



普通高等教育汽车制造与装配技术专业规划教材

汽车品牌文化

叶蓉燕 张梅兰 / 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

普通高等教育汽车制造与装配技术专业规划教材

汽车品牌文化

主 编 叶蓉燕 张梅兰
副主编 陈 烨 田 佳
参 编 伍小越 吕义超 李 娟 谢 君 卢宏伟
吴桥平 汪胜祥 吴 云 周祥煦
主 审 董烈锋



机械工业出版社

本书从汽车品牌发展故事入手,系统而全面地对世界著名汽车品牌以及中国汽车品牌进行了介绍,并对其企业品牌文化内涵进行阐述。在汽车起源和发展过程之中,汽车品牌与文化包含丰富的内容,本书通过对汽车品牌创业故事、品牌发展历程、在中国的发展历程、品牌文化内涵、主流车型、赛车文化等进行了详尽阐述,将一个个精彩的发展故事转化成音符,为读者谱写出一曲汽车品牌文化的动人旋律。

本书可作为高职院校汽车制造与装配专业的教材,也可作为汽车专业人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

汽车品牌文化/叶蓉燕,张梅兰主编. —北京:机械工业出版社,2014.11
普通高等教育汽车制造与装配技术专业规划教材
ISBN 978-7-111-48332-8

I. ①汽… II. ①叶… ②张… III. ①汽车-文化-高等学校-教材 IV. ①U46-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第244555号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:徐巍 责任编辑:徐巍 王慧

版式设计:霍永明 责任校对:张玉琴

封面设计:鞠杨 责任印制:乔宇

北京铭成印刷有限公司印刷

2015年1月第1版第1次印刷

184mm×260mm·16.25印张·388千字

0001—3000册

标准书号:ISBN 978-7-111-48332-8

定价:39.90元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010)88361066 教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售一部:(010)68326294 机工官网:<http://www.cmpbook.com>

销售二部:(010)88379649 机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线:(010)88379203 封面无防伪标均为盗版

汽车制造与装配技术专业规划教材 编 委 会

编委会主任 蒋 平

编委会编委 (以姓氏笔画为序)

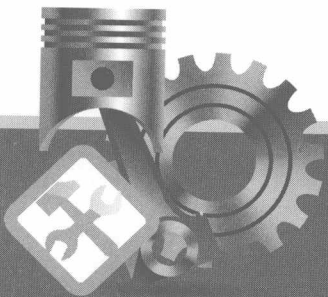
王 宁	王永华	丑振江	卢雨萱	叶蓉燕	田 佳	白鸿辉
冯 韬	伍岳林	刘习成	刘福尚	李 鑫	李志华	李秋艳
杨志红	肖良师	吴桥平	张 旭	张梅兰	陈 烨	陈秀华
邵 枫	范家春	欧阳波仪	罗文智	季 杰	赵 刚	胡 尧
胡元庆	胡梓汲	姚博瀚	徐 巍	徐梅宣	高 晖	郭北洋
唐 娟	黄智雄	曹 勇	戚叔林	董烈锋	曾 嵘	曾新明
廖 兵	廖向阳	戴清桥				

汽车制造与装配技术专业规划教材 专 家 委 员 会

专家委员会主任 钟志华

专家委员会委员 (以姓氏笔画为序)

阳小良	李立斌	陈秀深	陈建伟	陈维礼	范家春
林振清	胡光辉	姚小刚	龚孟贤	董烈锋	蒋 平



丛 书 序

进入 21 世纪以来,我国汽车产业高速发展,形成了多品种、全系列的各类整车和零部件生产及配套体系,产业集中度不断提高,产品技术水平明显提升,已经成为世界汽车生产大国。以 2009 年中国汽车工业产销量登顶全球第一为标志,中国汽车工业无可争议地完成了从小到大的转变。

在过去十年,中国汽车市场蓬勃发展,从 2004 年产销量双超 500 万辆,到 2013 年产销量双超 2100 万辆,产销量已连续五年保持世界第一。

中国汽车行业正在通过加快结构调整,增强自主创新能力,推动产业升级,迎接新的挑战。汽车的大工业生产方式从生产流水线方式转为汽车平台式生产和“模块化”生产方式,生产组织方式柔性化。汽车零部件设计开发逐步向模块化、通用化方向发展,全球采购也成为发展趋势。

在发达国家,由于市场竞争的不断加剧,客户不断增加的个性化需求,各大汽车企业为了满足市场需要,在市场竞争中立于不败之地,纷纷对生产模式作出相应的优化和调整,以丰田、福特、大众、菲亚特等比较大的生产厂商为首,逐渐由按库存生产转向按订单生产。同时,各大汽车企业也都调整了生产管理模式,即在车身进入总装之前都可以调整订单,这样就可以极大地满足市场及生产的柔性要求。

