长率将为10%左右。目前中国奢侈品消费已占全球市场的25%,首次超过美国成为世界第二大奢侈品消费国。“到中国去”!这已成为全球奢侈品品牌的流行语,未来也将会会有更多的全球豪华车品牌来到中国。

今天,已经很难想象人类没有汽车将会怎样生活,而人类对于豪华车的欲望好像也没有尽头。然而,正当人们陶醉于汽车带来的便利、豪华车带来的尊贵体验之时,能源的枯竭、环境的恶化、交通的堵塞及行人的安全为人类敲响了灾难的警钟,人、车、自然和社会的“和谐与平衡”发展对人类已是一种新的挑战,人类在得益或得意于自己的创造发明的同时,也到了该自觉地进行反思的时候了。

气候在变暖、环境在恶化、地球在呻吟……全球必须一致地行动起来。地不分南北,人无论老幼,大家都应对这些国际瞩目的问题而忧虑、思考、谋划和行动。

——周生贤^①

人类对奢侈品追求的本性不会改变,人们对豪华车追求的激情也不会消退。豪华车会将奢侈进行到底。虽然,豪华车的发展遭遇了空前的挑战,“奢侈品批判”的呼声也越来越高,但是,人类需要的是理性的、辩证的批判。作为奢侈品,豪华车是一个充满矛盾因而值得反思和批判的生产现象、消费现象和文化现象。豪华车的生产让一些汽车生产商名声大噪而获益,但豪华背后的艰辛又有几人能知?豪华车满足了人类尊贵感和虚荣心的精神需要,然而由于等级、社会公平、能源与环保等因素,购买豪华车被视为“下流”的消费,豪华车也被称为“奢耻品”,消费者的心理需要承受多少压力?

奢侈品的未来是让奢侈品牌蕴含更多的社会责任,豪华车的未来不是让人们指责“高昂的价格亵渎了高贵”,而是让豪华品牌与环保、实用完美结合的“新豪华主义”。

本书不仅仅在于展示世界豪华车的某些公司、某些品牌或某些车型,也在于揭示豪华车这一人类“造物”文明带来的一些非文明和不和谐的音符,更在于昭示人类存在着足够的智慧,在无限的追求中,可以在困惑中自觉,在反思中探索,以“和谐”、“平衡”的理念,把人类文明提升到一个新的高度。

本书研究世界豪华车现象,也从汽车文化的视角,剖析世界汽车发展史的一个侧面。在世界各大豪华汽车品牌纷纷抢滩中国市场的今天,研究豪华车及豪华车文化,旨在推进中国汽车文化的建设,形成健康的汽车生产和消费文化,从而推动

^① 周生贤,中华人民共和国环境保护部部长。



中国汽车工业的发展。

本书的确介绍了一些受人尊敬的豪华车厂商、一些使人痴迷的豪华车品牌、一些令人喜爱的车型,但它不是一部定义“什么是豪华车”的学术书。关于“豪华车”的定义,业界还没有权威和一致的观点,本书中出现的豪华车都是一些世界公认的豪华车。关于“豪华车”的分类,则更为复杂,业界的看法尚有争论,本书按照德系、英系、意系、美系、日系进行阐述,肯定不能穷尽所有。因编者才疏学浅,疏漏之处在所难免,希望读者不吝指正,帮助本书完善。

本书由北京汽车博物馆委托编写。北京汽车博物馆是北京市政府重点建设的五大博物馆之一,旨在更好地营造首都的文化氛围,体现人文精神,贯彻和实施“科教兴国”战略,通过创建反映人类的不断探索与追求、体现了人性化、车性化和国际化的汽车博物馆,促进现代化文明城市和国际化大都市的建设。在本书的构想、编写过程中,北京汽车博物馆都给予了大力的支持,是推动本书完成的动力。

