



世界著名汽车标志 全 知 道

赵航 编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS





世界著名汽车标志 全 知 道

赵航 编著



本书系统收集了世界各国的著名汽车标志，并加以介绍，是汽车爱好者欣赏汽车标志和了解汽车品牌历史文化的宝典，有较强的欣赏、收藏和保存价值。

本书内容包括了含中国在内的 17个国家 84个汽车品牌的标志释义及其标志演变的历史，内容丰富，行文通俗易懂，再配合上精美图片，非常适合广大汽车爱好者及汽车从业者阅读参考。

图书在版编目 (CIP) 数据

世界著名汽车标志全知道 / 赵航编著 . —北京：

机械工业出版社，2011.11 (2016.9重印)

ISBN 978-7-111-36165-7

I . ①世… II . ①赵… III . ①汽车—标志—世界—图集 IV . ①J534.4 ②U469-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 213680 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑：李军 责任印制：乔宇

北京利丰雅高长城印刷有限公司印刷

2016 年 9 月第 1 版第 7 次印刷

178mm × 212mm · 3.5 印张 · 100 千字

21001-24000 册

标准书号：ISBN 978-7-111-36165-7

定价：19.80 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

服务咨询热线：010-88361066

机工官网：www.cmpbook.com

读书购书热线：010-68326294

机工官博：weibo.com/cmp1952

010-88379203

金书网：www.golden-book.com

封面无防伪标均为盗版

教育服务网：www.cmpedu.com

CONTENTS

目录

一、德国篇

奔驰	三叉星辉	1
迈巴赫	金字塔尖的双M	3
宝马	巴伐利亚的蓝天白云	4
奥迪	紧密团结的四连环	5
大众	必胜的人民之车	6
保时捷	斯图加特的骏马	7
欧宝	欧洲闪电	8

二、法国篇

雪铁龙	齿轮巨人	9
标致	站立的雄狮	10
雷诺	四维菱形	12

三、意大利篇

菲亚特	红宝石上的FIAT	13
阿尔法·罗米欧	米兰市徽	14
蓝旗亚	蓝血贵族	15
法拉利	腾飞跃马	16
玛莎拉蒂	海神之戟	17
兰博基尼	倔强的蛮牛	18
布嘉迪	永不停转的滚珠	19
帕加尼	创造传奇	20

四、英国篇

劳斯莱斯	飞翔女神	21
宾利	飞翔的B	22

捷豹 跳跃的美洲虎

23

阿斯顿·马丁 大鹏展翅

24

路特斯 盛开的莲花

25

沃克斯豪尔 平和的怪兽

25

罗孚 漂泊的海盗船

26

路虎 唯一的四驱车专业户

27

MG 远渡重洋

28

TVR 凶猛的鬼怪

29

AC 小众的老爷车

29

迷你 小身材的大味道

30

五、瑞典篇

沃尔沃	滚滚向前	32
萨博	狮身鹫首	34
柯尼赛格	刀锋战士	35
斯堪尼亚	公路之王	35

六、其他欧洲国家篇

斯柯达	绿色飞箭	36
西亚特	艺术的S	37
世爵	穿越车轮的螺旋桨	38
伏尔加	欢腾的小鹿	39
拉达	带帆的游船	40
达契亚	躺倒的D	41

七、美国篇

通用	给力缩写	42
-----------	------	----

CONTENTS

目录

别克 三盾家徽	43	五十铃 两根顶梁柱	69
凯迪拉克 盾与花冠	44		
雪佛兰 金色领结	46	九、韩国篇	70
土星 行星轨迹	47	现代 斜体H	70
庞蒂克 十字箭头	48	起亚 起于亚洲	71
克尔维特 两面旗帜	49	双龙 双龙飞舞	72
克莱斯勒 五星与飞翼	50	大宇 盛开的花朵	72
道奇 凶猛的公羊	51		
吉普 四驱巨人	52	十、其他亚洲国家篇	73
福特 奔跑的白兔	53	宝腾 马来虎头	73
水星 行星轨迹	54	塔塔 高速公路	73
林肯 星光灿烂	55		
野马 奔放的野马	56	十一、澳大利亚篇	74
悍马 英雄末路	57	霍顿 狮子滚球	74
八、日本篇	58		
丰田 三环套月	58	十二、中国篇	75
日产 如日中天	59	奇瑞 吉祥如意	75
本田 永葆活力	60	吉利 六六大顺	76
三菱 三片树叶	61	长城 亮剑烽火台	76
斯巴鲁 六连星	62	华泰 天人合一	77
铃木 无限发展的S	63	比亚迪 简约至上	77
大发 青春活力	64	海马 鲲鹏展翅	78
马自达 飞行翅膀	65	上汽荣威 威武雄狮	79
雷克萨斯 L 走向世界	66	中华 中正和谐	79
英菲尼迪 无限之路	67	东南 鹏起东南	80
讴歌 精准卡钳	68	江淮 造世界车	80

一、德国篇



Benz

奔驰 三叉星辉



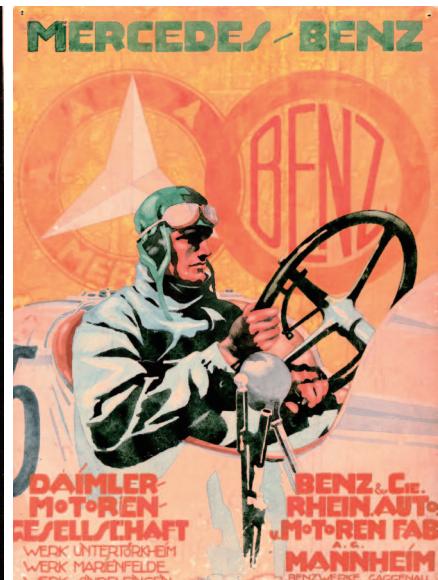
1886年，卡尔·奔驰发明了世界第一辆汽车——The Patent-Motorwagen，自此，我们的生活发生了巨变。也正是因为奔驰在汽车领域的地位，在世界上的任何一个角落，恐怕都没有人不认识奔驰的标志。

1873年，戈特利布·戴姆勒在给妻子寄去的明信片上，信手画上了一颗三叉星以代表他当时的住处，并特别声明：总有一天，这颗吉祥之星会照耀我毕生的工作。

1886年，戈特利布·戴姆勒和卡尔·奔驰同时各自发明了汽车，奔驰为自己的汽车设计了一个标志——高贵的月桂枝围绕着“BENZ”字样的圆形图徽，戴姆勒则在数年后创办公司时采用了自己早年钟情的三叉星标志。



戴姆勒公司早期的宣传画



戴姆勒和奔驰合并时的宣传画



标志释义

在今天看来，奔驰的标志就像一个简化了的汽车方向盘。当然，也可以把它解释成一个环形圈围绕着一颗三叉星，具体到寓意上，三叉星表示着在陆海空领域全方位的机动性，而环形圈则显示了其营销全球的发展势头。自1909年第一次被安置在散热器罩上，银光闪耀的三叉星一百多年来始终是奔驰最夺目的标志。



1899年3月，埃米尔·耶利内克（当时的奥地利驻匈牙利总领事）驾驶以他的小女儿梅赛德斯（Mercedes，意为幸福）命名的戴姆勒汽车，在法国“尼斯之旅”汽车大赛上一举夺魁。他建议戴姆勒公司生产的汽车都用“梅赛德斯”命名，戴姆勒欣然同意。经过数次改动，“Mercedes”与三叉星合成了一个新的标志：圆圈内4颗小星环绕在1颗大星的上方，下面标注着“Mercedes”字样。

1926年，戴姆勒公司与奔驰公司合并，合并后生产的汽车被称为“梅赛德斯-奔驰”（Mercedes-Benz），各自的标志也被结合起来重新设计成为新的标志：奔驰的月桂枝围绕着三叉星，“Benz”的字样在下面，“Mercedes”的字样在上面。这是一次伟大的结合，后又经过两次修改，奔驰标志终于被简化成现在我们看到的三叉星。



Maybach

迈巴赫 金字塔尖的双 M

我们知道迈巴赫目前属于奔驰管理，但你知道吗，其实迈巴赫品牌首创于20世纪20年代。被誉为“设计之王”的威廉·迈巴赫不但是戴姆勒—奔驰公司的三位主要创始人之一，更是世界首辆梅赛德斯—奔驰汽车的发明者之一。后来，威廉·迈巴赫在其子卡尔·迈巴赫的帮助下，创建了迈巴赫汽车公司。基于高超的设计和出众的性能，迈巴赫品牌在20世纪三四十年代迅速风靡欧洲及北美洲，并被大家视为财富、地位及品位的象征，是当时唯一能与劳斯莱斯抗衡的超级豪华轿车品牌。