随着全球化买方市场的逐渐形成,企业所面临的竞争日趋激烈,经济活动的步伐越来越快,客户对时间方面的要求越来越高。这一变化的直接反映就是竞争主要因素的变化。20 世纪初期,企业间竞争的主要因素是成本,通过大批量生产来降低成本是那个年代应对竞争的主要方法。到 20 世纪中期,竞争的主要因素变为质量,通过精益生产方式来削减浪费提高质量成为那个年代企业管理的潮流。进入 21 世纪以后,企业的主要竞争因素变为时间。在客户需要的时候提供正确的产品成为竞争力的关键因素。这要求汽车的制造系统能够在客户需求驱动下柔性地组织生产过程并快速地响应客户需求,即所谓的定制化批量生产,同时要降低多样化成本。信息技术在生产排产、订单执行、自动叫料、质量追溯、防止装配错误和车辆状态跟踪等领域的广泛应用,使得汽车能够在客户订单驱动下进行快速、高质量和低成本的生产。

汽车的制造方式从最初的单辆手工生产,到大批量生产,再到精益生产,经历了几个阶段的不断进化。在过去的十多年,精益生产方式所倡导的零库存、零浪费、零缺陷,通过准时制生产(JIT)、生产线均衡化设计、全面质量管理、全员参与和持续改善等手段将汽车的生产制造时间大大缩短。

从客户的角度出发,汽车企业的供应链管理必须能够准确地把握各种类型的客户需求

(预测、意向、线索、商机、订单),并在正确的时间开始以正确的数量、正确的质量和正确的成本组织生产正确的产品,并交付到正确的地点。汽车企业不得不在生产多样化产品的同时,实现供应链的高质量、低成本和快速反应。这对汽车企业的供应链管理提出了严峻的挑战。

随着汽车的普及,人们对汽车的了解越来越多,汽车客户会越来越关注汽车的技术及性能指标,例如:汽车的碰撞性能、油耗、转向功能(电子转向还是液压转向)、制动系统功能、安全系统功能,以及方便性功能,如导航、USB、胎压系统、智能钥匙等。这使得汽车企业的竞争从售价竞争到造型和内外饰的感官竞争逐步向技术性竞争发展。

汽车工业已经成为中国经济发展的重要支撑,为社会开辟了广泛的就业市场,汽车类专业也日益成为热门,特别是职业院校的汽车类专业在近年飞速发展。

然而,职业教育作为汽车应用型人才培养的主体仍处于发展初期,汽车应用型人才的供需矛盾日益凸显,特别在专业知识与技能的掌握上,企业希望能找到具备实用性专业知识与技能的员工,而学校现有的汽车制造与装配技术专业教材还停留在介绍汽车生产流水线技术等内容层面上,满足不了汽车制造企业对职业岗位群的需要。

本丛书编写的出发点就是缓解这一矛盾,希望能提供汽车行业系统的实用性知识与技能,将企业所需的部分专业知识、技能的培训过程延伸到学校,为汽车行业培养更多符合实际需要的人才。

本丛书是在广泛而深度调研的基础上,以中国高等职业技术教育研究会“十二五”规划课题“职业院校汽车类专业校企合作专业建设模式研究”(课题编号 GZYGH2011016)为依托,结合企业运作与学生特点编写而成的实用性教材,书中大量知识与技能均来源于企业,其编写方式也充分考虑了职业院校学生的知识背景和学习特点,便于教师授课,实现学生“愿学、易学、实用”的目标。

本丛书不但包含了汽车产品类教材,同时也包含了从采购、制造、销售到管理的整个汽车产业链相关教材,具体如下:

产品类:《汽车品牌文化》《汽车构造》《汽车电器》

采购类:《汽车零部件供应商管理》

制造类:《汽车冲压》《汽车焊装》《汽车涂装》《汽车总装》《发动机及关键零部件制造技术》

营销类:《汽车营销》

管理类:《汽车制造物流与供应链管理》《汽车制造安全管理》《汽车生产中的 IT 技术》《汽车制造质量管理》

本丛书编写采取了职教专家、行业专家、出版社编辑“三位一体”结合的模式,编委会成员来自我国主流汽车企业和汽车院校。

本丛书的特点:

