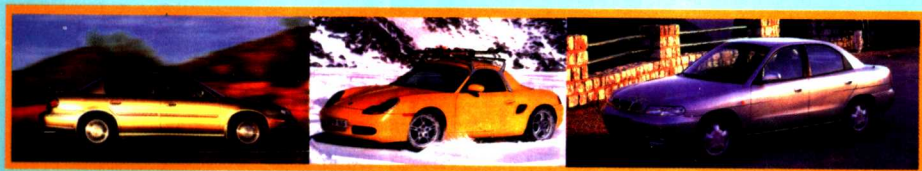




汽车商标漫谈



董安 主编



兵器工业出版社

汽车商标漫谈

董安 主编



兵器工业出版社

内 容 简 介

本书详细地介绍了10个国家近百个著名汽车商标的渊源、含义和演变过程;简述了各个汽车商标设计的艺术手法和风格;介绍了一些有关的历史典故、神话故事等。

本书集知识性、趣味性于一体,是汽车爱好者不可多得的珍藏品。

本书可供汽车爱好者、文学爱好者、汽车工程与技术人员、广告策划人等阅读、欣赏。

图书在版编目(CIP)数据

汽车商标漫谈/董安主编. -北京:兵器工业出版社, 1999. 5

ISBN-80132-493-5

I. 车… II. 董… III. 汽车-商标-普及读物 IV. F766.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 20574 号

出版发行: 兵器工业出版社

责任编辑: 任 燕 刘宗仁

责任技编: 王京华

社 址: 100089 北京市海淀区车道沟 10 号

经 销: 各地新华书店

印 刷: 天津新华印刷一厂

版 次: 1999 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

印 数: 1-10000

封面设计: 蒋 宏

责任校对: 冯荣芹

责任印制: 张 伟

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 5

字 数: 121.6 千字

定 价: 28.00 元

(版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换)

前言

行驶在世界各地的六亿辆汽车，就像五彩缤纷的彩虹萦绕在蔚蓝色的地球上，令人眼花缭乱，目不暇接。在这道绚丽的风景线上，代表各汽车身份的商标，像一颗颗明珠分外醒目。

那么，这些商标是否能随意地安放在汽车上呢？回答是否定的。因为，商标的选择和演变，是与各汽车公司所在国的民族、所在国的地理位置、公司创始人、发展目标等因素密切联系。首先，商标记载着公司的创业史，商标承载着民族文化；同时，商标要融会世界文化，以便输出本公司的产品和宣传本民族的文化。所以，汽车商标是汽车文化中的奇葩，通过它可以领略到世界文化艺术的魅力，感受到世界汽车文化浪潮的震撼。

本书通过五彩缤纷的汽车商标和别具风格的汽车造型，探寻不同品牌汽车商标的渊源，简述各个汽车商标设计的艺术手法和风格，介绍一些有关的历史典故、神话故事等，会使读者耳目一新。

本书由董安主编，参加本书编写工作的还有原永政、许海成、方福林、王谷亮、肖云魁、董玉民、邹燕敏、张峰、李玉坤等。

在编写这本书时，编者参阅了其他作者的作品和图片，在此向他们表示感谢。由于编者水平有限，难免存在错误，恳请各位读者给予指正。

编者

1999年2月于天津



美国



1. 世界汽车“巨人”——通用汽车公司.....(1)
2. 通用汽车公司的自豪——凯迪拉克.....(2)
3. 皇家贵族的“冠”和“盾”——凯迪拉克.....(3)
4. 通用公司的“三利剑”——别克.....(4)
5. 招来凤凰的梧桐树——别克.....(5)
6. 系蝴蝶领结的“绅士”——雪佛兰.....(6)
7. 炮舰与汽车——雪佛兰·克尔维特.....(7)
8. 成功的“神箭”与“火鸟”——旁蒂克.....(8)
9. 秋之恋——奥兹莫比尔.....(9)
10. 美国的“福特”——活泼可爱的“小白兔”.....(10)
11. 福特的豪华汽车部——林肯·默冠利.....(11)
12. 福特高级轿车的传世佳作——林肯·大陆.....(12)
13. 福特的“雄狮”——福特·水星MG II型概念车.....(13)
14. 福特的宝马良驹——野马.....(14)
15. 美国的汽车“设计院”——克莱斯勒.....(15)
16. 顺风部的名牌——普利茅斯.....(16)
17. 克莱斯勒的雄鹰——鹰·吉普.....(17)
18. 美国的“吉普”——切诺基·吉普.....(18)
19. 克莱斯勒的兄弟——道奇.....(19)