但是，人生无常，第二次世界大战的爆发让迈巴赫父子的梦想戛

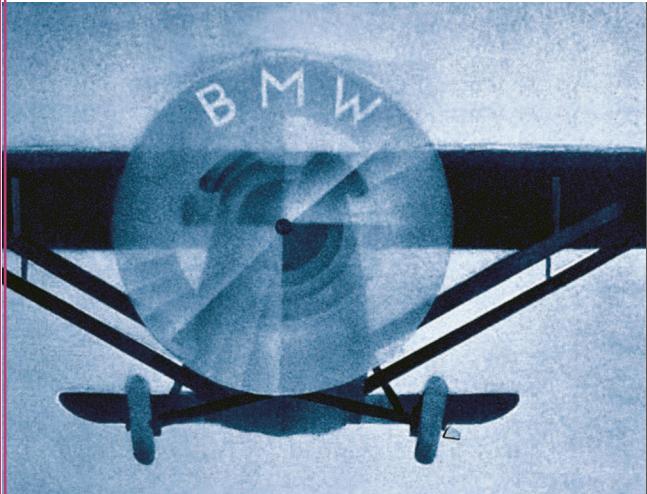
然而止，在战火纷飞的年代，作为奢侈品的迈巴赫无法继续生存，也因此而渐渐淡出了历史舞台。

直到近些年，在奔驰公司的大力支持下，迈巴赫品牌才又走上了复兴之路。作为集团众多产品中的最高端品牌，迈巴赫在复苏后向大家展现了什么才是奢侈豪华的定义，而其神秘的身世以及多舛的命运也让它多了一份神秘的色彩。

标志释义：

迈巴赫的标志由两个交叉的字母“M”围绕在一个球面三角形里组成。其意义在诞生之日，是代表“迈巴赫引擎制造厂”(Maybach Motorenbau) 的缩写，而现在，同样是双“M”，但其却意味着“迈巴赫制造”(Maybach Manufaktur)。





BMW

宝马 巴伐利亚的蓝天白云

说蓝天白云只是对宝马的一种美好印象，其实要拿它们来比喻标志并不恰当，为什么呢？

其实宝马的前身为卡尔·拉普和马克斯·佛里茨在德国慕尼黑创建的巴依尔飞机公司。后来，在1917年，这家公司改名为巴依尔发动机有限公司，或许你想不到，其实这就是BMW(Bayerische Motorenwerke AG)的来由。

再到后来，公司才被我们翻译成宝马汽车公司。由于宝马是以生产航空发动机起家的，因此在标志中融入了飞行元素。其中蓝色代表天空，白色代表螺旋桨，经过数次演化，这个标志由最早还能分辨出螺旋桨终于进化到现在的模样。

标志释义

作为标志，这个家喻户晓的标志喻示着宝马公司渊源悠久的历史，既象征该公司过去在航空发动机技术方面的领先地位，又象征公司的一贯宗旨和目标：在广阔的时空中，以最新的科学技术、最先进的观念，满足顾客的最大愿望，同时，又含聚了一种蓬勃向上的精神和日新月异的新面貌。



1917年



1933年



1954年



1974年



1979年



Audi

奥迪 紧密团结的四连环

奥迪公司的历史悠久而又历经多变，其制造汽车与摩托车的历史可追溯到19世纪。最初设在萨克森州的四家汽车公司——茨维考市的奥迪汽车公司(Audi)、霍希汽车公司(Horch)、漫游者汽车公司(Wanderer)以及DKW汽车公司，对当时德国汽车工业的进步做出了杰出的贡献。

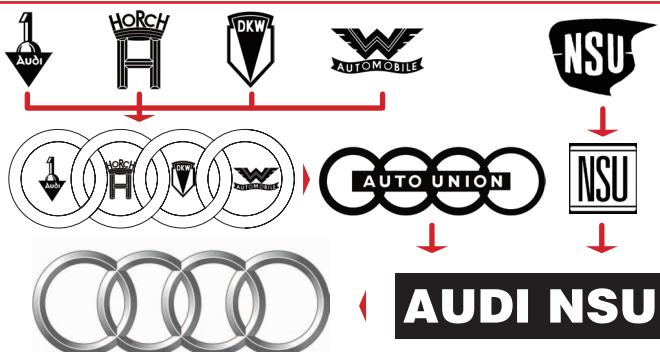


后来，在1932年，这四家汽车公司完成了合并，共同组建了汽车联盟股份公司(Auto Union AG)。四连环标志由此而来。

标志释义

第二次世界大战以后，汽车联盟位于萨克森州的汽车制造厂被前苏联占领军没收并拆除。此后，该公司的很多高层人员前往巴伐利亚，并于1949年在英戈尔施塔特(Ingolstadt)建立了汽车联盟股份有限公司(Auto Union GmbH)。新公司仍继承了老汽车联盟的传统，并以象征着四个公司联合的四连环标志作为标志。

1969年，汽车联盟股份有限公司与NSU股份有限公司(NSU GmbH)进行合并，共同组成AUDI-NSU汽车联盟股份公司(Audi NSU Auto Union AG)。并在1985年，最终改名为我们现在熟悉的奥迪股份公司(AUDI AG)。其总部也重新迁回英戈尔施塔特，其象征团结的四环标志也沿用至今。



奥迪标志演变过程



Volkswagen

大众 必胜的人民之车



大众汽车公司的德文Volkswagenwerk，意为大众使用的汽车。1934年1月17日，费迪南德·保时捷提出了建议在12个月内设计出德国的平民汽车的计划，并由“官方与民间专家委员会”进行审核。1937年3月28日，“Gesellschaft zur Vorbereitung des Deutschen Volkswagens mbH”公司宣告成立，随后于1938年9月16日更名为“Volkswagenwerk GmbH”，也就是在这一年，大众的一代名车——“Beetle”诞生了。

然而，随后爆发的第二次世界大战让大众工厂成为了武器的产地，直到第二次世界大战结束后，1945年6月中旬，大众汽车公司

由英国军政府接管，在Ivan Hirst少将的管理下，甲壳虫才开始大量投入生产。再到后来，当时间推移到1950年，经典的Type 2投入生产，它进一步扩充了公司的产品线。而在1956年，一个独立的Transporter生产基地在汉诺瓦成立，这也埋下了今天大众商用车品牌的种子。再往后的故事大家都熟知了，帕萨特、高尔夫、波罗……一个个都是我们熟悉的名字。

标志释义

德国大众汽车公司生产的大众牌轿车是由世界上最早的甲壳虫形汽车演变而来的。图形标志是德文Volkswagenwerk单词中的两个字母V和W的叠合，并镶嵌在一个大圆圈内。图形标志形似三个“V”字，像是用中指和食指做出的V形，表示大众公司及其产品“必胜、必胜、必胜”。



1939年



第二次世界大战前



第二次世界大战后



2000年后



Porsche

保时捷 斯图加特的骏马

1931年3月6日，费迪南德·保时捷在几位投资者的帮助下，在斯图加特建立了一家设计公司，专门开发汽车、飞机以及轮船的发动机。1946年，保时捷的设计公司迁往奥地利。此后，保时捷父子以“甲壳虫”为基础，共同着手保时捷汽车的研发工作，由于父子俩对性能皆有难以言喻的狂热，所以第一辆自行研制的保时捷汽车便成为了一代名

车，它便是1948年面世的Porsche 356。自此，这个伟大的品牌开始在全球闪耀，虽然在20世纪80年代曾遭遇经营危机，但庆幸的是这些并没有阻挡保时捷发展的脚步。

标志释义

保时捷曾译名为“波尔舍”，其标志采用斯图加特市的盾形市徽。“Stuttgart”字样说明公司总部设在斯图加特市；标志的中间是一匹骏马，代表斯图加特市盛产的一种名贵种马；在标志左上方和右下方是鹿角的图案，表示斯图加特曾是狩猎的好地方；在标志右上方和左下方的黄色条纹代表成熟了的麦子，寓意五谷丰登，黑色代表肥沃的土地，红色象征人们的智慧和对大自然的钟爱。这一切组成了一幅美丽的田园风景画，象征“保时捷”辉煌的过去和美好的未来。





Opel

欧宝 欧洲闪电

如果简述欧宝的历史，我们可以看到在1897年，阿德姆·奥贝尔就开始生产汽车了。而到了1924年，欧宝还建成了德国第一条生产汽车的流水线，使汽车产量猛增，成为德国廉价车领域的绝对王者。但是，到了1929年，奥贝尔家族将公司80%的股份卖给了美国通用汽车公司，从此，这家本来根红苗正的德国汽车公司成为了美国通用汽车公司在德国的子公司。

当然，我们不会就此磨灭欧宝对德国汽车工业的影响，事实上，欧宝始终采用最新的设计和最先进的制造技术生产汽车，并努力提供消费者可接受的价格来追求优良的性价比，这也正是以“闪电”为标志的欧宝品牌一直坚守的基本原则。

标志释义

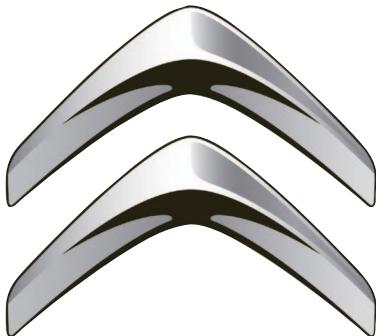
欧宝传统的“闪电把圆一分为二”徽标，最早使用于早期的欧宝Blitz载货汽车上。欧宝曾译为奥贝尔，取自创始人阿德姆·奥贝尔的姓氏。标志是由图案和文字两部分组成的。图案代表公司的技术进步和发展，又像闪电一样划破长空，震撼世界，喻示汽车如风驰电掣，同时也炫耀它在空气动力学方面的研究成就；而文字“OPEL”是创始人的姓氏。