在本书的写作过程中,王秉刚教授、高卫民教授、朱绍中教授、周苏教授、陈翌副教授等给予了大力的支持和帮助,在此表示感谢。

同济大学汽车学院的学生张礼军、孙灿、孟健和徐黎明等为编写本书搜集了大量的文献资料,并做了资料整理和文字输入工作,在某些章节中还提出了中肯的意见,非常感谢! 他们的辛勤工作和创造智慧没有白费,这本书也是他们劳动成果的证明。

编著者

2009年10月



目 录

序 前 言

第一章	车轮滚滚——百年车史话豪华	1
第一节	走上技术之巅	2
第二节	彰显文化的力量	8
第二章	永恒经典——德系豪华车	15
第一节	梅赛德斯-奔驰：凝固传统的永恒经典	17
第二节	宝马：德意志名驹	26
第三节	奥迪：潮流开拓者	33
第四节	保时捷：跑车世界之王	42
第五节	精灵：豪华车世界的拇指姑娘	49
第三章	日不落帝国——英系豪华车	55
第一节	劳斯莱斯：车轮上的移动宫殿	57
第二节	宾利：坚守非凡尊贵	65
第三节	阿斯顿·马丁：邦德战车	71
第四节	捷豹：优雅而凶悍的骑士	79
第五节	迷你：小块头有大智慧	86
第四章	神话与激情——意系豪华车	92
第一节	法拉利：追风的红色激情	96
第二节	玛莎拉蒂：地中海海神	103
第三节	兰博基尼：魔鬼天使	109
第四节	阿尔法·罗密欧：梦境之地	117
第五章	西部牛仔——美系豪华车	124



第一节	凯迪拉克:新大陆王侯	127
第二节	林肯:帝王血统	136
第三节	福特野马:野性梦想	142
第四节	悍马:荒野大镖客	151
第六章	城中新贵——日系豪华车	159
第一节	讴歌:敢为天下先的武士	162
第二节	雷克萨斯:一鸣惊人	166
第三节	英菲尼迪:灵感缔造者	173
第四节	日产 GTR:东瀛战神	179
第五节	丰田 Supra:跑车中的明星	185
第七章	豪华车世界——背后鲜为人知的事	190
第一节	社会:能源与环保的代价	190
第二节	制造商:豪华背后的艰辛	198
第三节	消费者:难以承受的心理之重	202
第八章	豪华车的未来	208
第一节	豪华车——将奢侈进行到底	208
第二节	新豪华主义——豪华与实用的完美结合	216
参考文献		223
后记		226



第一章 车轮滚滚——百年车史话豪华

自从汽车这一交通工具诞生以来,人类就从未停止过对它热情的倾注。而豪华车作为其中最具文化内涵、最夺人眼球的一部分,处处凝结着人类对于突破极限、追求梦想和自我实现的努力。

作为车中精品,豪华车重在其“豪华”的特性,但其“灵魂”深处还是属于车的一种。而无论是一般的车,还是豪华车,它们的诞生、发展都是深深扎根于社会的。因此,“豪华”、“车”和“世界”这三个关键词,分别从豪华车的特性、属性及与社会关系的角度,阐释了豪华车这一特殊的造物。

● “豪华”之名

汽车自其诞生之日起便与“豪华”二字脱不开干系。1885年卡尔·本茨发明了世界上第一辆采用汽油发动机的交通工具——三轮汽车时,汽车只是少数富人追求新奇的玩具,是名副其实的奢侈品。即便是经过数十年的发展后,欧洲少数几家生产汽车的厂商仍将汽车定义为豪华用品。毕竟,那时候福特还未创造出流水线这大大降低汽车成本的工业奇迹,汽车理所当然地仍是少数富豪们追求刺激的奢侈品。正因为如此,汽车早早就被打下了“豪华”的烙印,可以说,汽车正是为了豪华而生的。

