

全彩印刷

车标的故事

全球名车标志鉴赏

林平 林龙 赵玉梅 编著

THE LEGEND OF AUTOMOBILE LOGO

品位车标故事 领略永恒经典



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



车标的故事

全球名车标志鉴赏

林平 林龙 赵玉梅 编著

THE LEGEND OF AUTOMOBILE LOGO

品位车标故事 领略永恒经典



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

汽车商标是艺术性和象征性的统一，是一个汽车厂质量、信誉、原则和精神昭示于世的图腾，因而也是一个汽车企业生存与尊严的缩影。它是图腾，凝聚着人们的追求和向往；它是旗帜，在世界汽车商战中，召唤着政治家和企业家们的勃勃雄心和大智大勇。一枚精致的商标可使汽车产品身价百倍，风靡于世；汽车商标是汽车厂家的标志，更是代表着车主的身份。世界著名的汽车商标，都是由汽车企业家、科技专家和制造者世代拚搏，付出生命和心血，付出泪水和汗水换来的。汽车商标就像一座座丰碑，记载着推动汽车文化发展的名人们的丰功伟绩。每种汽车商标，都有一段不寻常的故事，耐人寻味的含义，为我们进一步了解汽车文化增添了不少情趣。

本书按汽车商标发源地分类，介绍世界著名汽车品牌商标的出处和含义，所述内容是目前同类图书中更新、更准确的，更有精美的千幅汽车标志图供鉴赏，特别适合汽车专业学生、汽车爱好者阅读和收藏。

图书在版编目（CIP）数据

车标的故事：全球名车标志鉴赏/林平，林龙，赵玉梅编著. —北京：机械工业出版社，2009.7

ISBN 978-7-111-27652-4

I. 车… II. ①林…②林…③赵… III. 汽车—标志—鉴赏—世界 IV. J534.4

中国版本图书馆CIP数据核字（2009）第118463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：杨民强 责任编辑：管晓伟 版式设计：王伟光

封面设计：王伟光 责任印制：王书来

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2009年10月第1版第1次印刷

169mm×239mm·11.5印张·2插页·221千字

0001—4000册

标准书号：ISBN 978-7-111-27652-4

定价：49.80元

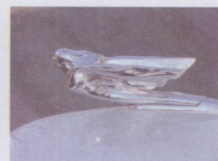
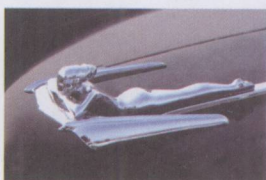
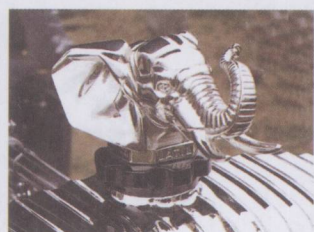
凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

销售服务热线电话：(010)68326294

购书热线电话：(010)88379639 88379641 88379643

编辑热线电话：(010)88379771

封面无防伪标均为盗版





FOREWORD

前言

天下大势分久必合，合久必分。汽车厂商、品牌、商标又何尝不是如此？远的说宾利与劳斯莱斯，近的说奔驰与克莱斯勒；不要说英国这个“世界工厂”渐渐衰落，也不必说中国曾经有126家汽车生产厂家；作者手上有几百家汽车厂商的“生死档案”，更有上千种汽车品牌和商标资料的佐证。似乎可以说，那些曾经辉煌世界的汽车商标依然发出灿烂的光芒，世界各地的汽车生产线依然在运转，太阳升起又落下，工人们每天上班又下班，但“萧瑟秋风今又是，换了人间”。现在世界汽车年产量超过7000万辆（2008年全球汽车产量为70526531辆，比2007年减少了3.7%），但汽车厂家不断合并，汽车品牌逐渐减少，生产集中度正大幅提高。汽车无神话，但无数风流人物为汽车贡献才智，谱写华章，车标迸射出与日月同辉的光彩，展演了汽车人崎岖坎坷的成长历程和百折不挠的悲喜人生。

汽车商标所蕴涵的价值和内容令人感慨万千。商标是艺术性和象征性的统一，是一个汽车厂质量、信誉、原则和精神昭示于世的图腾，因而也是一个汽车企业生存与尊严的缩影。它是图腾，凝聚着人们的追求和向往；它是旗帜，在世界汽车商战中，昭示着政治家和企业家的勃勃雄心和大智大勇。一枚精致的商标可使汽车产品身价百倍，风靡于世；汽车商标是汽车厂家的标志，更代表着车主的身份。世界著名的汽车商标，都是由汽车企业家、科技专家和制造者世代拼搏，付出生命和心血，付出泪水和汗水换来的。汽车商标就像一座座丰碑，记载着推动汽车文化发展的名人们的丰功伟绩。每种汽车商标，都有一段不同寻常的故事，耐人寻味的含义，为我们进一步了解汽车文化增添了不少情趣。