(1) 校企人员合作编写,贴合企业的实际岗位需求。

(2) 部分教材以情景模式导入,设定的情景多来自企业一线以及教学一线的真实案例。

(3) 具有现实性、超前性,强调理论知识与企业实际需要的结合,有极强的针对性。

相信本丛书的出版将对我国汽车类职业教育的发展作出积极的贡献,为我国汽车行业应用型人才的培养作出有益的探索。由于编者经历与水平有限,相关内容还存在不足之处,我们衷心期待各位读者、同仁批评指正,以便再版时修正。



前 言

自 1886 年诞生以来，汽车经历了 100 多年的发展演变。进入 21 世纪，汽车的不断改进和汽车工业的不断发展，大大地改变了人类生活。

汽车诞生于德国，成长在法国，在美国成熟，在欧洲兴旺，挑战于日本，最后在中国发扬光大。汽车工业和汽车技术得以发展，离不开各国人民发挥各自的智慧和才能，也是世界人民共同努力的心血结晶。

100 多年来，汽车发展的速度非常惊人，同时，汽车工业也造就了多家在各国经济中举足轻重的著名公司，如通用、大众、丰田等。

21 世纪是一个品牌的时代。品牌对于汽车而言，如钢琴之键、活水之源。汽车品牌文化不仅是汽车企业发展的沉淀，更彰显了汽车企业的风格和魅力。不同的汽车品牌，有着不同的传奇故事，但它们都以自己的成长历史讲述汽车百年历史风云；不同的汽车品牌承载不同汽车文化内涵，而不同的汽车文化又会影响汽车品牌的塑造过程，两者相辅相成，是一个不可分割的整体。

本书从浩如烟海的汽车品牌中精选加工，汇集整理，形成了主线明晰、主题明确，并具有代表意义的汽车品牌内容。同时，本书注重阅读性，通过故事将对汽车品牌所承载的文化内涵进行深刻剖析，把二者很好地结合在一起，完整清晰地展现在读者面前。

在此谨对在本书编写过程中提供过宝贵建议的广汽集团副总经理蒋平、机械工业出版社汽车分社编辑徐巍表示衷心的感谢。同时在编写的过程中，我们参考了许多文献资料，并且从维基百科、搜搜百科、互动百科、各品牌官网、搜狐汽车频道、新浪汽车频道、汽车团购网、汽车点评网等大批门户网站和专业网站上，获得了不少有用的知识和素材，在此对文献作者和网站的建设者以及一些汽车论坛的网友表示衷心的感谢。

由于水平有限，书中难免会有疏漏和不妥之处，欢迎读者批评指正。

编 者

目 录



丛书序

前言

第1章 汽车发展简史	1
1.1 世界汽车发展简史	1
1.1.1 蒸汽汽车的诞生	1
1.1.2 内燃机汽车的诞生	2
1.1.3 汽车量产化时期	3
1.1.4 汽车产品多样化时期	6
1.1.5 汽车产品低价格时期	10
1.2 汽车在中国	11
1.2.1 我国汽车发展孕育阶段(新中国成立前)	11
1.2.2 我国汽车发展创建阶段(1953—1965)	14
1.2.3 我国汽车发展成长阶段(1966—1980)	16
1.2.4 我国汽车全面发展阶段(1980—至今)	18
1.2.5 我国汽车工业发展成果及未来努力方向	23
1.3 汽车未来发展	24
第2章 美系汽车品牌文化	29
2.1 通用品牌	29
2.1.1 通用品牌介绍	29
2.1.2 通用在中国	33
2.1.3 上海通用品牌文化	34
就业指导	36
2.2 福特品牌介绍	36
2.2.1 福特品牌	36
2.2.2 福特在中国	39
2.2.3 长安福特品牌文化	40
就业指导	41
2.3 克莱斯勒品牌介绍	42
2.3.1 克莱斯勒品牌	42
2.3.2 克莱斯勒在中国	45

2.3.3 克莱斯勒品牌文化	46
就业指导	47
第3章 欧系汽车品牌文化	48
3.1 德国汽车品牌	48
3.1.1 宝马品牌介绍	48
就业指导	65
3.1.2 奔驰品牌介绍	66
就业指导	80
3.1.3 大众品牌介绍	81
就业指导	109
3.2 英国汽车品牌文化	109
3.2.1 路虎品牌介绍	110
3.2.2 路虎品牌文化	113
3.2.3 路虎在中国	115
就业指导	116
3.3 法国汽车品牌文化	116
3.3.1 标致品牌的诞生	117
3.3.2 标致品牌文化	118
3.3.3 标致在中国	123
3.3.4 标致服务——经典蓝色盒子	125
就业指导	127
3.4 意大利汽车品牌文化	127
3.4.1 菲亚特品牌介绍	128
3.4.2 菲亚特在中国	134
3.4.3 广汽菲亚特品牌文化	138
就业指导	141
第4章 日韩汽车品牌文化	143
4.1 日系汽车品牌文化	143
4.1.1 丰田品牌介绍	144
4.1.2 本田品牌介绍	151
就业指导	169
4.1.3 日产品牌介绍	169
就业指导	176
4.2 韩系品牌文化	177
4.2.1 现代品牌介绍	178
4.2.2 现代在中国	182
4.2.3 北京现代品牌文化	184
就业指导	187
第5章 自主品牌	189