到了汽车大批量普及的福特时代,平民百姓也终于可以享受到拥有汽车的快乐,然而这非但没有使汽车的豪华性降低,反而使得一批专业的汽车制造商更专注于豪华车领域。这一理念催生了从劳斯莱斯、梅赛德斯-奔驰一直到凯迪拉克、沃尔沃等一大批新老豪华车制造商。它们虽对于豪华的定义各有不同,但一般都共有着一些公认的特征:比如高性能、豪华配置、大排量等。由于世界范围内对于豪华车的定义颇有差异,因此本书所提到的豪华车品牌也大多是得到全世界普遍认同的一些经典品牌。此外,判断豪华车还有一个非常简单的基准——谁贵谁豪华,但仅仅高价是远不能包含其“豪华”二字的全部内涵的,所有成功的豪华车品牌无一不是经过了数十年甚至数百年的积淀,“豪华”之名,绝非可以简单制造。

● “车”中灵魂

豪华车不论制造得多么超乎想象、美轮美奂,其本质还是脱离不了“车”这一属性的束缚。而反过来说,豪华车作为“车”中极品也绝妙地体现了“车”这一载具的灵魂。正是豪华车将人类对于寄托于汽车上的速度、马力、舒适的追求发扬到了极致。从技术上,豪华车身先士卒大胆引领着汽车业界的技术革新;从文化上,豪华车凭借自身对于汽车精益求精的不懈追求和对于车主需求的无限关怀从而创造了



一个又一个经典。可以说,正是这些车界精英厂商们为“车”这一名词赋予了可以打动人心的“灵魂”,才使“车”有了更多的魅力。

● “世界”梦想

豪华车之所以能够打动人心,绝非简单地将车的属性发挥到极致就可以做到,它更需要的是来自“世界”的支持。

任何一种产品一旦成为了一种文化,那么它便需要通过与世界进行互动来获得世界的认可。在世界这个舞台上,豪华车获得了诞生;在世界这个舞台上,豪华车留下了足迹也创造了历史;在世界这个舞台上,豪华车成就了无数英雄的故事,演绎了无数的传奇。世界就是一个大舞台,豪华车就是这个舞台上的道具,而人类在这个舞台上充分运用这些道具表演着一出戏剧——这是一个有关“极限”和“梦想”的剧本,台词就存在于每一个心高志远、永不满足的人的心中。

● 豪华车世界

“豪华”为“车”赋予了特有的灵魂,它将极限、梦想与冰冷的四轮机械紧紧联系在一起。“车”赋予了“豪华”独一无二的表现手法,通过“车”这个载体,人类将“豪华”、“奢侈”发挥到了极致。“世界”是“豪华车”表演的大舞台,唯有在这里,豪华车与人类合二为一。

本书将为读者展现世界各大豪华车派系,让读者领略豪华车登上世界技术之巅的魅力,感受豪华车影响人类文明的文化力量。

第一节 走上技术之巅

豪华车绝不仅仅只是用料奢侈、做工精细而已,技术精湛是所有豪华车共有的特点。在汽车百年史中每一款豪华车的问世都代表着汽车领域某项前沿技术的突破,豪华车始终扮演着汽车新技术的检验者和先行者的角色。尤其是在各种赛车赛事活动中,豪华车厂商们竭尽所能地推出他们的新宠,展示新技术的同时,让它们在赛事中历经百炼,进一步提升动力性、安全性和可靠性,追求技术的极限,也正因为如此,这些豪华车厂商当之无愧被称为走上技术之巅的王者。

一、启明灯塔·里程开拓者

汽车这个发明就是这么神奇,明明已经发明了百年有余,其基本构造仍然没有进行过多少根本性改造。即便如此,汽车厂商们对于汽车技术的研发创新却从未停止过。而在这些技术创新中,豪华车厂商们身先士卒,开拓进取,许多前沿的汽车技术正是通过了在豪华车上的检验才逐渐普及到大众化的车型上来的。这些豪华车就如同启明灯塔一般,开拓着汽车技术的一个又一个里程碑。

● 发动机轰鸣

发动机作为汽车的心脏,一直是豪华车制造商重点攻克的技术堡垒。



1883年,卡尔·本茨在曼海姆^①(Mannheim)创建了奔驰公司,制造煤气发动机,这里成为汽车工业的原点。1885年第一辆三轮汽车问世。第二年,戈特利布·戴姆^②和他的工作伙伴威尔赫姆·迈巴赫^③也首次试驾了他自己研制的汽油机四轮汽车。至此,汽车以发动机为核心,开始了它征服世界的旅程。