本书主要介绍世界著名汽车商标的出处和含义，限于篇幅，只能按汽车商标发源地分类，介绍汽车产量比较大的品牌商标。由于是讲“故事”，因此文字叙述必不可少；由于是“鉴赏”，因此列出了车标图多达一千幅。汽车商标是在不断发展变化的。尽管作者从事汽车文化方面的工作不遗余力30年，力求本书所讲内容更新、更准确，但错漏之处在所难免，恳请读者朋友提出宝贵意见。作者电子邮箱：Lpingauto@163.com。

特别感谢机械工业出版社杨民强编辑的大力支持和帮助，使得本书能早日与读者见面。

林平

目录

CONTENTS



PEUGEOT



BUICK



TOYOTA



HYUNDAI

前言

德国

梅塞德斯—奔驰 MERCEDES-BENZ	1
迈巴赫 MAYBACH	3
宝马 BMW	6
保时捷 PORSCHE	8
大众 VOLKSWAGEN	10
奥迪 AUDI	11
欧宝 OPEL	12
斯马特 SMART	16
曼 MAN	18
	19

法国

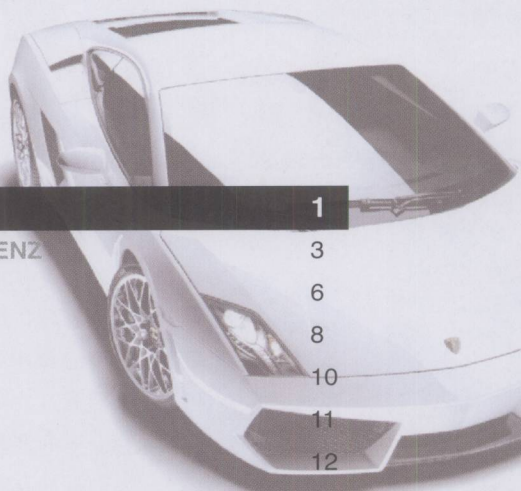
标致 PEUGEOT	20
雪铁龙 CITROEN	21
雷诺 RENAULT	26
文图瑞 VENTURI	26
	27

意大利

菲亚特 FIAT	28
阿尔法—罗密欧 ALFA ROMEO	29
法拉利 FERRARI	31
玛莎拉蒂 MASERATI	34
兰西亚 LANCIA	36
兰博基尼 LAMBORGHINI	38
布加迪 BUGATTI	39
依维柯 IVECO	40
	42

英国

劳斯莱斯 ROLLS-ROYCE	43
宾利 BENTLEY	44
捷豹 JAGUAR	48
阿斯顿·马丁—拉贡达 ASTON MARTIN LAGONDA	49
罗孚 ROVER	52
	54



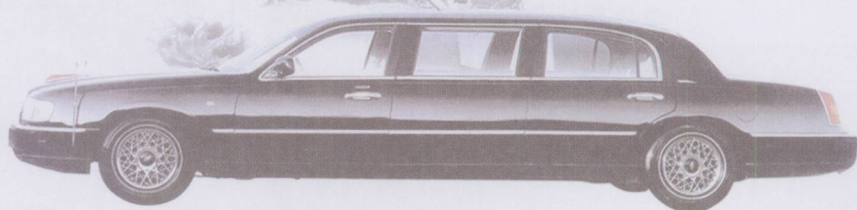
兰德·路虎 LAND ROVER	56	雪佛兰 CHEVROLET	93
名爵 MG	57	土星 SATURN	95
利兰 LEYLAND	59	吉喔 GEO	96
迷你 MINI	61	GMC	97
摩根 MORGAN	62	悍马 HUMMER	97
眼镜蛇 AC COBRA	63	福特 FORD	99
莲花 LOTUS	64	林肯 LINCOLN	102
特威尔 TVR	65	水星 MERCURY	103
沃克斯豪尔 VAUXHALL	66	克莱斯勒 CHRYSLER	104
瑞典	67	道奇 DODGE	107
斯堪尼亚 SCANIA	68	吉普 JEEP	109
萨博 SAAB	70	日本	111
沃尔沃 VOLVO	72	丰田 TOYOTA	112
科尼赛克 KOENIGSEGG	74	雷克萨斯 LEXUS	114
俄罗斯	75	赛恩 SCION	115
拉达 LADA	76	日产 NISSAN	115
嘎斯 GAZ	77	英菲尼迪 INFINITI	116
伏尔加 VOLGA	77	本田 HONDA	117
吉姆 ZIM	78	阿库拉 ACURA	118
吉斯 ZIS	79	三菱 MITSUBISHI	118
吉尔 ZIL	80	斯巴鲁 SUBARU	119
卡玛斯 KAMAZ	80	马自达 MAZDA	121
莫斯科人 MOSKVICH	81	铃木 SUZUKI	123
奥卡 OKA	81	大发 DAIHATSU	123
乌阿斯 UAZ	81	五十铃 ISUZU	124
美国	82	日野 HINO	125
通用 GM	83	韩国	126
别克 BUICK	84	现代 HYUNDAI	127
凯迪拉克 CADILLAC	86	大宇 DAEWOO	128
奥兹莫比尔 OLDSMOBILE	90	起亚 KIA	129
庞蒂克 PONTIAC	92	双龙 SSANGYONG	130