5.1 比亚迪	189
5.1.1 比亚迪品牌介绍	189
5.1.2 比亚迪品牌文化	193
就业指导	195
5.2 吉利汽车品牌文化	196
5.2.1 吉利品牌介绍	196
5.2.2 吉利品牌文化	200
5.2.3 吉利人才战略	201
就业指导	201
5.3 奇瑞汽车品牌文化	202
5.3.1 奇瑞品牌介绍	202
5.3.2 奇瑞品牌文化	206
5.3.3 奇瑞人才培养计划	207
就业指导	207
5.4 广汽传祺品牌文化	208
5.4.1 广汽传祺品牌介绍	208
5.4.2 传祺品牌文化	212
5.4.3 广汽乘用车的人力资源理念	213
就业指导	214
第6章 全球十大豪华汽车品牌	215
6.1 劳斯莱斯	215
6.2 宾利	215
6.3 法拉利	216
6.4 兰博基尼	216
6.5 玛莎拉蒂	217
6.6 阿斯顿·马丁	218
6.7 布加迪	218
6.8 世爵	219
6.9 帕加尼	219
6.10 柯尼塞格	220
第7章 汽车运动	221
7.1 汽车运动的起源	221
7.2 汽车运动的魅力	224
7.3 汽车运动的主要种类	225
7.3.1 长距离比赛	225
7.3.2 环形场地赛	227
7.3.3 无道路比赛	229
7.4 F1 方程式锦标赛	229
7.4.1 F1 方程式锦标赛的基本知识	230

7.4.2 F1 大赛规则简介.....	236
第8章 汽车展览	238
8.1 国际车展	238
8.2 中国车展	243
参考文献	249

第1章

汽车发展简史



学习目标



1. 了解汽车的起源及技术发展史
2. 了解世界汽车工业的形成与发展历程
3. 了解中国汽车工业的形成、发展历程及现状
4. 了解汽车未来的发展趋势

人类使用车辆已有4000多年的历史。在漫长的历史岁月中，车辆一直是由人力或畜力驱动，直至18世纪发明了动力机械后，才出现了机动车。

1.1 世界汽车发展简史

汽车同其他现代高级复杂工具如电子计算机一样，并非哪一个人坐在那里发明的，发明之初的汽车也并非是这个样子，汽车的发展有一个漫长的过程。总的来说，汽车的发展经历了蒸汽汽车、内燃机汽车、汽车量产化、汽车产品多样化和汽车产品低价格时期以及向发展中国家转移等几个阶段。

1.1.1 蒸汽汽车的诞生

1769年，法国人N. J. 居纽(Nicolas Joseph Cugnot)制造了世界上第一辆蒸汽驱动的三轮汽车(图1-1)。这辆汽车被命名为“卡布奥雷”，车长7.32m，车高2.2m，车架上放置着一个像梨一样的大锅炉，前轮直径1.28m，后轮直径1.50m，前进时靠前轮控制方向，每前进12~15min需停车加热15min，运行速度3.5~3.9km/h。后来在试车途中，仅行驶了1km左

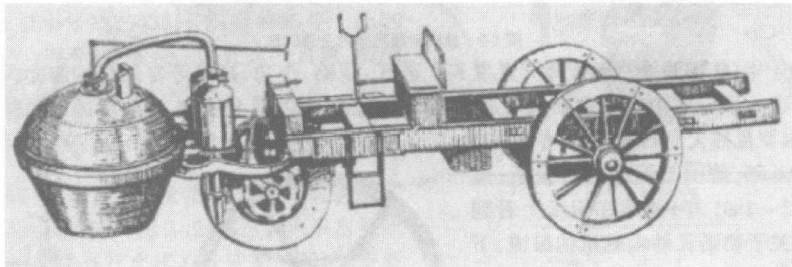


图1-1 法国人居纽研制的蒸汽汽车

右锅炉就发生爆炸,汽车失去了控制,结果车仰人翻,汽车撞到路边房屋的石头墙上损坏了。尽管如此,这却是古代交通运输(以人、畜或风帆为动力)与近代交通运输(动力机械驱动)的分水岭,使汽车朝实用化方向迈出了第一步,开创了轮式车辆用自备动力装置进行驱动的新纪元,具有划时代的意义。