汽车发动机在发展过程中发展出了许多类别。最为经典的当然非汽油机莫属。汽油机的发展离不开豪华车厂商们的大力研发,许多最新的燃油系统技术都是首先应用于豪华车之后才逐渐普及的。例如在化油器时代步入迟暮时,接替它的燃油电喷技术早已被各大豪华车厂商提前运用至各种量产车身上。电喷最早出现于1967年,由保时捷(Porsche)公司研制的D型电子喷射装置便是最早应用于量产车的燃油电喷系统。如今,发展日渐成熟的电喷系统ECU会随时侦测引擎温度等各种指数,并按需求调整供油量与点火时间,因此在动力输出、经济性与排放表现上达到了相当完美的平衡。而近几年电喷技术也发展到了一定阶段,又使豪华车厂商们率先将次世代^④的缸内直喷系统带入了量产车技术中来。奥迪的FSI缸内直喷发动机、凯迪拉克的SIDI双模直喷发动机都是这一方面的先锋典范。



应用FSI缸内直喷发动机,使大众声名大噪的奥迪R8跑车

当然我们也不能忘了转子发动机,又名汪克尔发动机。这种发动机技术由德国人菲加士·汪克尔^⑤发明,并由日本马自达公司买下专利。由于转子发动机的种种问题难以攻克,许多汽车厂商都放弃了在转子发动机领域的努力,唯有马自达公司坚持了下来,并成功运用在了其RX系列跑车上。可以说,如果没有RX-7等跑

① 曼海姆是德国巴登-符腾堡州继斯图加特之后的第二大城市,人口约31万,与莱茵兰-普法尔茨州城市路得维希港隔莱茵河相望。

② 戈特利布·戴姆勒(Gottlieb Daimler, 1834—1900),德国发明家和企业家,戴姆勒汽车公司的创始人之一。

③ 威尔赫姆·迈巴赫(Wilhelm Maybach, 1846—1929),德国工程师和企业家,曾参与著名的齐柏林飞艇的制造,德国汽车工业重要的先驱之一。

④ 次世代:源自日语,即下一时代,未来的时代。常说的次时代科技,即指还未广泛应用的先进技术。

⑤ 菲加士·汪克尔(Felix Wankel, 1902—1988),德国机械工程师,著名的汪克尔转子发动机的发明者。



车的坚持与成功,转子发动机可能就要被掩埋在历史的废墟当中了。

进入 21 世纪,节能环保的重要性愈发突显。人类亟待打破化石燃料的桎梏,寻求更为清洁环保、更具有可持续性的动力来继续驱动我们的四轮工具。而豪华车厂商们也在寻求新能源动力上先行一步,率先在各种量产车上小试牛刀。从雷克萨斯的混合动力一直到宝马的氢燃料电池车,豪华车厂商在发动机新技术的应用上将继续走在时代前列。