CONTENTS

目录



中国	132	江淮	155
解放 (一汽)	133	昌河	156
红旗	134	五菱	157
夏利	136	青年	158
东风 (风神)	136	曙光 (黄海)	159
北京	137	天马	159
福田	138	星马	160
金杯	139	重汽	160
中华	139	陕汽	161
跃进	140	长征	161
雅途	141	荣威	162
海马	141		
金龙	142	其他著名汽车标志	164
宇通	143	斯柯达 SKODA	164
东南	144	太脱拉 TATRA	167
中兴	144	霍顿 HOLDEN	168
双环	145	马鲁蒂 MARUTI	169
大迪	146	塔塔 TATA	169
哈飞	146	达契亚 DACIA	171
长丰	147	查波罗什 ZAZ	172
长安	148	西亚特 SEAT	172
长城	149	世爵 SPYKER	173
比亚迪	150	宝腾 PROTON	174
奇瑞	151	斯太尔 STEYR	175
吉利	152		
华普	154	参考文献	176
吉奥	154		
力帆	155		





德国是现代汽车的发祥地，是生产汽车历史最悠久的国家。汽车工业在德国国民经济中仅次于机械、电子和化工，列第四位。汽车工业是德国国民经济的支柱产业，德国1/7的就业岗位、



smart



德国

The Federal Republic of Germany

1/4的税收收入来源于汽车及其相关产业。

第一次世界大战前，德国汽车工业已基本形成一个独立的工业部门，从事汽车制造业的工人有5万多人，年产量达两万辆，仅次于美国的汽车产量。1966年汽车产量被日本超过，排名居世界第三位，一直保持到2006年才被中国超过。

德国汽车工业的特点是汽车总成和零部件生产高度专业化、集团化，生产和装配质量优良，重视汽车的试验和研究，汽车品牌的质量和信誉更是无与伦比、有口皆碑，奔驰、宝马和奥迪等豪华轿车以及保时捷跑车在世界车坛享有盛誉。

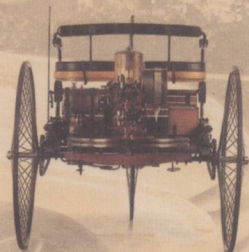
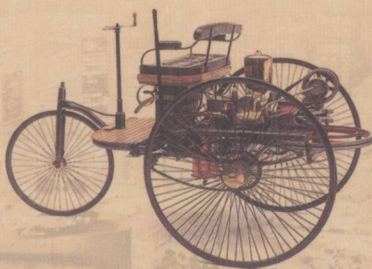
德国汽车的特点：传统、沉静、深藏不露，工艺精细、造型严谨、线条挺拔有力、性能优良、耐用。

2005年，德国国内生产汽车851万辆（其中本国企业产量575.8万辆，外国企业在德国生产275.5万辆），年产量仅次于美国和日本；出口汽车408万辆；德国汽车厂商全球范围内生产的汽车超过1345万辆，占全球汽车产量的21%。2008年德国国内生产汽车6040582辆，列世界第四位。