1825年,英国公爵哥斯瓦底·嘉内(Goldsworthy Gurney)制造了第一辆蒸汽公共汽车(图1-2),18座,平均时速为19km/h。1831年嘉内利用这辆车开始了世界上最早的公共汽车运营,在相距15km的格斯特夏和切罗腾哈姆之间进行有规律的运输服务,跑完单程的时间约为45min,所以这辆车也被认为是世界上最早的公共汽车。

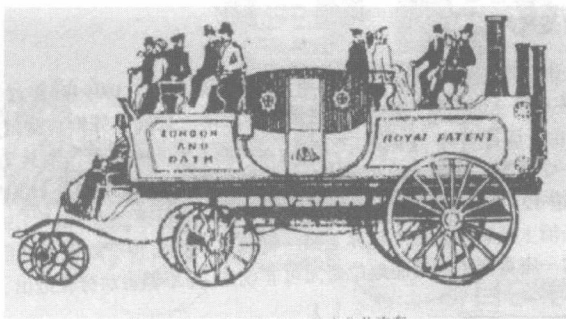


图1-2 嘉内研制的蒸汽公共汽车

1.1.2 内燃机汽车的诞生

1860年,法国人罗彻斯(Beau de Rochas)提出了四冲程发动机循环理论(该理论至今仍为内燃机所采用),并取得四冲程发动机的专利。

1876年康特·尼古拉斯·奥托(Count Nicholas Otto)运用循环理论,试制成功了第一台活塞与曲轴相结合,将煤气与空气的混合气经压缩行程后再点火燃烧的往复式四冲程煤气机,为提高内燃机工作效率开辟了新的途径。这种内燃机利用活塞往复四冲程,将进气、压缩、燃烧膨胀(做功)、排气四个过程融为一体,使内燃机结构简化、整体紧凑。为了纪念奥托对内燃机发展所作的贡献,人们把这种循环改称为奥托循环。奥托本人的那个试制车间后来发展为赫赫有名的道依茨(DEUTZ)发动机公司。

1879年,德国工程师卡尔·本茨(Karl Benz),首次试验成功一台二冲程试验性发动机。1883年10月,他创立了“奔驰公司和莱茵煤气发动机厂”。1885年他在曼海姆制成了第一辆奔驰专利机动车(图1-3),该车为三轮汽车,采用一台两冲程单缸0.9hp的汽油机。此车具备了现代汽车的一些基本特点,如火花点火、水冷循环、钢管车架、钢板弹簧悬架、后轮

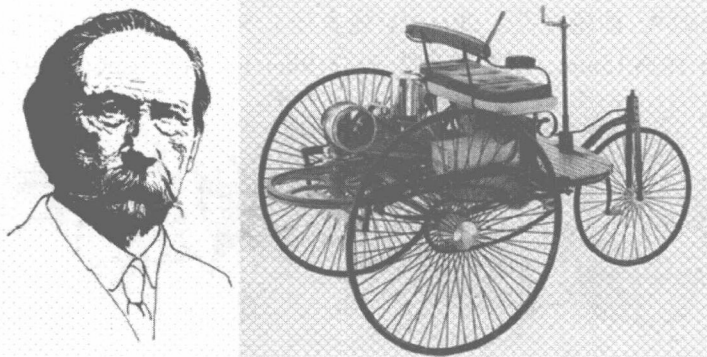


图1-3 卡尔·本茨和他发明的第一辆汽车

驱动前轮转向和制动手把等。1886年的1月29日,卡尔·本茨为其机动车申请了专利。同年11月,卡尔·本茨的三轮机动车获得了德意志专利权(专利号:DRP37435)。这就是公认的世界第一辆汽车。

1886年,戈特利布·戴姆勒将他制造的排量0.46L、功率0.82kW、转速650r/min的发动机装在一辆据说由美国制造的马车上,在巴特坎施塔特制成了世界上第一辆“无马之车”,最高车速达到18km/h。这辆车被公认为世界上第一辆由汽油发动机驱动的四轮汽车(图1-4)。