欧宝标志演变过程



二、法国篇



Citroen



雪铁龙 齿轮巨人

1900 年，雪铁龙的创始人安德烈·雪铁龙发明了人字形齿轮，并在 1913 年建立了一个齿轮厂，与 11 名员工一起生产钢制人字齿轮，并用人字形齿轮的图形作为雪铁龙产品的标志。

1919 年，雪铁龙汽车公司成立，并开始在巴黎雅维尔军工厂生产汽车。同年 6 月，雪铁龙生产了其历史上的第一辆轿车——Type A。当然，在雪铁龙的历史上，还有一款车更有代表性，那就是 1948 年在巴黎车展

亮相的 2CV，也就是后人常常昵称的鸭子。1990 年，2CV 在销售了 3868633 辆汽车之后正式停产，由此可见它的受欢迎程度。

1976 年，标致集团购买了雪铁龙 89.5% 的股份，并组建了 PSA 控股公司将雪铁龙和标致合并。

标志释义

至于双人字的齿轮标志，其实代表了雪铁龙的原则，即在技术上应处于最高水平，同时在价格上也要让普通消费者能够负担得起。而到了 2009 年 2 月初，雪铁龙在巴黎举行盛大仪式，正式发布其全新品牌标志。新的品牌标志仍以双人字标为基础，同时整体采用富有金属感的色泽，轮廓更立体圆润，极富时尚、现代气息。双人字造型是雪铁龙标志永恒的主题，以此纪念发明了人字形齿轮传动系统的雪铁龙创始人安德烈·雪铁龙。





Peugeot

标致 站立的雄狮

标致汽车的标志是一头站立的狮子。这头狮子出现在标致产品上已有150年。狮子的历史开始于1847年标致两兄弟于勒和埃米尔委托蒙贝利亚尔首饰匠设计的一个标志，作为自己制造钢锯等工具产品的品牌，他们想要设计成狮子形状，这是蒙贝利亚地区纹章的图案，主要还是因为狮子能够代表标致锯条的三种品质：锯齿经久耐用——像狮子的牙齿一样；锯条柔韧不易折断——像狮子的脊柱；切割的速度——像腾跃的狮子一样迅捷。在众多设计方案中，两兄弟选择了行于箭上的狮子侧影。1850年起，标致锯条开始打上狮子印记。1858年11月20日，狮子标志在法国皇家工艺博物馆注册。

1882年，狮子标志出现在自行车上。1901年用于摩托车上。1890年至1905年生产的第一批汽车却没有使用狮子，因为“标致汽车公司”创始人阿尔芒·标致偏爱以“标致汽车”的字样作为标志。此后的1905年至1915年间，箭上的狮子侧影继续出现于“标致兄弟之子公司”生产的“狮标致”汽车上。

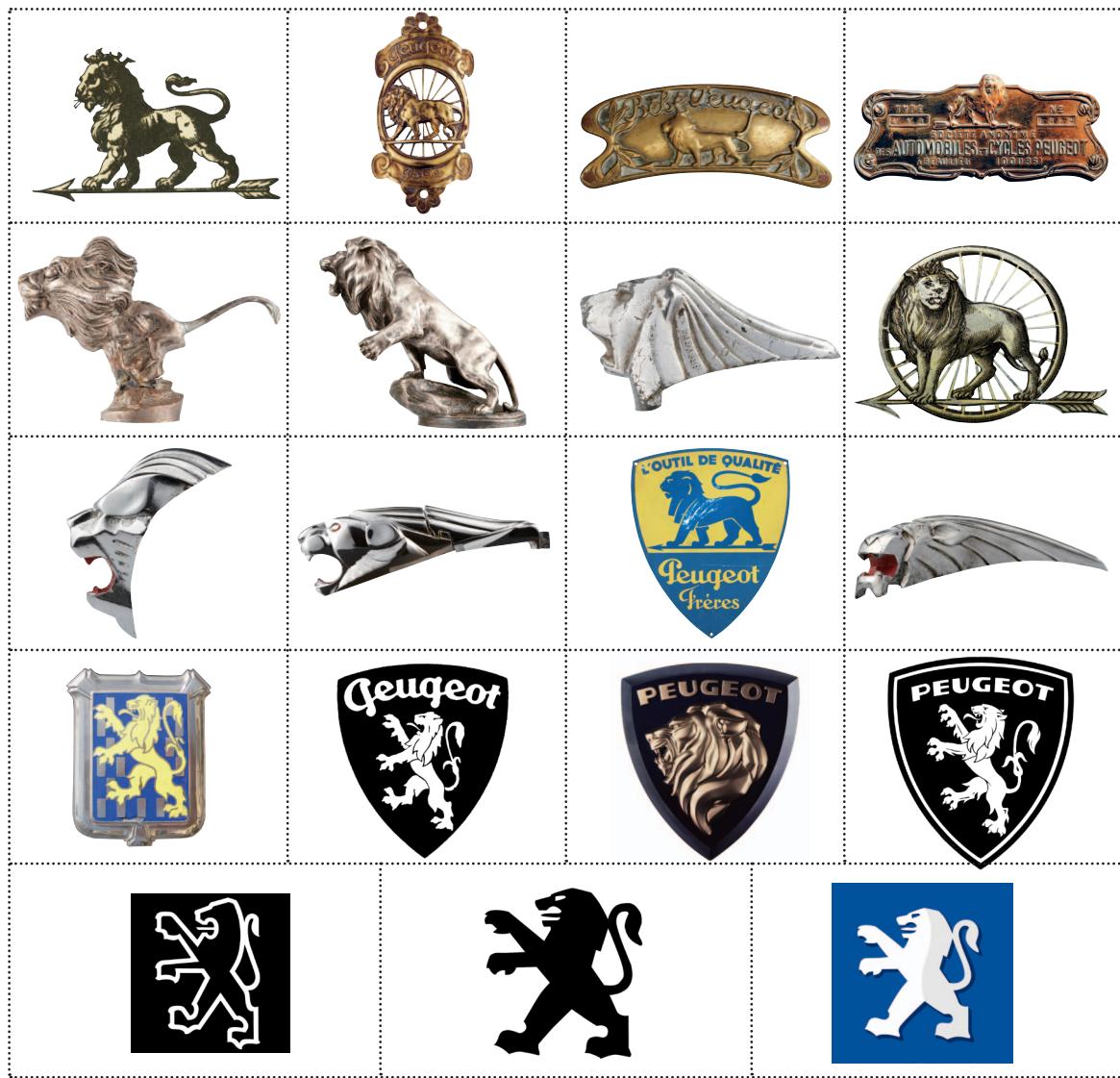
自行车与汽车业务在1910年合并后，新的标致汽车和自行车股份有

限公司使用古体“PEUGEOT”字样作为标志。

20世纪20年代中期，新的狮形出现了：铜制的狮子立于汽车散热器盖上，姿态咄咄逼人，增添了标致汽车的独特个性。

1933年，标志又发生了变化，这次是一只吼狮的头像，置于进气格栅顶端。这个形象在1930年至1950年一直使用。1957年出现了后腿直立的狮子纹章图案，是现在所使用标志的前身。新的狮形首先用于203车型。

1955年投放的403采用的狮子以三角形徽章为底，上书古体“PEUGEOT”字样。1968年，狮子第一次与徽章分离。1975年，以轮廓线勾勒且镀铬、中部镂空的狮子标志出现，应用于标致所有车型上。



标致标志演变过程

标志释义

我们熟悉的标致标志其实诞生于1980年，并在1996年加以修改，线条简洁、遒劲，棱角分明。而在2010年，在标致公司成立200年之际，标致又正式公布了最新的标致标志，这也是标致200年来的第10次换标。全新标志加重了金属的质感，并突出了狮子手臂的线条，整体的标志更具现代风格与立体感，并弃用了往日的蓝色标致，营造出更硬朗的气质。



Renault

雷诺 四维菱形

1899年，路易斯和他的两个兄弟——马赛尔和费迪南德一起在比仰古成立了“雷诺兄弟公司”。1902年生产出了第一台拥有17.6千瓦24马力)的雷诺发动机。而到了1905年，公司拿到了一份250辆出租车的订单，以至于无论是在伦敦还是在巴黎，几乎所有的出租车都是雷诺汽车，甚至还将出口到了纽约和布宜诺斯艾利斯。

目前，雷诺公司是法国第二大汽车公司，主要产品有雷诺牌轿车、公务用车及运动车等。1999年雷诺与日产签订了联盟，进一步推进了雷诺的发展战略。而控股达契亚和三星汽车公司，则强化了雷诺的国际化发展，赢得了全球化发展规模。



雷诺标志演变过程

标志释义

雷诺汽车公司以创始人路易·雷诺(Louis Renault)的姓氏而命名，图形标志是四个菱形拼成的图案，象征雷诺三兄弟与汽车工业融为一体，表示“雷诺”能在无限的(四维)空间中竞争、生存、发展。

三、意大利篇 →



菲亚特标志演变过程

Fiat

菲亚特 红宝石上的 FIAT

1899年，三个有钱的年轻人在意大利都灵商议成立一个公司。他们是埃玛努埃尔·地·布利切拉西奥、吉奥伐尼·阿格耐里和罗勃特·比斯卡雷蒂。他们选了Fabbrica Italiana Automobili Torino这个名字，制造一种0.697升、后置水平对置2缸发动机的汽车，用链条驱动，取名菲亚特·蒂波(TIPO)，1899~1900年中制造了8辆。