2007年底，德国乘用车保有量为4681万辆，每千人拥有乘用车565辆，每千人所拥有汽车597辆（2006年）。



▲ 汽车发明者卡尔·本茨



▲ 第一辆现代汽车——本茨1号车

1886年1月29日，卡尔·本茨（Karl Benz,1844—1929）为他于1885年9月5日所研制的三轮汽油机汽车，向帝国专利局申请发明汽车的专利，这一天被公认为“汽车的生日”；同年11月2日由专利局正式批准发布证书。1887年，在德国西南部，哥德利布·戴姆勒（Gottlieb Daimler,1834—1900）首次试驾了他自己制造的四轮汽油机汽车。从此，汽车诞生了。世界公认本茨和戴姆勒为“现代汽车之父”。

1899年5月8日，本茨的莱茵燃气发动机厂改组为奔驰股



时世

生产厂商。奔驰汽车使用“奔驰”品牌。

戴姆勒汽车公司（Daimler Motored Gesellschaft，简称DMG）生产的汽车则使用的是“梅塞德斯”品牌。1899年奥匈帝国驻法国尼斯（Nice）的总领事埃米尔·耶利内克（Emil Jellink, 1853—1918）订购了3辆戴姆勒凤凰牌（Phoenix）轿车，他用自己女儿的名字梅赛德斯（Mercedes）为它们命名，这3辆车参加了3月21日在法国尼斯举行的汽车拉力赛，获得了第三名。埃米尔觉得是他女儿的名字带来了好运，于是建议戴姆勒公司用“梅赛德斯”来命名戴姆勒公司生产的所有汽车。一来“梅赛德斯”确实优美动听（梅赛德斯为西班牙语，含有幸福、慈悲的意思）；二来戴姆勒公司也希望这个奥匈帝国的贵族能帮它打开奥地利的市场。1900年6月8日，埃米尔·耶利内克一

份有限公司（Benz & Cie），成为当

界上最大的机动车生



▲ 戴姆勒汽车最早使用的标志（1902年）



▲ 戴姆勒汽车标志是一颗三叉星（1909年）



▲ 1916年在四周加上了一个圆圈，在圆的上方有四个小星，下面是戴姆勒公司的汽车名字“梅赛德斯”



▲► 安装在车头圈环内的浮雕形三叉星徽



下子订购了36辆戴姆勒公司生产的汽车，

但是他提出了两个条件：第一，他必须成为奥匈帝国、法国和美国的独家代理商；第二，此汽车必须以他女儿“梅赛德斯”的名字命名。这对当时仅年产90辆汽车，员工只有344人的戴姆勒公司来说，是一个巨大的商机。双方于是一拍即合，“梅赛德斯”也就成了这一年所有戴姆勒汽车的

Mercedes Benz

梅赛德斯—

奔驰

名字，没想到这么一来，戴姆勒汽车的销量大增，真像是受到了幸运女神的眷顾一样。从此，戴姆勒汽车就有了这个固定的名字——MERCEDES。1902年6月23日，戴姆勒公司将“梅赛德斯”作为产品名称正式申请注册，从此开始了梅赛德斯时代。

戴姆勒汽车易于记忆的产品名称（Mercedes）有了，但是特征显著的商标还没有产生。当时在公司里工作的戴姆勒的儿子，记起有一次父亲给母亲寄的明信片上，在他家的房子上方画了一颗星，戴姆勒充满信心地写道：“这颗星总有一天会升起来，以证实我的工作。”他的话后来被证明是正确的。1909年6月24日，公司将代表戴姆勒在陆、海、空三个领域实现机动化夙愿的三叉星注册为正式商标，从而取代了原来的字母商标，这种三叉星被安放在散热器罩的上部。柏林帝国专利局为此颁发的证书于1911年2月9日起正式生效。

三叉星开始只有一颗，后来成了并列的两颗。1916年，为纪念戴姆勒汽车热情的支持者，又为了使商标具有连续性，戴姆勒又将三叉星和“Mercedes”合成一个新的商标。1917年1月10日起，三叉星又增加了圆环做背景，形似汽车的转向盘，进而表示公司的产品在形似地球的圆圈中任意驰骋；在圆的上方镶嵌了4颗小星，下面有“MERCEDES”的字样。

1921年11月5日，戴姆勒公司为新设计的商标申请注册，两年后的1923年8月2日该商标被列为受法律保护的图样。新商标是安装在车头圈环



Mercedes Benz

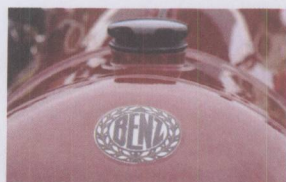
内的浮雕形三叉星徽。

1926年6月29日，世界汽车史上两颗耀眼夺目的巨星相会了。戴姆勒和本茨这两位汽车先驱所开创的公司终于合并到一起，成为戴姆勒—奔驰汽车公司，所生产的汽车被称为“梅塞德斯—奔驰”。汽车上使用的新商标也综合了原来两家商标各自的

