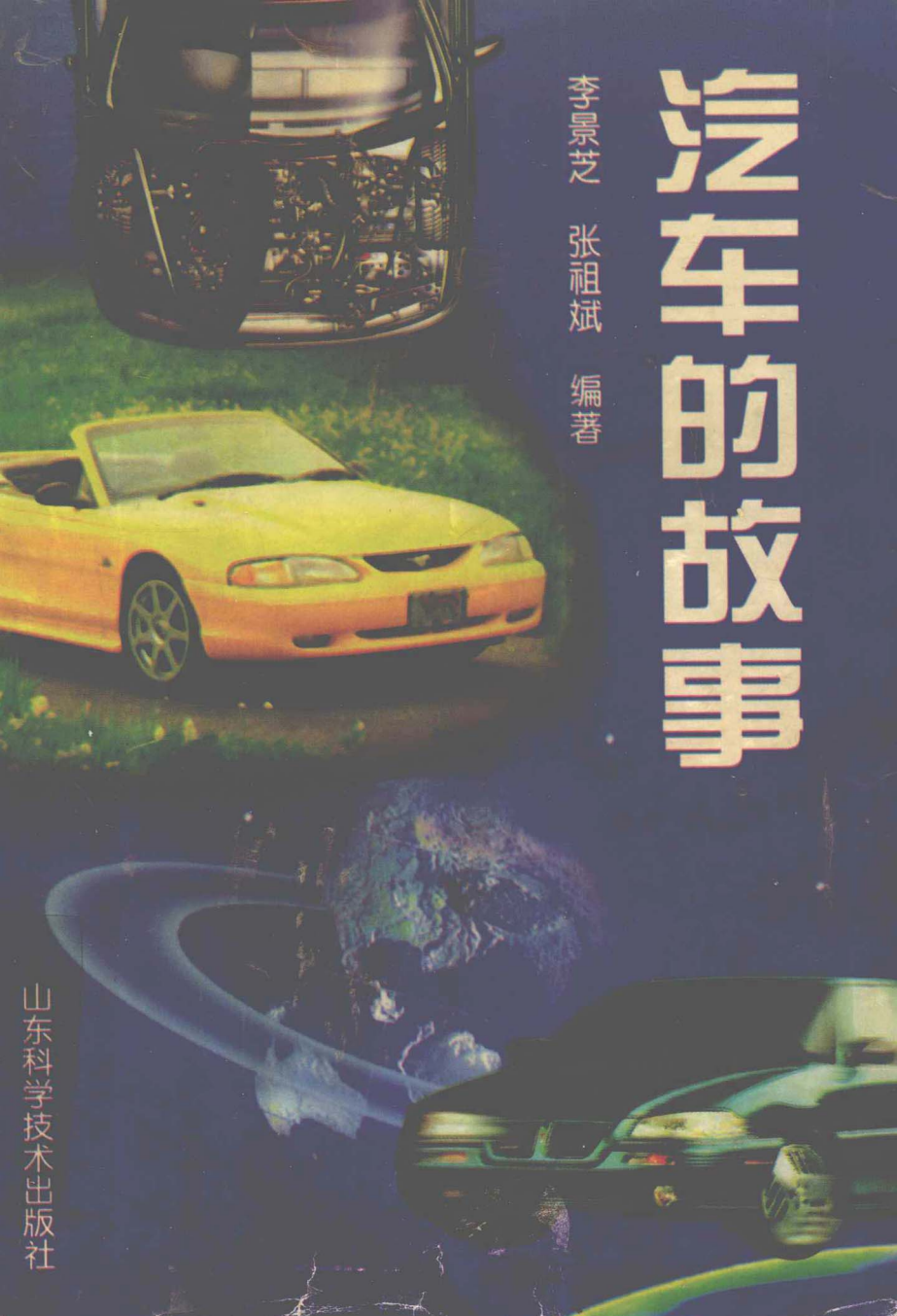


# 汽车的故事

李景芝

张祖斌

编著



山东科学技术出版社

# 汽车的故事

李景芝 张祖斌 编著

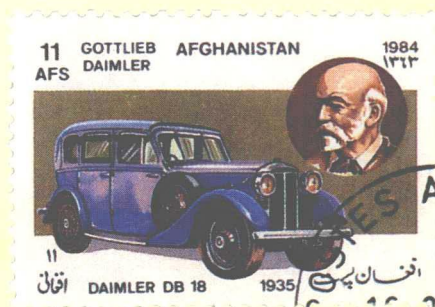
山东科学技术出版社



彩图 1 汽车之父卡尔·奔驰



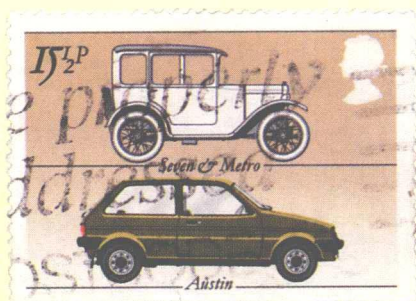
彩图 2 早期的汽车喇叭



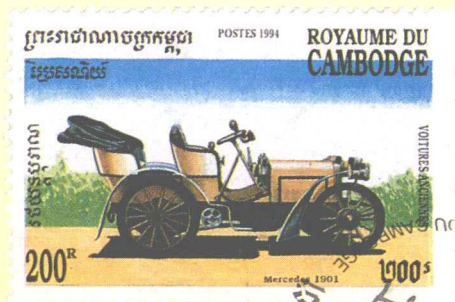
彩图 3 箱型汽车



彩图 4 甲壳虫型汽车



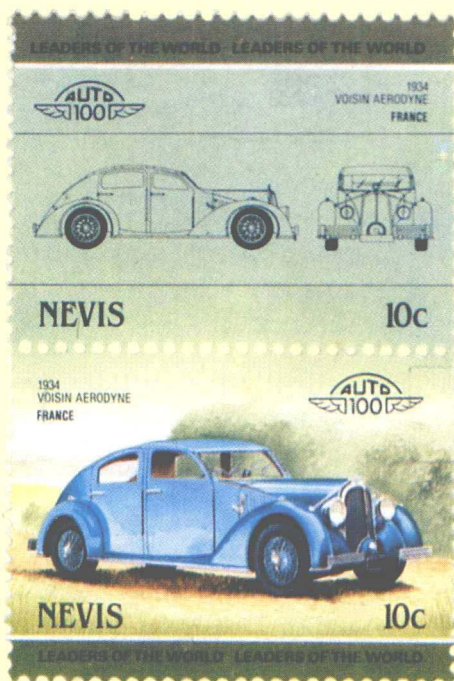
彩图 5 楔型汽车



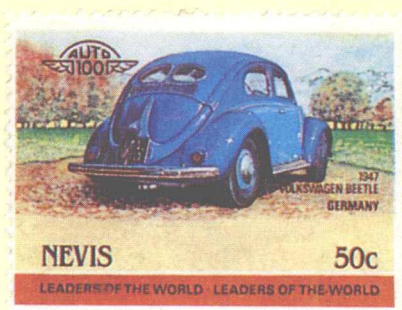
彩图 6 梅谢苔丝牌汽车



彩图7 福特“T”型车



彩图8 雪铁龙“强盗”车



彩图 9 大众“甲壳虫”车



彩图 10（火花） BMC“迷你”车



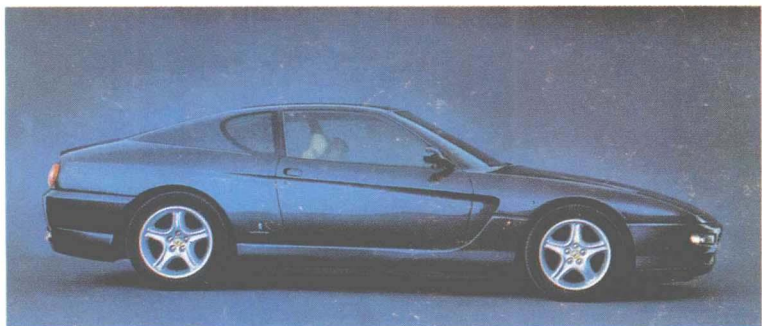
彩图 11 奔驰牌汽车



彩图 12 红旗牌汽车



彩图 13 船型汽车