德国

20. “改变世界的机器”发明人——卡尔·苯茨.....(20)
21. 阿波罗与达芙奈——桂冠的传说.....(21)
22. 戴姆勒的吉祥之星——三叉星.....(22)
23. 世界车坛上的巨星——戴姆勒·奔驰.....(23)
24. 汽车史上最成功的长青跑车——保时捷.....(24)
25. 大众的汽车——德国·大众.....(25)
26. 兄弟携手共创未来——奥迪.....(26)
27. 蓝天、白云和螺旋桨——宝马.....(27)
28. 007的接班人仍喜欢的跑车——宝马Z3跑车.....(27)
29. 天赋王者风范，名望响彻人间——欧宝.....(29)

英国

30. 一见如故——劳斯和莱斯.....(30)
31. 世界轿车至尊——劳斯莱斯.....(31)
32. 劳斯莱斯之魂——飞翔的女神.....(32)
33. 如虎添翼——美洲虎.....(33)
34. 现代“海盗”——路虎.....(34)
35. 似曾相识——MG.....(35)
36. 展翅翱翔的雄鹰——本特利.....(36)
37. 跑车小精灵——莲花.....(37)
38. 神话与现实——TVR.....(38)
39. 诞生“虎子”的望门贵族——奥斯顿·马丁.....(39)

意大利

40. 几度变迁的商标——菲亚特.....(40)
41. “快车”之国中的快车——阿尔法·罗密欧.....(41)
42. 意大利的“长矛”——蓝旗亚.....(42)
43. 超越时空的艺术品——法拉利.....(43)
44. 成功与友谊——“腾马”.....(44)
45. 当代“海神”——玛希拉蒂.....(45)

Q

O

N

T

E

N

T

S



46. 勇往直前的公牛——朗伯基尼.....(46)

日本

47. 立足于未来和顾客——丰田.....(47)
 48. 丰田的“旗舰”——丰田·皇冠.....(48)
 49. 丰田的“黑马”——丰田·凌志.....(49)
 50. 融入世界文化的汽车——丰田.....(50)
 51. 突出国家形象的商标——日产.....(51)
 52. “H”商标——本田成功之魂.....(52)
 53. “HM”飞翔商标——本田技研之翼.....(53)
 54. 三瓣菱形钻石标志——三菱.....(54)
 55. 永保青春活力——大发.....(55)
 56. 力量与技术的结合——铃木.....(56)
 57. 擎天白玉柱——五十铃.....(57)
 58. “东洋”汽车——马自达.....(58)
 59. “六连星”的传说——富士.....(59)

法国

60. 法国车坛的“骄子”——雷诺.....(60)
 61. 狮城出名车——标致.....(61)
 62. “法国第一夫人”——雪铁龙.....(62)

瑞典

63. 唯我独尊的安全车——沃尔沃.....(63)
 64. 尊严与权威——绅宝.....(64)

捷克

65. 温文而雅——斯柯达.....(65)

中国

66. 中国的轿车——东方龙.....(66)
 67. 中国人的骄傲——红旗.....(67)
 68. 中国东海上的“旋风”——上海·桑塔纳.....(68)
 69. 华夏得利——天津·夏利.....(69)
 70. 中国的“吉普”——北京·Jeep.....(70)

韩国

71. 腾飞21世纪——现代.....(71)
 72. 大智“大儒”——大宇.....(72)
 73. 兄弟情深——双龙.....(73)



1. 世界汽车“巨人”——通用汽车公司

“GM”是美国通用汽车公司名称的缩写，取自通用汽车公司(General Motor Corporation)英文全称的前两个单词的第一个大写字母。各车型商标都采用了公司下属分部的标志，而“GMC”图案商标则成为通用汽车公司载重车的专用标志。