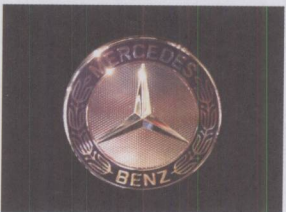
风格——Benz的月桂枝围绕着三叉星，“BENZ”的字样在下面，“Mercedes”的字样在上面。该合并商标于1926年8月21日申请专利，1928年8月28日得到批准。

外圆的月桂枝，是属于原来奔驰公司的。奔驰的标志变化很少，过去是一个齿轮图案，中间刻有“Benz”字样。1909年8月6日，本茨为了纪念世界第一种大量生产的汽车Velo上市，于是将齿轮改为月桂枝，以表示吉祥、成功、胜利和荣誉。1910年10月10日，新的月桂商标正式注册登记。奔驰商标就像一顶桂冠，寓示该公司在汽车领域独占鳌头，其产品独夺“桂冠”。

关于“桂冠”，在希腊神话故事中有一段动人的传说：掌管艺术的太阳神阿波罗正想渡贝涅河时，看见了河神的女儿——美丽而天真烂漫的达芙奈，便一见钟情，如醉如痴。达芙奈是一个自怜自爱，向往自由的清纯少女，她为了逃避阿波罗的求爱而向月桂树林奔跑，当阿波罗追到跟前，并能闻到她那散发着香气的头发时，达芙奈奋力喊道：“父亲！快将我的美貌毁掉吧；大地母亲！救救我吧。”话音刚落，奇异的景象发生了：她的两条腿笔直地站着不能动弹，双脚长了树根，身上出现了一层灰色的树皮，双臂变成了树枝，头发变成了树叶。当阿波罗赶到时，他只能抓到一株圆滑的树干，但他仍能感觉到达芙奈的心脏在怦怦跳动。“啊！达芙奈！”阿波罗无限悲痛地倾吐自己矢志不渝的爱情：“从现在起，你就是阿波罗最喜欢的树木了。我将用你永生的枝叶编成花环，它将成为勇士们头上的冠冕，成为诗人和凯旋者光荣的象征。”



▲ 奔驰商标是月桂枝包围的“奔驰”字样



▲ 1926年两家最古老的公司合并，自然也将商标合在一起



▲ 奔驰最早的标志是一个齿轮图案



▲ 奔驰商标是月桂枝包围的“奔驰”字样



▲ 1926年两家最古老的公司合并，自然也将商标合在一起



◀ 现在的商标已简化
为形似转向盘的三叉星

1989年，戴姆勒—奔驰公司重新设计了注册的商标，一直沿用至今。安装在散热器正上方的是一颗嵌套在两个圆中的三叉星，“MERCEDES”字样在上，“BENZ”字样在下，两边有月桂枝的标志。第二个标志是将形似汽车转向盘的内嵌三叉星的商标竖立在“MERCEDES”和“BENZ”及两边有月桂枝的圆形基座上，然后再把整个标志竖立在车头前部。新车标于1991年3月7日首次出现在日内瓦汽车展上。

在2007年10月4日举行的戴姆勒—克莱斯勒公司特别股东大会上，正式通过了将公司名称改为戴姆勒汽车公司（Daimler AG），从而正式完成了德国戴姆勒与美国克莱斯勒的分离程序（戴姆勒—奔驰公司与克莱斯勒公司，于1998年11月17日合并为戴姆勒—克莱斯勒公司）。为避免与英国捷豹旗下的品牌“戴姆勒”混淆，戴姆勒已与捷豹母公司——美国福特公司交涉购买该品牌的使用权。戴姆勒于1896年创立“戴姆勒”品牌。1960年，该品牌被捷豹收购。此后，戴姆勒公司虽然可以单独或加上其他文字使用“戴姆勒”作为公司或其他交易的名称，但不能以该名称命名汽车产品。

在欧美，人们总是把梅塞德斯—奔驰汽车称作梅塞德斯；而在东南亚，奔驰这个名称则更为流行，或许后者的中文音译更加惟妙惟肖。除最常见的“奔驰”外，还有中国香港译“平治”和中国台湾译“宾士”。后两个译名也许令它显得更加尊贵，但前一个名字却无疑是最恰当的——作为汽车历史的开创者，“奔驰”两个字最恰如其分地表达了人类对汽车这一现代交通工具的全部期望。