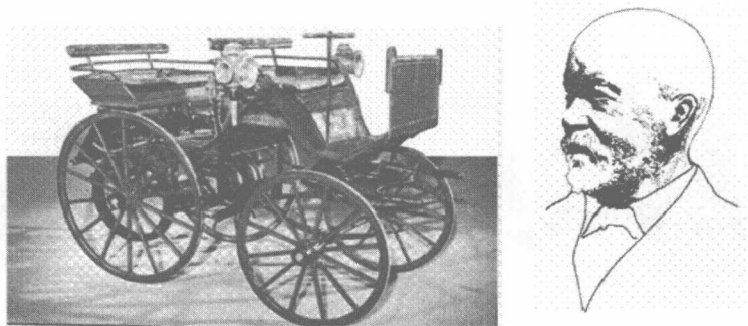


图1-4 戈特利布·戴姆勒和他发明的第一辆四轮汽车

由于上述原因,人们一般都把1886年作为汽车元年。为了纪念这两位天才的发明家,人们把戴姆勒和卡尔·本茨并称为“汽车之父”。

1.1.3 汽车量产化时期

这一时期主要集中在20世纪初至20世纪50年代。以美国福特公司为代表实行大批量生产的方式代替订单生产的方式极大地降低了汽车生产的成本,使得美国汽车称雄世界50年之久。

1. 汽车产品初期的技术发展

德国人发明了汽车,但促进汽车初期发展贡献最多的却是法国人。汽车出现以后,各国政府纷纷立法管理。当时在欧洲,立法基本上是对汽车发展不利的。只有在法国,汽车才能自由发展,因此初期汽车技术的发展都是在法国实现的。

1889年,法国的标致(Peugeot)研制成功齿轮变速器、差速器。

1891年,法国人首次采用前置发动机后轮驱动,开发出摩擦片式离合器。

1895年,法国人开发出充气式橡胶轮胎。

1898年,法国的雷诺一号车采用了箱式变速器、万向节传动轴和锥齿轮主减速器。

1902年,法国的狄第安采用了流传至今的狄第安后桥半独立悬架。

.....

其次,德国人在1893年发明了化油器。

1896年,英国人首次采用石棉制动器片和方向盘。

2. 欧洲汽车的发展

在汽车发展的早期,强大的社会需求促使汽车技术得到了空前的发展。也正是在这场汽车技术革命中,欧洲汽车名人和名车如同夜空中的星星灿烂多彩。

1882年,法国一个小五金匠的儿子阿尔芒·标致设计制造了他的第一辆汽车,1896年他创造了以狮子为标志的标致汽车公司,这就是标致雪铁龙公司的前身。

1896年,路易斯·雷诺在法国创立了雷诺汽车公司。

1898年,奥地利车手埃米尔·耶里内克向戴姆勒订购了一辆赛车,并以自己最喜欢的小女儿的名字“梅赛德斯”命名。“梅赛德斯”来源于西班牙圣徒的名字,象征美好和吉祥。后来,耶里内克将其代理经销的36辆戴姆勒汽车全部取名为“梅赛德斯”。1902年,戴姆勒公司正式将“梅赛德斯”作为自己产品的商标,一代名车“梅赛德斯”从此诞生了(图1-5)。

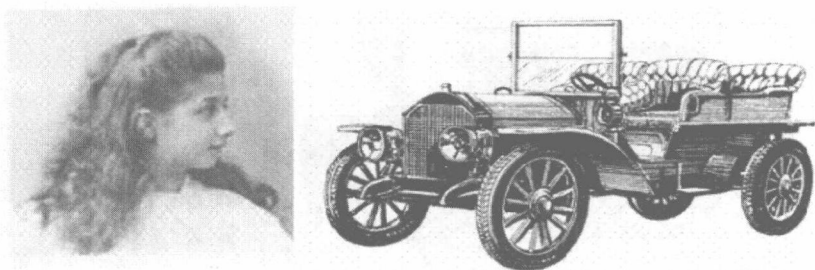


图 1-5 埃米尔·耶里内克的女儿梅赛德斯和梅赛德斯汽车

1904年,贵族子弟赛车手罗尔斯和工程师罗伊斯(图1-6)联手,成立了罗尔斯-罗伊斯公司。该公司以生产高性能、豪华汽车为宗旨,创立了极品名车罗尔斯-罗伊斯。1907年,他们生产了一辆铝制车身、金属零部件全部用高抛镀银、装35.5kW的发动机。这就是目前市场上拍卖价格达1700万美元的“银色幽灵”(图1-7)。