彩图 14 鱼型汽车



彩图 15 鸭尾式车尾



彩图 16 子弹头型汽车



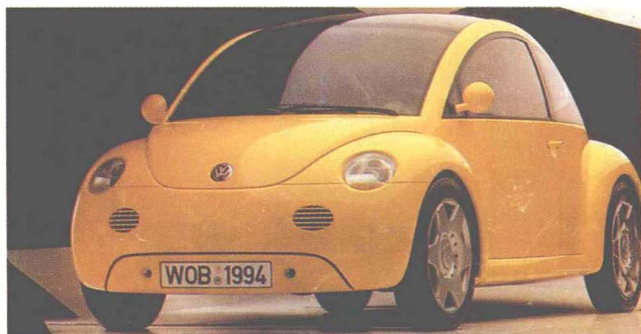
彩图 17 劳斯莱斯牌汽车



彩图 24 本田雅阁牌汽车



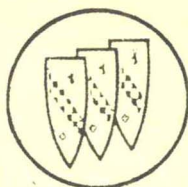
彩图 25 大众“高尔夫”牌汽车



彩图 26 概念车



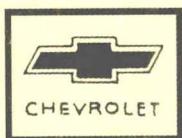
GM 通用 (美)



Buick 别克 (通用)



Cadillac  
凯迪拉克 (通用)



Chevrolet  
雪佛兰 (通用)

PONTIAC



Pontiac  
旁迪克 (通用)



Oldsmobile  
奥兹莫比尔 (通用)



Ford 福特 (美)



Chrysler  
克莱斯勒 (美)



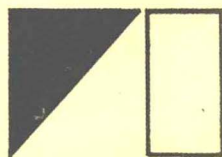
Plymouth 顺风 (美)



Dodge 道奇 (美)



Lincoln 林肯 (美)



AMC (美)



Benz 奔驰 (德)



Opel 欧宝 (德)



Audi 奥迪 (德)