梅塞德斯—奔驰（Mercedes-Benz）的宣传口号：汽车的未来。核心价值：质量、创新、魅力的领航人。品牌位置：在舒适、安全、可靠及耐用性方面处于领先地位；具有转卖价值；一望便知的梅塞德斯—奔驰风格体现了高贵、典雅和永恒的设计品位，是对社会、对顾客负责的轿车。价位：最高级。



▲ 梅塞德斯—奔驰车标的主要变化

◀ 1989年重新设计注册的商标





▲ 迈巴赫的双M车标

迈巴赫 (Maybach) 是汽车历史上一个充满传奇色彩的品牌，其文化底蕴是来源于迈巴赫父子。1885年，威尔海姆·迈巴赫 (Wilhelm Maybach, 1846—1929) 协助好友戈特利布·戴姆勒制造出了世界第一台立式发动机；后来还发明了世界上第一台四档机械式变速器和喷雾式化油器，成为风云一时的汽车技术人才，因此他被誉为“汽车设计之父”。



1909年3月23日，迈巴赫自立门户建立了自己的公司，为著名的齐柏林 (Zeppelin) 飞艇设计高性能的发动机。可是在10年之后，子承父业的卡尔·迈巴赫 (Carl Maybach, 1879—1960) 进入了汽车领域，并于1921年在老迈巴赫的指导下，制造出第一辆豪华轿车——迈巴赫W1。迈巴赫

迈巴赫



▲▼ 迈巴赫的双M车标

汽车一出世，就以一种极尽奢华的形象展现在世人面前，它以全手工制作、个性化十足、超级豪华和稀有而著称于世。

1961年，迈巴赫品牌被戴姆勒—奔驰公司收购。

2002年7月，奔驰公司又恢复了迈巴赫品牌——一个象征着完美和高贵的传奇品牌。迈巴赫从一开始就被定位于等级最高的超级豪华轿车，被公众视为财富、地位与品位的象征。迈巴赫品牌代表着无与伦比的优秀品质，匠心独具的制作工艺，不断突破的科技水平，以及卓尔不群的尊贵气质。深厚的文化底蕴、精湛的技术、至高的品质以及独特的风格，使迈巴赫品牌成为全世界瞩目的焦点。

具有传奇色彩的迈巴赫品牌的标志由两个交叉的M围绕在一个球面三角形里组成。新的迈巴赫轿车仍旧采用这个经典的标志，仅仅不同的是以前两个M是Maybach Motorenbau（迈巴赫汽车）的缩写，而现在的两个M是Maybach Manufaktur（迈巴赫制造）的缩写。



Maybach





▲ 宝马车标的变迁

宝马 (BMW)，曾译名巴伐利亚或巴依尔。

1913年，四冲程发动机的发明家尼古劳斯·奥古斯特·奥托的儿子古斯坦·奥托 (Gustav Otto) 与卡尔·瑞浦 (Karl Rapp) 和马克斯·弗里兹 (Max Friz) 在慕尼黑北郊一个机场附近成立了瑞浦发动机公司 (Rapp

Motor)，专门从事飞机发动机的制造。由于公司规模的扩大，1916年3月7日（后来确定为宝马公司的创始时间）遂改名为巴伐利亚飞机公司 (Bavarian Flugzeug Werke AG)，缩写为BFW。

1917年7月20日，吉斯坦·奥托退休后，BFW公司便开始重组，于1917年7月21日登记注册为巴伐利亚发动机公司 (Bayerische Motoren Werke GmbH) —— BMW (宝马) 的正式名称诞生了。

宝马公司初建时只生产飞机发动机，所以选择了蓝白相间的螺旋桨形图案作为标志。

宝马汽车标志的圆形蓝白图案代表蓝天白云和在广阔的时空旅程中运转不停的螺旋桨，寓示宝马公司渊源悠



BMW 宝马

久的历史，象征着该公司过去在航空发动机技术方面的领先地位。环形上的“BMW”字母，是德文“Bayerische Motoren Werke GmbH”（巴伐利亚发动机公司）的缩写；环形圆圈形似车轮，象征着完美、完善和团结；4个扇形构成了螺旋桨，象征安装宝马公司发动机的飞机的螺旋桨在蓝天、白云间不停地转动，走入世界，反映了公司蓬勃向上的气势和日新月异的面貌。也可以说，