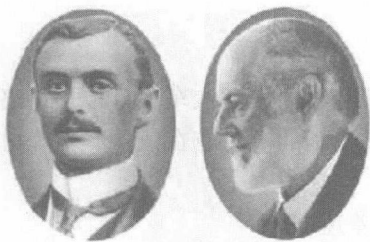


图 1-6 罗尔斯和罗伊斯

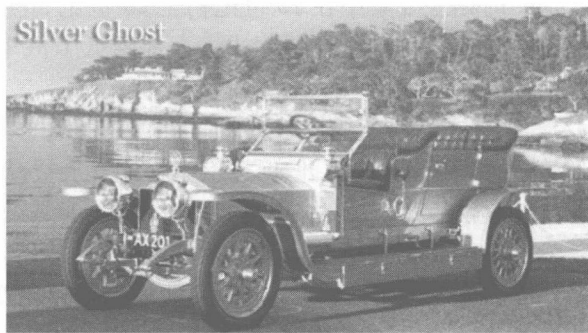


图 1-7 银色幽灵

在欧洲,汽车诞生以后的设计指导思想主要是为了人们的娱乐需求,所以研制的汽车都是轿车,而且是豪华型轿车,售价昂贵,一般人的经济条件难以承受,销售市场受到限制,产量不能大幅度提高。另外,汽车是一种结构复杂的大型机械产品,当时世界上还缺乏大量生产这种大型机械产品的技术条件,不论在欧洲还是在美洲都不可能形成汽车工业。1906年,法国的汽车厂家宣称欧洲的汽车年产量占世界年产量的58%,但是它们的产量只有五万辆左右。

3. 美国汽车的发展

汽车虽然是欧洲人发明的,然而美国在汽车的推广和生产方面从一开始就超过了欧洲。

汽车文明从欧洲传到美国后，这个年轻而富有创造性的国家对它表示了极大的兴趣。

1893年，弗兰克·迪利亚制造出美国第一辆汽油机汽车，这辆车至今还保存在华盛顿的史密逊博物馆里。紧随其后，亨利·利兰成立了凯迪拉克公司。

1896年，欧尔茨创建欧尔茨汽车公司，成为世界上第一家批量生产汽车的工厂。

1903年，大卫·别克创立了别克汽车公司。同年，汽车王亨利·福特(Henry Ford)创立福特汽车公司。

1908年，威廉C. 杜兰特(William Crapo Durant)创建通用汽车公司，同时兼并别克和奥兹莫比尔汽车公司，次年又将凯迪拉克、欧克兰、雪佛兰等汽车公司收于门下，为日后成为全球头号企业积累了资本力量。

1913年，福特汽车公司采用流水作业法，首先实施大量生产方式，开汽车工业之先河，为全球汽车工业的生产模式开辟了一条具有决定性意义的生产经营之路。这一创举使T型车累积销量达到了1500万辆，缔造了一个世界纪录。

1925年，当时在通用汽车公司任职的沃尔特·克莱斯勒(Walter Chrysler)买下马克斯威尔汽车公司，创立了克莱斯勒公司。

至此，美国的三大汽车集团相继成立。在以后的很长岁月里，这三大集团一直占据着美国汽车消费市场的绝大部分份额，并且对世界汽车行业的发展起着举足轻重的作用。

1908年建立的美国通用汽车公司，其创始人威廉C. 杜兰特是个富有的资本家，他的通用汽车公司通过兼并众多的汽车公司得以扩展壮大。可他却是个只知收买、而不懂经营管理的人，因兼并的汽车厂家太多，而每个厂家都各自独立经营，产品纷杂无序，面对每季度的盈亏报表他束手无策。阿尔弗雷德·斯隆扭转了这一局面，这位通用传奇般的领袖从1921年到1955年的34年间，以福特大规模生产技术为先导，对车间、工程部门和销售系统在内的整个公司系统的组织和管理体制进行改善，从而率领通用公司逐步走向辉煌。

始建于1903年的美国第二大汽车集团福特汽车公司在1908年至1927年的19年间，共计生产了约1500万辆黑色T型福特车(图1-8)。这种汽车的设计，兼顾制造和使用两方面，为处于初级阶段的汽车工业确立了发展方向，也为整个汽车工业的革命性变化奠定了基础。特别是福特于1913年春天在其底特律海兰公园的新厂房内首次装设了移动总装线，标志着人类迈入大量生产方式的规模经济时代。福特生产T型车的经验不仅为美国，也为世界汽车工业发展奠定了基础。在T型车出现以前，汽车只是少数富人生活的奢侈品。亨利·福特于1908年推出的被称为“世界汽车工业史上具有划时代意义的伟大创举”的福特T型车，使汽车从贵族及有钱人的专利品转变为大众化商品。福特T型车可以说是将家庭轿车神话变为现实的第一车。在大量生产方式的召唤下，世界汽车工业迅猛发展。这一推动作用的延续竟长达半个多世纪之久。它所影响的范围也不仅仅局限于汽车行业，最终被欧美几乎所有的工业生产所采纳。