标志释义

公司最初采用盾型标志，直到1906年，才开始采用公司全称四个单词的第一个大写字母“F.I.A.T”为标志。“FIAT”在英语中具有法令、许可的含义，因此在客户的心目中，菲亚特轿车具有较高的合法性与可靠性，深得用户的信赖。

在菲亚特的标志变迁中，有几个重要的节点。首先是1918年，公司决定不用大写字母或在字母间不加标点书写。其次在1921年，菲亚特还曾经使用过圆形标志。再后来到了1931年，菲亚特开始使用在方形中含有“FIAT”字样的标志。再往后，在1980年，菲亚特又开始使用五根短柱斜置平行排列的标志。2006年，菲亚特进行了第16次标志更换，新标志源于1931年至1968年期间菲亚特汽车车身前装饰用的盾形标志，红宝石背景下突出的“FIAT”4个字母被垂直拉长，并被圆形铬金属框架包围。这个标志有三维视觉效果，表现了汽车技术、意大利设计、动感以及强烈个性完美融合的一种理念。另一方面该标志也好像在回首“倾听”多年来见证了菲亚特汽车卓越性能的圆形标志（白色字母衬以红色背景，由月桂树叶环绕）。



Alfa Romeo

阿尔法·罗米欧 米兰市徽

阿尔法·罗米欧从一开始就是专门生产运动车和赛车，这些车是由意大利著名设计师设计的，有浓烈的意大利风采、优雅的造型和超群的性能，在世界车坛上一直享有很高的声誉。现虽为菲亚特的子公司，但仍保留有自己的标志。



标志释义



1910 年



1915 年



1925 年



1946 年



1972 年

阿尔法·罗米欧标志演变过程

阿尔法公司是于1910年在废墟中建立起来的，从1946年起使用阿尔法·罗米欧的名称，其车徽标志使用了中世纪时米兰的领主维斯康泰公爵的家徽。标志左边的十字部分来源于十字军从米兰向外远征的故事，右边刻绘了一条正在吞食撒拉逊人的蛇，它象征着领主维斯康泰的祖先退使城市人民遭受苦难的“巨蛇”的传说。或许你不知道，这个标志也是意大利米兰市的市徽。

在后来的标志演化中，人们在标志里加入了阿尔法·罗米欧和米兰的字样以及间隔花纹，并在此后90余年的发展历史中不断进行着细微的改变。最近一次变化是在1971年，龙形蛇变得简洁抽象，标志的风格也现代化了，阿尔法与罗米欧之间的连字符被取消，最重要的是，“MILANO”字样不见了，或许不用再提及产地，人们早已知道它就是来自于意大利米兰的世界名车。



1907年



1911年



1929年



1957年



1974年



2000年

兰旗亚标志演变过程

标志释义

蓝旗亚的标志有双重意义，一是取自公司创始人之一维琴佐·蓝旗亚的姓氏；二是“蓝旗亚”在意大利语中解释为“长矛”。骑着高头大马，手持旗帜的长矛者，便是中世纪意大利骑士的主要特征。最早的标志是在旗帜的后面加上车轮形状图案，20世纪50年代才把图案置于盾形柜架之中，标志以长矛画面为主题，代表了企业不畏艰险的拼搏精神，加上旗帜上的“Lancia”，简洁地体现了蓝旗亚的全部意义。

*Lancia*

蓝旗亚 蓝血贵族

蓝旗亚汽车公司建于1906年，创始人是文森佐·蓝旗亚。蓝旗亚总部设在意大利工业城市都灵。文森佐·蓝旗亚早年受雇于都灵的切拉诺汽车厂，后来切拉诺汽车厂被菲亚特公司接管，蓝旗亚也随之转入菲亚特公司。1906年蓝旗亚离开了菲亚特公司，在都灵开设了自己的汽车工厂，命名为蓝旗亚公司。

蓝旗亚创业之初也是从赛车着手。从初创时起，蓝旗亚汽车就在赛车场上频频获胜，为蓝旗亚汽车树立起光辉的形象。1922年开始生产的蓝旗亚·兰伯达轿车是一辆划时代的汽车，它首次采用了一体化车身结构、独立前轮悬架、承载式底盘、全金属车身，奠定了现代轿车的构造模式，为汽车发展做出了重大贡献。

第二次世界大战后，因公司状况不断恶化，1955年蓝旗亚公司被一名意大利企业家收购，后又在1969年转手给菲亚特。此后，在菲亚特的支持下，蓝旗亚公司开始专注于高档轿车和跑车的生产，其产品在欧美各国受到欢迎。年产量约20万辆，比较著名的车型有Y型(Ypsilon)车和卡帕(Kappa Ypsilon)车等。



Ferrari

法拉利 腾飞跃马

目前，法拉利的总部设于意大利，虽然菲亚特公司拥有该公司50%股权，但该公司却能独立于菲亚特公司运营。由于法拉利汽车大部分采用手工制造，所以产量不高，年产量只有4000辆左右。



法拉利车队标志



标志释义

1929年，恩佐·法拉利创办了日后世界闻名的法拉利汽车。早期的法拉利赞助赛车手及生产赛车，直到1946年才开始独立生产汽车，然而，凭借着出色的性能，法拉利很快为世人所接受，并成为了跑车的典范。

法拉利的创始人恩佐·法拉利曾经是阿尔法·罗米欧最好的赛车手。在1923年，刚刚赢得一次比赛的法拉利遇到了白丽查伯爵夫人。伯爵夫人告诉法拉利，她的飞行员儿子在飞机上使用跃马标志，并因此而屡战屡胜，如果法拉利也用这个标志的话，准能在比赛中无往不胜。

就这样，一匹腾空跃起的骏马成为法拉利的永久标志，当那位勇敢的飞行员战死之后，为了纪念他，跃马标志被改成了黑色。后来，法拉利还在骏马的上方加上了意大利国旗，以显示其意大利血统。而标志的明黄色底色则来源于法拉利总部所在地摩德纳的金丝雀羽毛颜色。



Maserati

玛莎拉蒂 海神之戟



1914年，玛莎拉蒂家族的四兄弟在意大利的博洛尼亚(Bologna)创立了玛莎拉蒂车厂。车厂建成后，专门生产高级赛车，以至于玛莎拉蒂赛车曾在欧洲赛场叱咤风云，战绩卓著，因而享有很高的知名度。1939年公司总部迁至意大利中北部靠近博洛尼亚的小城摩德纳(Modena)，这里也是法拉利迁往马拉内罗之前的总部所在地。1999年11月，法拉利从其母公司菲亚特那里获得了玛莎拉蒂的控股权，在把它关闭了6个月之后以新产品重新打入市场。

标志释义

玛莎拉蒂的标志是在一个椭圆中放置的三叉戟标志，是其所在地意大利博洛尼亚市的市徽，相传是希腊神话中海神纳普丘(Neptune)手中的武器，它显示了海神巨大无比的威力。用它作为标志，其目的就是为了表示玛莎拉蒂汽车有如大海咆哮般凶猛，隐喻了玛莎拉蒂汽车性能的卓著。



Lamborghini

兰博基尼 倔强的蛮牛



1963年，费鲁西奥·兰博基尼在摩德纳(Modena)的郊区建起了制造车间。在他的身边，集聚了众多聪明年轻的工程师和设计师，包括Giotto Bizzarrini、Paolo Stanzani 和Giampaolo Dallara 等人。公司的第一个努力成果是350GT，该车深受欢迎，让车迷和媒体津津乐道。更多极端的设计接踵而至：ESPADA2+2，当然还有COUNTACH 和Diablo，以及后来的Murcielago 和现在最新的Aventador。

然而，你知道吗，兰博基尼曾在1980年遭遇破产，意大利商人米兰姆兄弟收购了该公司。后来，兰博基尼还数次易主，其中包括克莱斯勒汽车公司。但它们没有表现出对兰博基尼真正的爱或者关注。直到1998年，兰博基尼加入大众汽车集团，在奥迪的资助下，兰博基尼才由自己的管理班子来运作。

标志释义

兰博基尼的标志是一头浑身充满了力气，正准备向对手发动猛烈攻击的公牛。据说兰博基尼本人就是这种不甘示弱的牛脾气，也体现了兰博基尼公司产品的特点，因为公司生产的汽车都是大功率、高速的运动型轿车。



Lamborghini



Lamborghini



Bugatti

布嘉迪 永不停转的滚珠

布嘉迪是世界著名的老牌运动车品牌，它原是意大利的豪华跑车品牌，1998年被大众汽车集团收购。

1909年意大利人埃托尔·布嘉迪(Ettore Bugatti)在德国创建了布嘉迪公司，专门生产运动跑车和高级豪华轿车。布嘉迪的产品，做工精湛，性能卓越，它的每一辆轿车都可被誉为世界名车，然而遗憾的是，在1956年，布嘉迪陷入停产。

1991年意大利工业家罗曼诺·阿蒂奥利买得布嘉迪标志所有权，在意大利重建布嘉迪汽车公司，重新生产高性能、高质量的运动车及轿车。布嘉迪总计生产汽车7000余辆，其厂址也几次发生变化，甚至会设在不同的国家，1909~1918年在德国境内，1919~1956年在法国境内，1991年重新建厂后在意大利境内。