● 底盘进化

对于汽车这样的机械尤物,底盘技术毫无疑问是决定其操控性等各种性能的核心技术之一,对于豪华车而言也不例外。

当年正是迈巴赫首次发明了四档机械变速器和喷雾式化油器,才使得汽车底盘技术进化到从易用性到稳定性都适合民用普及的地步。

同样是传动系统,奥迪的前驱布置成为了未来民用汽车争相模仿的典范。而它开发出来的 Quattro 全时四驱系统更是开创了四驱传动技术的新纪元。

当然说到前驱就得提到保时捷 911 经典的后置后驱布置,这款世间稀少的后置后驱布局跑车证实了汽车界技术领域无限的多样性和可能性。



采用后置后驱布局的保时捷 911

而迷你汽车的横置前驱技术、SMART 的小型化微车理念无不影响了后世对于传统汽车概念的颠覆,称得上是小型豪华车身先士卒的榜样。

如今,底盘技术虽未见大的突破,但相关的创新从未停止过一刻。如果未来汽车底盘技术还有什么重大改进的话,那么这项技术多半还是会出自于这些个豪华车厂商。

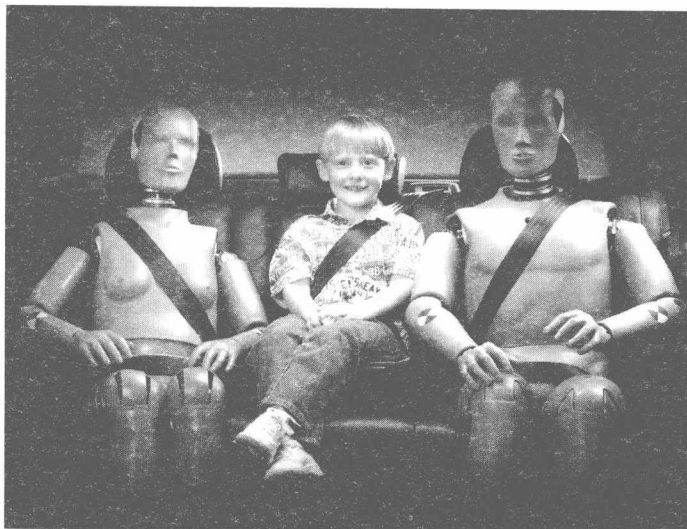
● 安全至上

安全性是人类在驾驶汽车时永远无法回避的话题。毕竟,速度与激情可以一时忍耐,但生命失去了却再也无法追回。正因为如此,各大汽车厂商在汽车安全性研究上一直进行着大量的投入,为了满足顾客更高要求的豪华车,厂商们更是如此。这其中最为突出的就是瑞典的豪华车品牌沃尔沃(Volvo)。

1959 年沃尔沃汽车公司发明了三带式汽车安全带,这一极大降低汽车事故死



亡率的发明和1936年由博世公司发明的ABS(自动防抱死刹车系统)、1953年由美国人发明的安全气囊一道被称为行车安全历史上最重要的三大发明。仅这一个装置自发明以来就已经挽救了超过100万人的生命。1967年沃尔沃还推出全球第一个“逆向儿童安全座椅”,连儿童的乘车安全也考虑了进去。



沃尔沃发明的三点式安全带极大地提高了汽车驾驶的安全性

进入21世纪以后,汽车安全已经不仅仅是被动地保护车内的驾驶员和乘坐者,在发生事故时减少伤亡,还要更多地考虑到主动避免事故发生的安全性设计。2004年,沃尔沃汽车公司发明了自适应巡航控制系统(ACC),它可以自动调整行驶速度,确保与前车始终保持安全的距离。同年沃尔沃还发明了盲点信息系统,它可以持续监测汽车两侧后方视野盲区内是否有车辆出现,并及时提醒驾驶者注意。

此外,其他各大豪华车厂商也在安全配备技术上不断贡献着自己的力量。比如1981年瑞典豪华车品牌萨博汽车推出的广角式外后视镜现在已成为全球轿车的标准配置。1997年,同样是萨博公司又全球首创了侧面防撞安全气囊。看来瑞典人在汽车安全性上大大走在了世界的前面。

二、油管沸腾·赛场先行者

汽车从诞生之始就离不开与赛车的渊源。可以说,许多汽车技术的创新都来自于赛场之上。而各大汽车生产厂商尤其是豪华车生产厂商无一不在赛场上实验、创新着各种在未来令无数车主受惠的先进技术。在一次次油管沸腾的瞬间,这些赛场先行者们已然创造出了一个又一个神话。

● 挑战速度的试金石——极速F1

提到当今最具影响力的赛车赛事,F1可谓当仁不让。它不仅是目前速度最快的赛事,更是汽车业界最先进技术和最昂贵投入的代名词,是无可争议的挑战汽车极限速度的试金石。如今,每年都有上亿人在现场或者通过电视转播关注这项比