1902年9月16日，威廉·杜兰特创建了早期的通用汽车公司，总部设在美国的密执安州底特律城。后经威廉·杜兰特的几番努力，先后联合或兼并了别克、凯迪莱克、雪佛莱、奥兹莫比尔、奥克兰、旁蒂克、休斯和EDS电脑等公司，成立了美国通用汽车公司，使原来的各小汽车公司成为该公司的分部，从而使公司下属的分部达30余个之多。其中较知名的分部有：别克分部、奥兹莫比尔分部、旁蒂克分部、雪佛莱分部、凯迪莱克分部等。

美国通用汽车公司以其雄厚的实力，在汽车技术和产量上成为世界上首屈一指的汽车公司，因此，被称为世界汽车“巨人”。



通用汽车公司商标(美国)



通用汽车



2. 通用汽车公司的自豪——凯迪拉克



通用·凯迪拉克商标（美国）

凯迪拉克汽车分部的前身是凯迪拉克公司。1902年，英格兰工具制造商亨利·利兰德在美国底特律城创建的一家汽车公司。亨利·利兰德为了表达对安东尼·门斯·凯迪拉克的怀念和敬意，就用凯迪拉克（CADILLAC）命名自己的公司，把凯迪拉克家族的纹章作为产品的商标。1909年该公司并入通用汽车公司后，其产品仍然采用这个商标。

你看！凯迪拉克轿车的商标，远看就像王者的皇冠，近看多像佩带在将军胸前的勋章啊！它是法国皇家贵族凯迪拉克的纹章图案，纹章上记载着这个家族的辉煌。

凯迪拉克家族的后代安东尼·门斯·凯迪拉克一生仗义行仁、扶贫济困、喜欢探险。1701年，安东尼·门斯·凯迪拉克以传教士的身份来到美国，并创建了底特律城（现为世界著名的汽车城），因此，他深受人们的拥护和爱戴。

通用汽车公司为采用“凯迪拉克”商标而感到自豪。“凯迪拉克”商标以其雅致的图案和丰富的内涵，喻示凯迪拉克牌汽车的高贵、豪华、气派和潇洒，同时借助名人效应来宣传和推销产品。



凯迪拉克总统豪华轿车



3. 皇家贵族的“冠”和“盾”——凯迪拉克

凯迪拉克商标是凯迪拉克家族在古代的宗教战争中，使用的“冠”和“盾”型的纹章图案。“冠”上的七颗珍珠表示凯迪拉克家族具有皇家贵族血统，即凯迪拉克家族是贵族。“盾”象征着凯迪拉克军队是一支金戈铁马、英勇善战、攻无不克、无坚不摧的英武之师。

“盾”被两根深褐色棒平分为四个等分。第二和第三等分有两根相互交叉的褐色棒，表示十字军战士在遥远战场上富有骑士般的勇猛。第一和第四等分中各有三只黑色的鸟，这两等分又被黑色棒一分为二，并把三只相同的鸟分开，两只在上，一只在下。按照当时的风俗，没有腿和嘴的鸟，如果以三只同时出现（即三位一体），就表示神圣。这些鸟还表示大胆和热情的基督教武士的智慧、富有、聪敏的头脑和完美的品德。

“盾”中的各种颜色也有深刻的含义，它们分别表示婚姻、土地和丰收。如红色表示勇猛和赤胆；银色表示婚姻、纯洁、博爱和美德；黄色表示丰收和富有；蓝色表示创新和探险；黑色表示土地。



通用·凯迪拉克商标（美国）



凯迪拉克



4. 通用公司的“三利剑”——别克



通用·别克商标（美国）

别克（BUICK）商标中那形似“三利剑”的图案为其图形商标，它是别克分部的标志。它被安装在汽车散热器格栅上。图中那三把颜色不同（从左到右：红、白、蓝三种颜色）并依次排列在不同高度位置上的利剑，给人一种积极进取、不断攀登的感觉；它表示别克分部采用顶级技术，刃刃见锋；也表示别克分部培养出的人才个个游刃有余，是无坚不摧、勇于登峰的勇士。