标志释义

至于标志，因为埃托尔·布嘉迪(Ettore Bugatti)是以自己姓氏为名创办了布嘉迪汽车公司，所以其将自己的姓氏大大地写在标志之中，并用轴承滚珠包围起来，以红色为底色，其目的就是希望公司能永远不停转。



Pagani

帕加尼 创造传奇

帕加尼的创始人奥拉西欧·帕加尼(Horacio Pagani)原为阿根廷F3赛车设计师。1982年,26岁的他仍默默无闻。但他接受5度F1世界冠军的范吉奥(Juan Manuel Fangio)建议:“若你想制造世界最美的车,没别的选择,一定要去意大利的摩德纳实现梦想。”

1992年帕加尼终于在摩德纳成立了自己的公司开始制造梦想中的跑车,1994年又和奔驰公司达成协议以使用性能强劲的AMG 12缸发动机。遗憾的是,范吉奥尚未看到这辆跑车的完工就在1995年去世了。帕加尼也因此将车名改为了Zonda C12,Zonda指的是从安第斯山脉吹向阿根廷的北风,这辆车在1999年的日内瓦车展上首次同公众见面。2010年,帕加尼的新工厂完工。这家工厂位于旧厂不远之处,每年的产量约为60~70辆,新工厂的完工大大增加了帕加尼的产能。





四、英国篇



Rolls Royce

劳斯莱斯 飞翔女神

1907年劳斯莱斯设计生产了极富绅士风度的“银鬼”(Silver Ghost)高级轿车，它制作工艺考究、技术优越，连续行驶2.25万多公里，创造了当时的世界纪录。在第一次世界大战时，甚至被指派为装甲车，在炙热的沙漠中，展现出了惊人的性能及可靠性。与此同时，银鬼的设计理念也与当时其他品牌迥然不同，例如，为让乘者以最优雅的姿势下车，劳斯莱斯的车门是向后打开的，这些细节使它被当时的新闻界公认为世界上最好的汽车。

1910年7月12日，劳斯不幸在驾驶飞机时失事遇难，莱斯积劳成疾于1933年4月22日去世。他们的继承人把车前代表二人名字的红色双R改为黑色，以示哀悼。

1980年，劳斯莱斯汽车被Vickers收购。1998年，Vickers决定出售劳斯莱斯汽车业务。尽管大众汽车集团出价达到4.3亿英镑，远高于宝马汽车3.4亿英镑的出价，但最终胜出的还是宝马。因为制造航空发动机的劳斯莱斯PLC公司决定将劳斯莱斯的标志和标志授权给宝马公司而不是大众汽车。也就是说，大众汽车买下了“飞天女神”标志和散热器格栅的使用权，但是却没有办法制造“劳斯莱斯”牌的汽车。同样，宝马没有标志和散热器格栅的使用权。宝马公司只买下了劳斯莱斯的汽车名以及“RR”的标志。

最终宝马和大众达成了一个协议。从1998到2002年，宝马将继续提供汽车发动机，而且允许大众使用劳斯莱斯这个牌号直至2003年1月1日。从此之后，只有宝马公司才能生产“劳斯莱斯”牌的汽车。大众买下的劳斯莱斯/宾利汽车部门只生产“宾利”牌汽车。

标志释义

1904年，磨坊主的儿子亨利·莱斯与贵族出身的查理·劳斯在一列火车上邂逅，两人一见如故，决定共同创办公司来生产属于英国的高级汽车。他们给汽车取名为Rolls-Royce(曾被译为罗尔斯·罗伊斯)，标志由两个红色的R叠合而成，寓意为你中有我、我中有你，体现了两人和谐融洽的关系。

而劳斯莱斯的另一个传统标志，具有古典风格的“飞翔女神”雕像出现于1911年，由艺术家查理斯·萨科斯设计，据说其灵感来自巴黎卢浮宫艺术品走廊的一尊古希腊女神雕像。身披轻纱的“飞翔女神”体态轻盈、风姿绰约，她的启用典礼隆重程度不亚于第一辆劳斯莱斯轿车下线。当时的总经理约翰逊撰文称：“这是一位优雅无比的女神，她代表着人类的崇高理想和生活的欣狂之魂，她将旅途视为至高无上的享受。”



Bentley

宾利 飞翔的 B

沃特·欧文·宾利于1919年在英格兰创建了自己的汽车公司，开始设计制造他多年来梦寐以求的运动车。宾利运动车在1923~1929年期间的勒芒24小时汽车赛中大获成功，但由于不善于经营，1931年由劳斯莱斯公司将宾利公司买下了。此后，宾利作为劳斯莱斯的运动型轿车生产，并占到约60%的产品份额。

1998年6月宝马公司在争购劳斯莱斯汽车公司的投标中败给了大众公司。后来宝马花4000万英镑购买了劳斯莱斯的标志和标志授权，并与大众签署了一项协议，约定宝马从2003年起开始生产劳斯莱斯牌轿车，而大众则从2003年起仍在克鲁厂房生产宾利豪华轿车。这样宾利就正式收归大众旗下。



标志释义

宾利自1919年生产第一辆四气缸赛车时起，车上就带有一个徽章，上面是一对隼鹰翅膀簇拥着宾利的开头字母“B”。虽然现在四气缸汽车已不再生产，而“B”字徽章仍是宾利的象征，它寓意着宾利公司在全球范围内的无限发展能力。



Jaguar

捷豹 跳跃的美洲虎



捷豹标志演变过程

标志释义

捷豹的汽车标志被设计成一只纵身跳跃的美洲虎，造型生动、形象简练、动感强烈，蕴含着力量、节奏与勇猛。

1922年，威廉·里昂斯与威廉·威斯利共同创立一间名叫燕子(swallow)的汽车配件公司。

1926年，里昂斯从著名的奥斯汀7型车中得到灵感，开始进行汽车改装。他保留奥斯汀7的底盘但换上自行设计的车身，结果销量出人意料的好，汽车和配件的销量直线上升。公司为了发展，于是决定转往英国汽车工业的心脏地带——考文垂。

1931年7月不甘心只做配件的里昂斯开始推出自己的产品——ss型号汽车。同年伦敦车展上，他同时展出了ss-1和ss-2。1934年的冬天，里昂斯重组车厂，专心负责制造汽车，他的公司名字改成了ss并且上市。

1934年的冬天，里昂斯请来了工程师哈利·威斯利克。1935年，另外一个至关重要的

人出现了，他就是威廉·哈尼思。里昂斯让哈尼思担当公司的首席工程师，并在这一年，把ss汽车公司更名为捷豹(Jaguar)，全力进行汽车制造。一年后，里昂斯买下了老合伙人威斯利的股份，从而成为公司唯一的领导者。

第二次世界大战爆发后，车厂改为兵工厂。不过战后捷豹是英国首家恢复生产的车厂。捷豹第一辆车于1945年7月出厂，但战后因ss和纳粹德军的秘密警察大队字母相同而遭弃用，改用XK代号。这两个字母的组合在后来几十年内一直是速度、品味以及地位的象征。

经过半个世纪的努力，捷豹在全球车迷中树立了典雅高贵、绅士般的印象。由于其限量生产和品牌的含金量，使拥有一辆捷豹汽车成为个人优越地位和高雅品位的象征，甚至连英国女皇也是忠实的捷豹车迷。



Aston Martin

阿斯顿·马丁 大鹏展翅



1913年，由莱昂内尔·马丁和罗伯特·班福德共同创立的班德福·马丁跑车公司在英国新港成立，并使用盾形标志。1914年他们生产出自己的第一辆汽车。马丁曾驾驶自己制造的赛车在阿斯顿·克林顿山举行的山地

汽车赛中获胜，为了纪念胜利，1923年马丁把公司和它的产品都改名为阿斯顿·马丁。

由于经营不善，1947年阿斯顿·马丁被卖给了拖拉机制造商戴维·布朗，他成为阿斯顿·马丁公司历史上影响最大的主人。同年他买下了另一家著名超级跑车厂拉贡达公司，公司改名为阿斯顿·马丁·拉贡达公司。他以字母DB（戴维·布朗的名和姓的前两个字母）为公司的汽车命名，这一命名方法持续至今。1987年公司被美国福特公司收购。而到了2007年，Prodrive老板大卫·理查兹以9.25亿美元的价格从福特手中购得阿斯顿·马丁。

标志释义

阿斯顿·马丁的标志为一只展翅飞翔的大鹏，分别注有阿斯顿、马丁英文字样，喻示着阿斯顿·马丁汽车能像大鹏一样，具有从天而降的冲刺速度和远大的志向。



1920 年



1932 年



1932 年后

阿斯顿·马丁标志演变过程



Lotus

路特斯 盛开的莲花

路特斯 Lotus) 汽车公司的标志是由几个英文字母重叠在一起组成的，分解开是CABC，这是公司创始人查普曼(Colin Anthony Bruce Chapman)名字的缩写。查普曼是典型的英国绅士，小胡须总是修剪得整整齐齐。这样的绅士，电影里描述过不少，在当今的英国却不多见了。第二次世界大战后数十年间，这位英国工程师的名字对世界汽车运动影响巨大。他统领下的路特斯车队自1958年以来先后7次在F1车赛中夺冠，并创造出了多种名垂青史的优秀车型。查普曼从零开始，在汽车运动的狂热驱使下，亲手制造自己所心仪的赛车，进而在汽车制造与竞赛两方面都创造了辉煌业绩。