Volkswagen  
大众 (德)



BMW 宝马 (德)



Porsche 保时捷 (德)



Lamborghini  
兰宝基尼 (意)



Tomaso 托马索 (意)



Lancia 蓝旗 (意)



Fiat 菲亚特 (意)



Ferrari 法拉利 (意)



Cizeta 吉利达 (意)



ACM (意)



Maserati  
马萨拉蒂 (意)



Aifa Romeo  
阿尔法·罗米欧 (意)



Toyota 丰田 (日)



Nissan 日产 (日)



Mitsubishi 三菱 (日)



Isuzu 五十铃 (日)



Honda 本田 (日)



Suzuki 铃木 (日)



Daihatsu 大发 (日)



Subaru 富士重工 (日)



Mazda 马自达 (日)

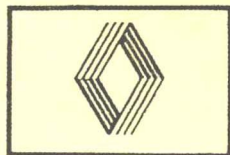


Peugeot 标致 (法)



CITROEN

Citroen 雪铁龙 (法)



Renault 雷诺 (法)



Vauxhall  
伏克斯豪尔 (英)



Lotus 莲花 (英)



Bentley 奔特利 (英)



Jaguar 美洲虎 (英)



TVR 泰威 (英)



Rolls Royce  
劳斯莱斯 (英)



Rover 陆虎 (英)

**VOLVO**

Volvo 富豪 (瑞典)



Saab 坤宝 (瑞典)



Seat 西特 (西班牙)



Hyundai 现代 (韩)



Daewoo 大字 (韩)



Kia 起亚 (韩)



Aro 阿罗 (罗)



Tatra 太脱拉 (捷)



Skoda 斯柯达 (捷)



IVECO 依维柯 (跨国)



Steyr 斯太尔 (奥)



FSO 华沙 (波)



Lada 拉达 (前苏联)



DAF 达夫 (荷)

## 内 容 简 介

本书是一本介绍汽车和汽车文化的普及读物,共有 11 部分内容:汽车的发展、汽车常识、商标赏识、汽车外形、车中精品、世界著名汽车公司、汽车名人、汽车商战、汽车广告欣赏、一级方程式汽车竞赛、汽车在中国。书前插页包括邮票上的汽车、轿车形象、商标图案,书后附有世界汽车百年大事记和汽车产量保有量部分统计。

本书文笔生动,资料翔实,堪作广大汽车爱好者的良朋益友。

# 前 言

1886年,德国人卡尔·奔驰获得第一个内燃机汽车制造专利,从此人类社会开始进入现代汽车时代。

作为交通工具的汽车和由此形成的庞大的汽车产业,深刻地影响和改变了人们的生活。

据调查,如果一个人只用自己的双脚作为“行”的工具,那么他经常性的活动半径是5~10千米;如果他以自行车作为“行”的工具,他经常性的活动半径为20~30千米;如果他以摩托车作为“行”的工具,其经常性活动半径为50~70千米;如果他以汽车作为“行”的工具,那么他经常性的活动半径为100~150千米。

汽车承担着全世界65%以上的货运量和80%以上的客运量。

制造汽车需要的材料多达4200多种,汽车和汽车制造每年消耗全球46%的石油、24%的橡胶和25%的玻璃,汽车制造已成为一个国家工业生产能力和科学技术水平的综合象征,带动着钢铁、机械、电子、橡胶、玻璃、化工、石油等许多行业的发展,它对国民经济发展有1:2.9的辐射效益,对劳动就业有1:7的带动效应(全世界约有4亿人直接或间接地为汽车服务)。

目前,全世界每年生产5000多万辆汽车。

于是,有人称:汽车的生产和使用已经形成了一种文化。

君不见图书报刊上登着汽车,电影电视里演着汽车,汽车同时也成了孩子们的玩具、挂历的主角、邮票的选题、明信片的主图……

作为人类精神和物质成果的总和,文化是人类区别于动物的重要特征。物质文明在整个人类文化中占有不可或缺的地位:人类创造的物质文明不单纯是物质性的,它的产生、延续和发展,不仅记录了人与自然斗争的轨迹,也是人类精神创造活动的见证。

虽然汽车文化是一种新生事物,但它绝对脱离不了传统文化的影响。

美国是一个多民族国家,讲究自由,生活奢侈,体现在汽车文化上,美国车总是充满虎虎生气,宽大舒适,豪华气派,线条流畅,功率强大。

德国人态度严谨,善于思考而勇于进取,汽车造型也显得较为传统,线条刚劲挺拔,给人以坚固、耐用的感觉。

日本民族善于接受外来文化,汽车设计也兼顾了欧美车的优点,他们生产的汽车在世界各国都受到普遍欢迎。

汽车改变了和正在改变着世界。

改革开放以来,中国的汽车工业有了很大发展,汽车对人民生活的影响日益扩大,本书旨在顺应这一形势,向广大读者介绍汽车的基本知识,如能引起读者的兴趣进而对中国汽车工业的发展尽一点微薄之力,将是作者最大的欣慰。

由于时间仓促和水平所限,书中定有错误和不妥之处,敬请读者批评指正。

**编著者**

1998年7月