1903年5月19日，大卫·别克在布里斯科兄弟的帮助下创建美国别克汽车公司，但不久公司就陷入了困境。后在威廉·杜兰特的资助下，公司才开始兴旺起来，并创造出汽车年产量居美国第一位的业绩。1908年，以别克汽车公司为中心，成立了美国通用汽车公司。当通用汽车公司扩大后，别克部成为通用汽车公司的第二大部门。它主要设计制造中档家庭轿车。别克牌汽车的销量在通用汽车公司内居第三位。



别克·公园大道

- ◆发动机形式和排量：V6、3.8升
- ◆最大功率：153千瓦

5. 招来凤凰的梧桐树——别克

别克轿车的英文商标,取自于该公司创始人大卫·别克的姓氏。而整个商标是一只展翅的雄鹰即将落在别克的英文字母上。它象征着“别克”是雄鹰最理想的栖息之地,正应了中国的那句谚语:“只有梧桐树,才能招来凤凰鸟”。

别克部以生产高质量、高格调、高品味、顶级的汽车为主,别克·王朝(BUICK REGAL)形象豪华、尊贵,显得锋芒内蕴、韵致迷人。

别克·公园大道(BUICK PARK AVENUE ULTRA)是一款具有浓厚美国传统风格的轿车,在美国属豪华级轿车。

‘97别克·世纪(‘97 BUICK CENTURY)中型轿车为全新款式,是为迎接新世纪的到来精心设计制造的轿车。其精致的垂直竖条鬼脸是新款车的醒目标志;流畅的侧视雕塑式外形,极具现代气息,更增加了别克轿车的品牌特征。



通用·别克商标(美国)



别克·世纪

- ◆外形尺寸(长×宽×高): 4942毫米×1845毫米×1449毫米
- ◆发动机形式和排量: V6、3.2升
- ◆最大功率和扭矩: 119千瓦、251牛·米
- ◆最高车速: 140千米/小时





6. 系蝴蝶领结的“绅士”——雪佛兰



通用·雪佛兰商标 (美国)

雪佛兰 (Chevrolet) 属于通用汽车公司的一个分部。该部除生产大众化车型之外，还生产各种运动型跑车。

“雪佛兰”取自原雪佛兰汽车公司创始人路易斯·雪佛兰 (瑞士车手) 的姓氏; 图形商标是抽象化了的蝴蝶领结，象征雪佛兰轿车的大方、气派和风度。

自1915年雪佛兰部生产出第一辆汽车起，其产品销售量一直在美国名列前茅，1940年就累计生产汽车1500万辆 (当时通用公司累计生产汽车2500万辆)。因此，雪佛兰汽车被称为“地道美国车”，与美国人的形象紧密相连的“棒球、热狗、苹果派”一样荣登排行榜 (1975年)。从1984年起，雪佛兰汽车已经十多次获得美国《汽车时尚》杂志的“年度最佳轿车”奖。

6



雪佛兰·罗米娜 LS



7. 炮舰与汽车——雪佛兰·克尔维特

克尔维特 (CORVETTE) 是美国通用公司雪佛兰部生产的高级运动车的商标, 是沿用17世纪英国一种炮舰的名字, 意向当时风行的英国跑车挑战。

商标图案是在椭圆内交叉嵌套着两面旗子。那面黑白相间的旗子, 表示该车是参加公路汽车大赛的运动车; 那面红色的旗子上的蝴蝶结商标, 表示该车由雪佛兰分部制造, 旗上的奖杯和花朵, 则代表夺魁后的欢呼和成功的纪念; 上方的“CORVETTE”表示名称; 左下方的“1953”年, 表示“克尔维特”车的诞生年代; 右下方的“1978”, 表示生产该款车的年代。

自“克尔维特”诞生那天起, 就以超凡的魅力、独一无二的款式而畅销世界, 是美国汽车工程艺术领域的代表。

1957年, 厄尔设计出独特的“鲨鱼嘴”散热器格栅; 1963年, 由彼尔设计的分开式后窗, 使其成为运动车收藏者最羡慕的珍品之一; 1968年, 由彼尔设计出的“蜂腰可乐瓶”形状的车身, 长长的发动机盖线条轮廓流畅, 闪闪发光的侧翼, 堪称一件艺术珍品。