标志释义

为彰显中国市场对于路特斯全球扩展计划的重要性，路特斯专门针对中国市场推出一款标志，继承和延续了路特斯享誉全球的黄绿标志，并将标志内的文字更新为“Lotus NYO”(发音为“New”)，寓意路特斯将会在中国开启一个崭新的纪元。



1986 年



赛车标志

Vauxhall

沃克斯豪尔 平和的怪兽



沃克斯豪尔的造车历史开始于1903年。那一年公司老板Hodges 在仔细研究了自己那辆戴姆勒汽车以后，决定生产一种比这更好的汽车，于是沃克斯豪尔汽车进入了研发阶段。

1925年美国通用汽车公司用250万美元的价格收购了沃克斯豪尔，这比欧宝被通用收购还要早4年。在通用旗下虽然沃克斯豪尔各种车型的销量不断增加，但在通用全球汽车战略调整下，沃克斯豪尔逐渐变成了欧宝在英国的制造工厂。直到现在沃克斯豪尔依然是英国汽车产量较大的车厂之一。

标志释义



20世纪20年代



20世纪30年代



20世纪40年代



20世纪60年代



20世纪70年代



20世纪80年代



20世纪90年代



2003年



路特斯标志演变过程

沃克斯豪尔汽车公司 (Vauxhall Motors) 的历史可以追溯到1857年。当时苏格兰工程师亚历山大·威尔逊在英国沃克斯豪尔地区建立了一家生产蒸汽机的工厂，最初的业务是制造船用发动机和铸件，这就是沃克斯豪尔车厂的前身。公司选用了13世纪这片土地的领主Fulk le Breant 使用的怪兽Griffin 徽标作为标志。



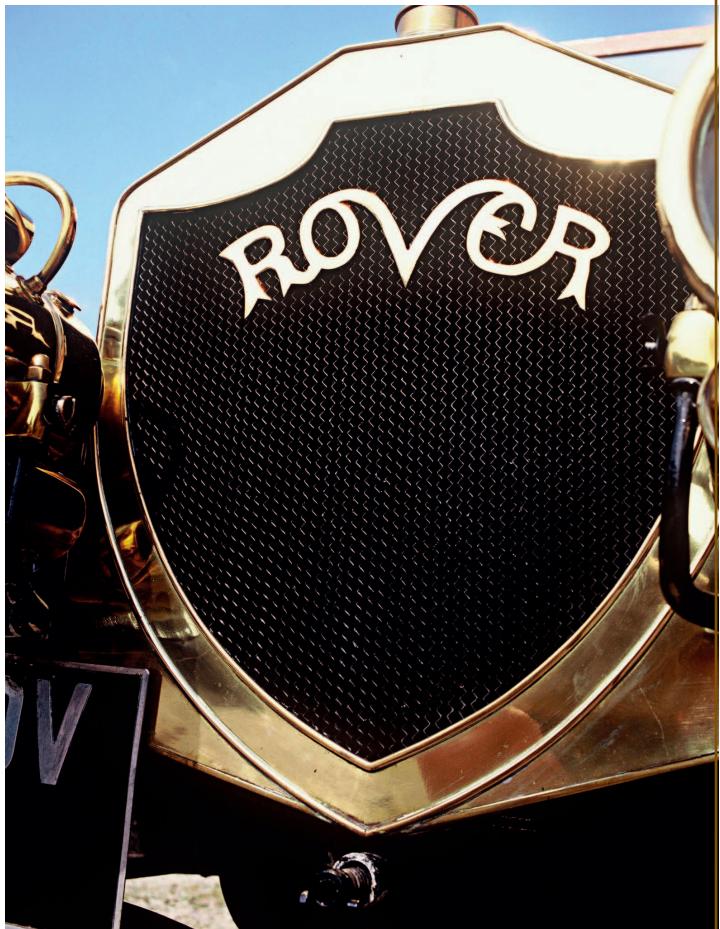
Rover

罗孚 漂泊的海盗船

初期的罗孚汽车，是以维京人的头像作标志，直到1930年才改为一艘船。初时，罗孚汽车的发动机盖、散热器外壳及行李箱盖上都有维京人的头像和船的标记，到罗孚800型推出之后才统一采用船作为标志。

标志释义

英国罗孚(Rover)车厂一向都采用“维京人”——8至10世纪的北欧海盗的标志。这些维京人乘船到处流浪，而罗孚一词的意思也是流浪者。罗孚这个名称可追溯至早期的Starley公司，该公司初期生产罗孚牌自行车，到1904年开始制造汽车。





Land Rover

路虎 唯一的四驱车专业户

1966 年罗孚公司并入利兰汽车公司，成为利兰公司的捷豹- 罗孚- 凯旋部，1988 年被英国宇航公司收购，1989 年正式更名为罗孚集团，1990 年又与日本本田汽车公司在技术和资金上进行合作，1994 年终于被德国宝马公司接管，生产的汽车产品分为三类：越野车、轿车和 MG 跑车。2000 年 3 月，福特汽车公司向宝马集团支付 30 亿欧元(27 亿美元)，以购买其旗下所有四轮驱动系列产品，包括揽胜、发现者、自由人和卫士。然而，2008 年 3 月，福特汽车公司正式宣布已签署出售捷豹、路虎业务的最终协议，印度塔塔集团出资 23 亿美元，成为捷豹和路虎两大品牌的新主人。



标志释义

路虎公司是世界上唯一专门生产四驱车的公司。或许正是由于这一点，才使得路虎的价值——冒险、勇气和至尊，闪耀在其各款汽车中。时至今日，路虎公司的徽标已经演变成绿色的椭圆形，徽标中间上下排列着的大写字母“LAND ROVER”，虽然简单，但仍透露出大无畏精神的凛凛遗风。





MG 远渡重洋

2005年7月22日，南京汽车集团有限公司成功收购了英国MG罗孚汽车公司及其发动机生产分部，开创了中国企业收购国外著名汽车企业的先河，收购合并之后的公司叫南京名爵汽车有限公司。

MG跑车向来以设计独特、做工精细和性能优良而著称。如人形化了的车头五官齐全，每看到它，就像见到老朋友一样，给人以亲切感；独有的加油口盖及其下面的网状进气口，更增添了几分幽默感。



标志释义

1924年，莫利斯·伽吉(MORRIS GARDGE)在伯明翰郊外创建了一家汽车厂，并以创建人姓氏作为公司名称，采用文字“MG”作为标志。公司以生产著名的MG系列敞篷跑车而闻名。后来该公司并入英国利兰汽车公司，仍使用原来的名称和标志。



TVR 凶猛的鬼怪

TVR 公司通过近半个世纪的汽车生产,近年在英国车坛上大放异彩。生产的名车有TVR Cerbera、TVR Chimaera 和TVR Griffith500 型跑车。

标志释义

1947 年,特雷费创建TVR 汽车公司,主要生产数量很少的高级豪华TVR 牌跑车。其名称取自特雷费 (TREVOR) 姓氏中三个字母,并用TVR 作为产品的图形标志。



AC 小众的老爷车

该厂最著名的品牌是A.C.COBR A。虽然它的名声逐渐被人淡忘了,但它却有着辉煌的历史,1963 年在英国的M1 公路大赛上A.C.COBR A创下了时速196 公里的惊人纪录,1964 年两辆A.C.COBR A 参加24 小时利迈大赛夺冠,因而成为最快的跑车而被列入吉尼斯世界纪录大全。工厂进入20 世纪80 年代基本名存实亡,但1990 年轻量化的A.C.COBR A 复活,这是该厂用30 年时间推出的眼镜蛇王牌产品,再次令人刮目相看。



标志释义

英国的一个小型汽车公司,成立于1907 年,这家具有近百年历史的车厂,以生产老爷车而闻名于世。其标志AC 是Auto Carriers Ltd 的缩写。



Mini

迷你 小身材的大味道

迷你(Mini)最初由Austin和Morris两家汽车公司共同生产，分别以Austin Seven和Morris Mini-Minor命名销售，两个车型只在散热器、车身颜色和轮毂罩上略有差别，而且该车并没有使用Mini作为标志，而是分别用Morris Mini Minor或者是Austin Seven，后来改名为奥斯丁迷你和莫里斯迷你。直到1969年，迷你终于有了自己的注册标志。

1952年，莫里斯汽车公司和奥斯丁汽车公司合并组成了英国汽车公司(British Motor Corporation)。而到了1980年，这家公司又改名为奥斯丁·莫里斯集团(Austin Morris Group)，



迷你的名字也改成了Austin 迷你。虽然到1986年为止迷你共生产了500 万辆，但是迷你的命运似乎走到了尽头。直到1988 年罗孚（Rover）集团入主Austin Morris 集团，才保持了迷你的生产，迷你也从Austin 迷你改名成为Rover 迷你，并在20 世纪80 年代后期到2000 年期间衍生出40 多种不同的版本。2000 年，老款迷你MK IV 正式全面停产。