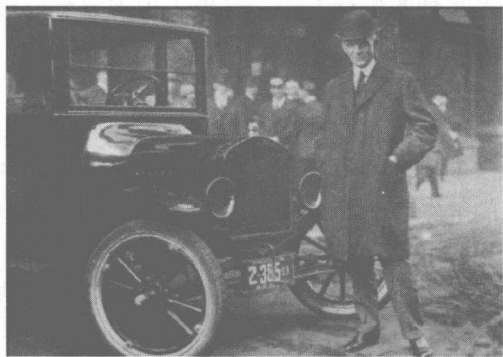


图1-8 福特和他的T型车

克莱斯勒汽车公司在美国三大汽车公司中历史最短。其生产规模、产量、销售额、市场

占有率等方面都与通用、福特有一定的差距。

美国汽车工业的形成和发展与当时美国在资本、国民收入、石油资源、市场等各方面都优于欧洲的具体条件有关。而且,美国政府非常重视国民交通工具的现代化,有意识地引导公众购买汽车。巨大的国内市场促进了美国汽车工业的大发展,最多时全美国曾有 181 家汽车厂。然而,到了 1927 年,经过残酷的市场竞争后美国仅留存 44 家汽车厂。其中,通用、福特、克莱斯勒三大巨头的销售量占美国汽车总销售量的 90% 以上。福特发明的流水线生产方式的成功,不仅大幅度地降低了汽车成本、扩大了汽车生产规模、创造了一个庞大的汽车工业,而且使当时世界上的大部分汽车生产从欧洲移到了美国。1915 年,福特一个公司的汽车年产量就占美国汽车公司总产量的 70%,而当时生产汽车历史较长的德、英、法等欧洲各国的汽车总产量也不过是美国产量的 5%。1929 年,美国生产汽车 54.5 万辆,出口占 10%,占领了美国之外的世界市场的 35%。那时,欧洲由于第一次世界大战的影响,刚刚形成的汽车工业几乎停滞了五年,因而使美国成为第一个以汽车工业为支柱产业的国家。美国在世界汽车生产中的霸主地位从此确立起来,这种优势直到 20 世纪 70 年代才受到日本、西欧的挑战。

这一时期,在汽车大规模生产的组织模式基础上,出现了以福特汽车公司为代表的全能厂模式,以及以通用汽车公司为代表的通过专业化协作,由一些汽车制造企业联合起来,建立集中管理和销售体系的模式。以后的事实表明,后者优于前者,并为世界上许多企业所效仿。

1.1.4 汽车产品多样化时期

汽车产品的多样化时期从 20 世纪 50 年代开始至 20 世纪 70 年代。随着美国汽车工业实现量产化,欧洲厂商也开始实行量产化。另外,欧洲厂商具有卓越的产品设计能力,欧洲通过多品种的生产方式,打破了美国汽车公司在世界车坛上的长期垄断地位,使世界汽车工业的发展从美国又转回欧洲。

1. 欧洲各国汽车发展

20 世纪 50 年代,美国汽车业界已形成通用、福特、克莱斯勒三大公司鼎立局面,并且以压倒性优势雄居世界汽车市场。它们在享受着霸占世界市场既得利益的时候,疏忽了新技术的继续开发。

20 世纪 50 年代早期,当欧洲经济开始复苏的时候,由各式小型汽车厂家组成的汽车工业,只占世界汽车产量的 13.8%。而北美却占 85.1%。当时,欧洲各国的汽车制造厂虽然在价格上无法与美国竞争,但它们凭借技术优势,在品种、车型风格、道路适应性上开创自己的特色,以适应不同的市场情况。如意大利,国民收入低,燃料税率高,人们集中在街道狭窄、停车条件受限制的古老城市,这些条件结合起来导致消费者对汽车的需求集中在小型汽车上。在瑞典,燃料税率低,国民收入高,城市人口密度小,冬天的驾驶条件恶劣,消费者要求大而耐寒的车辆,耗费更多的燃料也在所不惜。当时的许多欧洲制造商也在寻求对不同设计要求的多样化技术答案:有的偏爱功率大的发动机;有的在设计别出心裁的气缸;有的使用后置式发动机;也有的集中研究前悬架式发动机和后轮驱动。竞争的领域不仅表现在组合车身的设计上,连柴油发动机和汽油发动机也在竞争之列。当时的欧洲汽车制造厂以新颖的汽车产品,如发动机前置前驱动、发动机后置后驱动、承载式车身、节能型微型轿车