80年代中期, 为了突出克尔维特商标上的那两面旗帜, 就将文字和外圆去掉, 展现在



通用·克尔维特商标 (美国)



通用·克尔维特

8. 成功的“神箭”与“火鸟”——旁蒂克



通用·旁蒂克商标（美国）

旁蒂克(PONTIAC)汽车商标由两部分组成。其字母“PONTIAC”商标取自美国密执安州的一个地名；图形商标是带十字标记的箭头，它被镶嵌在发动机散热器格栅的上方。而十字形标记，则表示“旁蒂克”是通用汽车公司的重要成员，也象征旁蒂克汽车安全可靠；箭头则代表旁蒂克的技术超前和攻关精神。另外，在旁蒂克·火鸟轿车的车尾，还使用一只抽象化了的鸟，象征旁蒂克部人具有火一样的热情和高瞻远瞩的志向。

1893年，爱德华·墨菲创建旁蒂克马车公司，又于1907年创建奥克兰汽车公司，两年后加入美国通用汽车公司，更名为旁蒂克汽车分部。因旁蒂克部在车身及内部机械设计上屡建奇功，经常引起世界汽车业的轰动，从而成为通用汽车公司最成功的部门。



旁蒂克·玻纳维利

- ◆外形尺寸（长×宽×高）：5067毫米×1892毫米×1415毫米
- ◆发动机形式和排量：V6、3.8升
- ◆最大功率和扭矩：153千瓦、305牛·米

9. 秋之恋——奥兹莫比尔

奥兹莫比尔(OLDSMOBILE)部是美国通用汽车公司的一个分部。其商标是由图形和文字两部分组成的。标在车头上的箭形图案表示该分部积极向上和勇往直前的创新精神,标在车尾上的字母商标是由“OLDS”和“MOBILE”组成的“OLDSMOBILE”字样。

奥兹(OLDS)是创始人兰塞姆·奥兹的姓氏,莫比尔(MOBILE)在英文里是“机动车”之意。两部分组成“OLDSMOBILE”就是“奥兹机动车”的意思。

奥兹莫比尔轿车具有浓厚的美国特色,在造型上给人一种稳重大方和气度不凡的感觉。当你迎着温和的秋风,走在一条布满金色落叶的大道上,蓦然回首,突然看到了一辆天蓝色的奥兹莫比尔轿车静静地靠在路边时,那一刹那你仿佛感觉到一个身穿天蓝色西装的年轻绅士在向你微笑。他身材修长,面庞清秀,气宇轩昂,浑身散发着一一种轻松而又潇洒的神态。



通用·奥兹莫比尔商标(美国)



奥兹莫比尔·短剑

10. 美国的“福特”——活泼可爱的“小白兔”