此后，宝马汽车公司收购了罗孚，并为Mini 品牌投入了近3.6 亿欧元，重建了设在英国牛津的迷你车厂。



标志释义

2001 年，经过宝马重新设计的全新迷你问世，并从那时开始，迷你车系拥有了固定的三个车型：迷你 One，迷你 Cooper 和迷你Cooper S。迷你的标志是迷你的英文字母再加上翅膀一样的双翼，象征了迷你的小巧别致。

五、瑞典篇

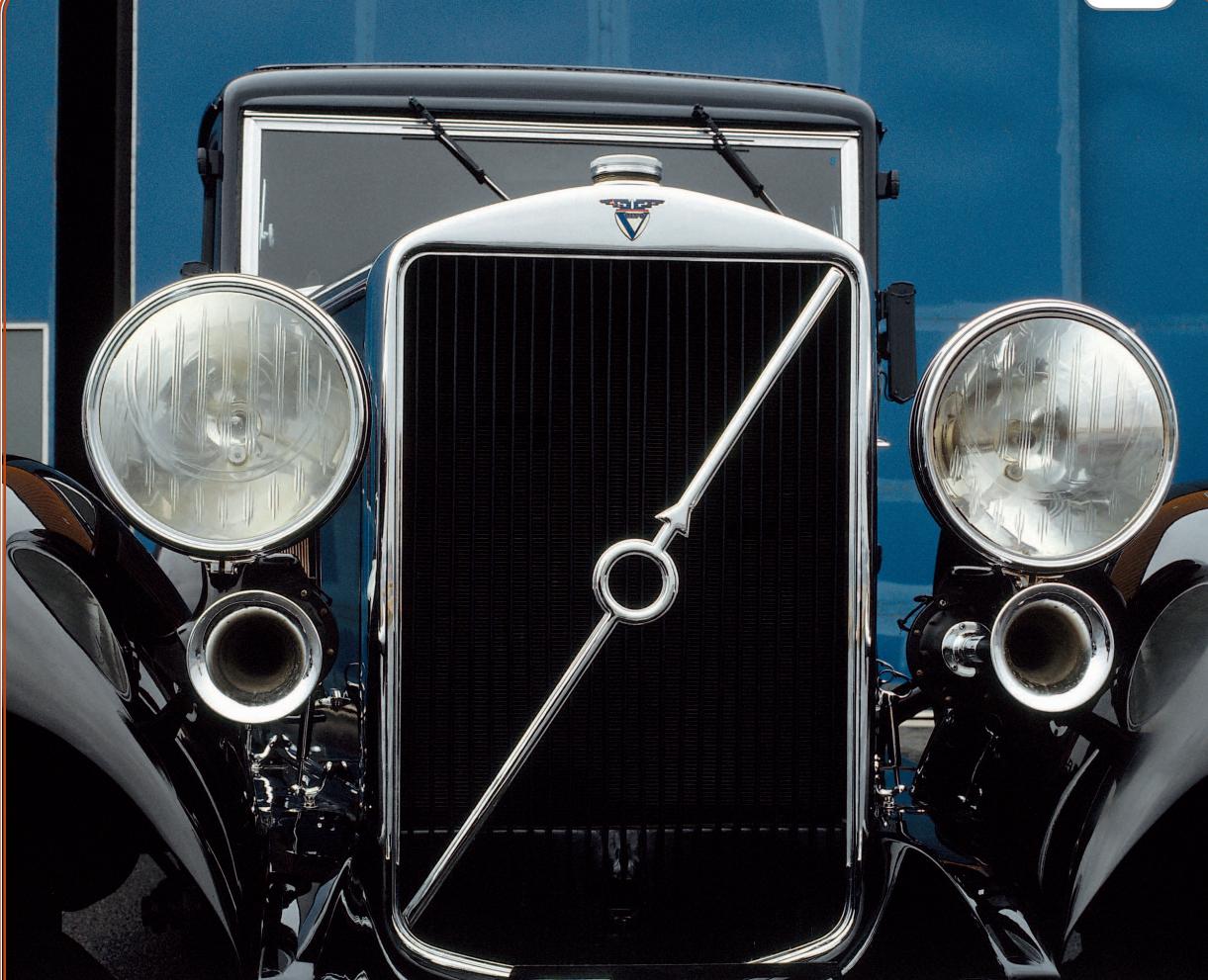


Volvo

沃尔沃 滚滚向前

1927年，古斯塔夫·拉尔森和阿萨尔·加布里尔森在斯德哥尔摩创建了沃尔沃汽车公司。经过几十年的发展，沃尔沃汽车公司成为了北欧最大的汽车企业，也是瑞典最大的工业企业集团，世界20大汽车公司之一。1999年4月1日，福特汽车公司出资64.5亿美元正式收购沃尔沃轿车。2010年3月28日，中国浙江吉利控股集团有限公司宣布与福特汽车签署最终股权收购协议，以18亿美元收购沃尔沃轿车公司100%的股权。





标志释义

沃尔沃意味着舒适、高雅，更意味着品质、安全和环保，沃尔沃是拉丁语，意为滚滚向前，其标志由三部分图形组成：第一部分的圆圈代表古罗马战神玛尔斯，同时也是瑞典钢铁工业的象征；第二部分是对角线，其目的是为将玛尔斯符号固定在格栅上，而成为沃尔沃轿车最为明显的标志；第三部分是沃尔沃公司注册标志，它采用古埃及字体。此标志自第一辆沃尔沃轿车开始一直沿用至今，成为沃尔沃公司轿车与众不同的明显标志。





Saab

萨博 狮身鹫首

萨博(最初全称为Svenska Aeroplans Aktiebolaget, 即瑞典飞机公司)原先是一家军用飞机制造公司。后来瑞典飞机有限公司合并了只生产载货汽车的斯堪尼亚(Scania)公司, 成为一家生产轿车、货车、飞机、计算机等产品的综合性集团公司。



由于萨博公司是由斯堪尼亚公司和瑞典飞机有限公司合并, 原飞机公司瑞典文缩写为Saab, 后即作为公司轿车的标志。

标志释义

标志正中是一头戴王冠的狮子头像, 王冠象征着轿车的高贵, 狮子则为欧洲人崇尚的权力象征。半鹰、半狮的怪兽图案象征着一种警觉, 这是瑞典南部两个县流行的一种象征, 而萨博汽车和航行器的生产就起源于这里。

萨博汽车重新设计了蓝形小圆盘, 现在融进了萨博传统的狮身鹫首怪兽的纹章以及Saab的标志字母。风格整体一致, 整齐划一。2001款的汽车即开始采用这种标志。新的标志同样是由瑞典艺术家Carl Fredrik Reutersward设计的。





Koenigsegg

柯尼赛格 刀锋战士

1993年，瑞典一群有汽车工业经验和专业知识的优秀设计师和工程师，以克瑞汀·凡·柯尼赛格的名字，在瑞典南部安吉荷姆附近成立了这家汽车厂。

标志释义

柯尼赛格(Koenigsegg)一词是“刀锋”的意思，是瑞典一家汽车公司。目前用来生产柯尼赛格跑车的工厂原本是瑞典空军第一飞行中队的基地，为了表示对该飞行中队的敬意，所有的CCR与未来柯尼赛格所生产的顶级性能车型都会在车身上绘上该中队的队徽，一个围在圆圈中的幽灵图样，所以柯尼赛格又有“幽灵跑车”之称。



Scania

斯堪尼亚 公路之王



标志释义

斯堪尼亚公司的狮身鹰面兽符号，最初是来自瑞典南部斯堪尼亚省的盾形徽章(Skane)。再向上追溯，这一盾形徽章来自马尔默的城市狮身鹰面兽徽章。1437年，由波西米亚王爱瑞克(Erik of Pomerania)将狮身鹰面兽徽章授予马尔默。当时爱瑞克国王统治着挪威、丹麦和瑞典。

六、其他欧洲国家篇 →

Skoda

斯柯达 绿色飞箭

1895年圣诞周，机械师瓦茨拉夫·老琳和商人瓦茨拉夫·克莱门特开始管理一家自行车厂，这就是有名的L&K公司。1899年，L&K公司开始生产摩托车，成为世界上生产机动车最早的工厂之一。

1905年，公司转向生产汽车。第一辆汽车Voiturette（意为：小型汽车）在1906年的布拉格车展中亮相。1924年，斯柯达获得许可生产豪华车型Hispano Suiza，这款极尽奢华车堪称当时世界上最贵的汽车，它的底盘价格甚至比当时的劳斯莱斯还贵。后来，第一次世界大战改变了捷克的命运，也改变了L&K公司的命运，为了恢复在战争中受到削弱的声誉，重振辉煌，L&K公司和斯柯达·佩尔森（Skoda Pilsen）集团合作，从此开始生产以斯柯达为品牌的汽车。



标志释义



1895~1905年



1905~1925年



1926~1933年



1926~1990年



1999~2011年



2011年

斯柯达标志演变过程

斯柯达的标志是一个带翅膀的绿色飞箭。巨大的圆环象征着斯柯达为全世界无可挑剔的产品；鸟翼象征着技术进步的产品行销全世界；向右飞行着的箭头，则象征着先进的工艺；外环中朱黑的颜色象征着斯柯达公司百余年的传统；中央铺着的绿色，则表达了斯柯达人对资源再生和环境保护的重视。