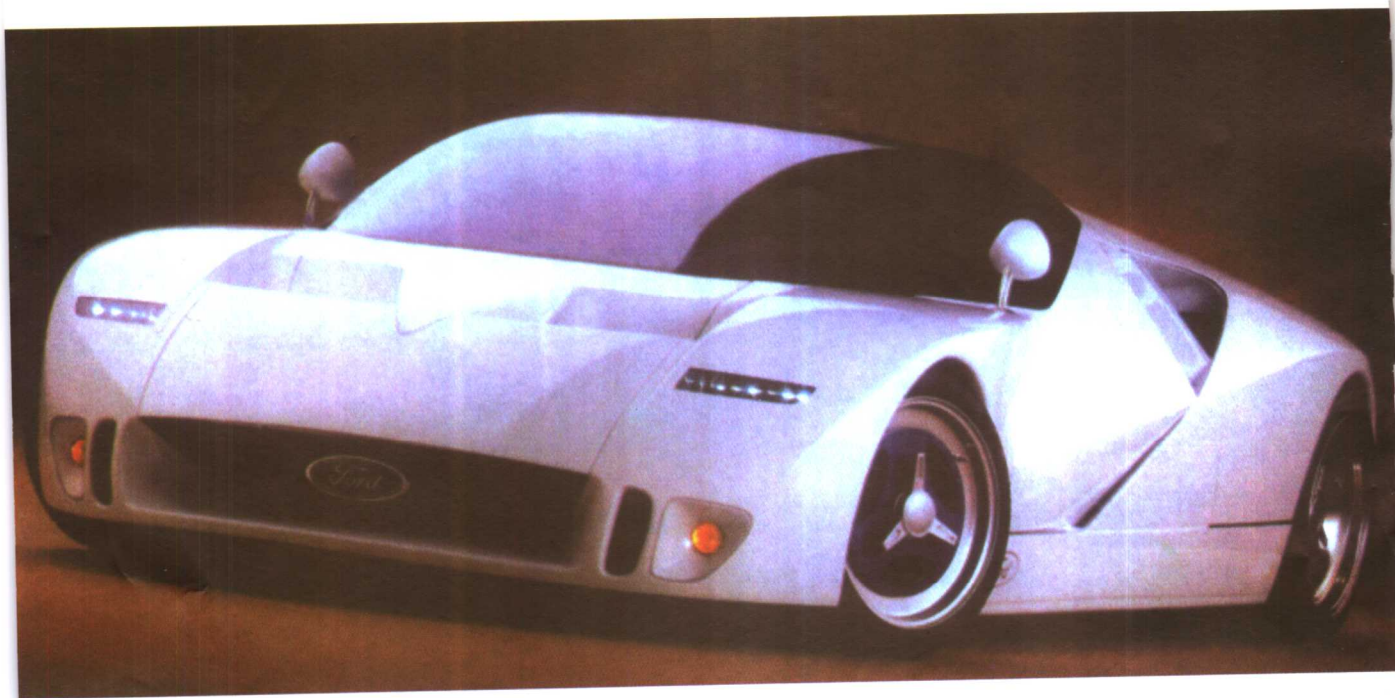
福特商标 (美国)

1903年，亨利·福特创建福特汽车公司，公司名称取自创始人亨利·福特的姓氏。福特生前十分喜爱动物，他经常忙里偷闲访问动物专家，读有关动物的书籍和报纸，他在这个领域也有较深的造诣。1911年，商标设计者为了迎合亨利·福特的嗜好，就将英文“Ford”设计成为形似奔跑的白兔形象，一博福特的欢心。

福特汽车公司的商标是蓝底白字的英文“Ford”字样，被艺术化了的“Ford”形似活泼可爱、充满活力、美观大方的小白兔。“Ford”犹如在温馨的大自然中，有一只可爱、温顺的小白兔正在向前飞奔，象征福特汽车奔驰在世界各地，令人爱不释手。

1908年，福特T型汽车诞生，为“装在汽车轮上的美国”立下了不朽功勋。因此，福特汽车公司名扬天下，福特本人也成为世纪名人。

在美国独立200周年期间，为了配合这个有纪念意义的节日，美国最大的通讯社——美联社，在对这200年中的20件大事进行的全美民意测验中，福特汽车公司名列第十，可与后来的“阿波罗”飞船登月、原子弹爆炸相媲美。



福特·协同 2010 概念车



2021/11/13

福州大学
图书馆盖章

Q I C H E S H A N G B I A O M I A N

11. 福特的豪华汽车部——林肯·默寇利

1917年，亨利·利兰创建了豪华汽车公司。20年代福特公司收购了豪华汽车公司，将其更名为林肯部。30年代，福特公司成立了默寇利部。后又将这两个分部合并成林肯·默寇利部。该部以生产总统座车和其它高级豪华轿车而闻名于世界。

林肯·默寇利部用阿伯拉罕·林肯总统和商业与道路之神默寇利来命名所生产的汽车。其名牌车有：林肯·大陆、林肯·城市、默寇利·水星和默寇利·神秘等。

林肯·默寇利部用罗马神话中的主管商业与道路之神默寇利名字来命名汽车，象征公司的气派和用意：天下道路为我默寇利牌汽车修筑，人间商业唯我默寇利主管。



默寇利·水星商标（美国）



11



默寇利·水星 MC IV型概念车

汽车商标
QI CHE SHANG BIAO MI A N