Seat

西亚特 艺术的 S

西亚特 (Seat) 是西班牙最大的汽车公司, 1950 年成立于巴塞罗那。现在属于德国大众汽车公司子公司。

在西亚特汽车公司成立之初, 他们以生产意大利菲亚特汽车公司的车型为主。当时在西班牙汽车市场的占有率达到60% 之多, 有西班牙国民车之趋势, 然而到20 世纪70 年代的时候, 他们的市场占有率竟然下滑到了33%, 亏损严重。

1983 年, 德国大众汽车公司买下了西亚特的大部分股份, 与西班牙政府合资共同经营西亚特汽车公司, 因此西亚特就成了大众汽车公司的子公司。在西亚特归属大众之后, 他们得到了大众的资金和技术支持, 其产品开始采用大众的零部件, 有些车型的底盘、转向及悬架系统也都由大众设计。

标志释义



西亚特汽车标志是一个艺术化的大写字母“S”, 即公司名称“Seat”的首个字母。





Spyker

世爵 穿越车轮的螺旋桨

1880 年,专业的铁匠兄弟亨德里克·让·世派克(Hendrik Jan Spijker)和雅克布斯·世派克(Jacobus Spijker)一起开创了世派克公司,专门制造和维修马车。1898 年,世派克兄弟决定开始制造汽车,并很快与德国奔驰公司达成合作—结合自己的车厢制造经验,进口零件装配奔驰车后以“世爵-奔驰”的牌子销售。而为了更加适应国外市场,他们将 Spijker 中间的“ij”改为“y”,从此公司名称改为世爵(Spyker)。第一辆真正的世爵 5hp 汽车出现在 1900 年阿姆斯特丹举行的 RAI 展览会。汽车售价 3200 荷兰盾,比售价为 1600 荷兰盾的进口奔驰贵出许多。但它并不成功,世爵缺

乏发动机动力方面的竞争力。1903 年世爵公司推出了在当时极为先进的 60/80HP 车型。这是世界上第一辆拥有 6 缸发动机和恒时 4 轮驱动、4 轮制动的汽车。

1913 年世爵陷入财政危机。1915 年一个投资人小组将公司买下,并将其并入荷兰飞机制造股份公司,开始生产航空器。在世界大战期间,世爵公司生产了 100 架战斗机和 200 台航空发动机。1915 年,公司提出了“执著强悍、畅行无阻”的口号,并一直沿用至今。1922 年,世爵再次陷入破产边缘,直到 1926 年公司耗尽所有的资金前,最后生产的产品是 C2 两吨级货车和 C4 型轿车。

新的世爵汽车公司在 1999 年由荷兰商人维克托·穆勒和马尔滕·德·布鲁金共同创立。并自 2000 年起专门生产高级跑车,如 C8 和 C8 Laviolette 等。早期世爵生产航空发动机的历史被很好地传承在这些新车的细节和标志上。

标志释义

1915 年,世爵推出了公司标志,即由一个水平的飞机螺旋桨穿越镌刻公司座右铭的车轮,代表了“执著强悍、畅行无阻”的企业精神。





Volga

伏尔加 欢腾的小鹿

伏尔加 (Volga) 是俄罗斯高尔基汽车厂的一款著名汽车品牌，它继承了俄国汽车经久耐用、功率强劲的特点，成为俄罗斯至今为数不多的自产中档汽车。早期的伏尔加也曾被广泛地用于社会主义国家的公务用车，在东欧、中国、朝鲜等国家和地区也极为常见，不过在当时伏尔加还是一种身份与地位的标志，在很长的时间内只有干部才能乘坐。

标志释义

伏尔加的标志是一只奋起的鹿，因此在进到中国后又有了新的名字“金鹿”。而在鹿的下方还有俄文“GAZ”的字样，是Gorkovsky Automobilny Zavod 的缩写，也就是高尔基汽车厂的简称。





Lada

拉达 带帆的游船

俄罗斯瓦兹 (Volzhsky Automobilny Zavod, 简称VAZ) 汽车公司成立于1966年7月。公司早期与意大利菲亚特公司合作生产拉达汽车，拉达的俄文意思是“人民大众的车”，这一点跟德国的大众有异曲同工之妙。

1966年的前苏联，政府与菲亚特签订协议，决定生产廉价的大众化轿车，从而将汽车普及。工厂选择在伏尔加河边上的一个小镇，而当地也由此发展成为一座新兴的汽车城。1969年工厂建设完毕，借助菲亚特的技术，1970年第一批轿车正式驶下生产线。这批拉达轿车实际上就是菲亚特124车型的本土化产品，其采用四门五座式设计，搭载了一款1.2升单顶置凸轮轴发动机。该车于1971年在苏联国内发售，随后借菲亚特的力



量，进入东欧市场，并获得了红火的销售业绩。当然，对于国人来说，拉达也不是陌生的车型，在20世纪80年代，有不少拉达行驶在中国的各条马路上，甚至，在某些城市，它们还充当了出租车的历史角色。

标志释义

拉达标志的图案是由 LADA 的“L”和“D”两个字母组合而成，形似带帆的游船，寓意拉达汽车能更广泛受到欢迎。





Dacia

达契亚 躺倒的 D



1966 年，波特什蒂汽车厂在雷诺的帮助下正式成立，而生产工厂在两年后才落成。当时，达契亚计划生产的第一辆车是雷诺 12 型轿车，而且生产机具也已全部购买到位，但是工厂面对万事俱备，只差开工的崭新生产线却突然决定改为生产雷诺 8 型轿车。雷诺 8 的罗马尼亚名称是达契亚 1100，1968~1972 年的 4 年间生产了 4.4 万辆，也可以说是广受欢迎。1998 年，达契亚举行了 30 年庆典，这 30 年间，它共生产各类车型 200 万辆。

由于一直以来都是应用法国雷诺公司技术生产轿车，所以到了 1999 年，雷诺干脆走向前台，波特什蒂汽车厂成了雷诺控股的子公司，并正式更名为达契亚(Dacia)，这也使得达契亚成为了一个国际性品牌。

七、美国篇



GM

通用 给力缩写



标志释义

“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。各车型标志都采用了公司下属分部的标志，而“GMC”图案标志则成为通用汽车公司载货车的专用标志。



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、凯迪拉克、雪佛兰、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。



Buick

别克 三盾家徽



别克标志发展至今日成为为人所熟悉的“三盾”样式经历了近半个世纪的演变过程。20世纪30年代中期，在底特律公共图书馆内，通用汽车风格研究员拉浮波在1851年编写的《消失的家徽》中发现了苏格兰别克家族的家徽。

别克家族的家徽是一个红色盾形标志，银色和蔚蓝色围棋格子带状图案从左上角穿过直到右下角。在盾的右上角有一长有鹿角的鹿头，在盾的右下角有一金色十字架，十字架中间有一圆孔，孔中的颜色与红色盾的颜色一致。

标志释义

别克著名的“三盾”标志是以一个圆圈中包含三个盾为基本图案。它的由来可以追溯到汽车制造业的奠基人——苏格兰人大卫·邓巴·别克的家徽。



1904年



1905年



1911年



1913年



1959年



1990年

别克标志演变过程

Cadillac

凯迪拉克 盾与花冠

1902年，底特律汽车公司进行了重组并更名为凯迪拉克汽车公司。之所以会选用“凯迪拉克”这个名字是为了向法国的皇家贵族、探险家安东尼·门斯·凯迪拉克 (Le Sieur Antoine de la Nothe Cadillac) 致敬。为什么向他致敬？因为他在1701年建立了底特律城！没有他，也就没有了如今的汽车城。

在标志上，凯迪拉克选用了花冠盾形徽章设计，其首要目的当然是象征着其在汽车行业中的领导地位；而第二个原因，恐怕与安东尼也不无关系，花冠盾形徽章取自凯迪拉克先生所用的徽章，这很容易让人们联想到这位贵族的显赫身份，并深深地为他的勇气和荣誉所感染。

虽然凯迪拉克的徽章直到1906年才被作为标志注册，但从1902年9月就已经被使用了。早期的徽章设计是向左倾斜，一个由郁金香花



蕾组成的花环从两侧向上延伸，在顶部的皇冠处汇合。1916~1918年，凯迪拉克标志是原来注册标志上的郁金香花蕾和一个镶有九颗明珠的皇冠。皇冠上的明珠后来变成七颗，被设计在盾牌上。1933年，为了更完美地与凯迪拉克流线型的车型相结合，设计者让标志长出长长的翅膀。第二次世界大战后凯迪拉克启用新的标志，该设计包括基本的“V”字及花冠设计。1947年的标志首次将“V”字与花冠结合在一起。从1956年的车型开始，凯迪拉克标志逐渐变长、变低和变宽，到1960年的凯迪拉克车型，标志达到最宽。

标志释义

在新世纪，凯迪拉克最新进行了一系列大刀阔斧的创新，其中包括重新设计凯迪拉克花冠盾牌的标志。新设计的标志含有大胆而轮廓鲜明的棱角，反映了凯迪拉克未来的设计理念。新的花冠保留了现有的颜色组合，金黄与纯黑相映，象征智慧与财富；红色，象征行动果敢；银白色，代表着纯洁、仁慈、美德与富足；蓝色，代表着骑士般侠义的精神。标志以铂金颜色为底色。这是27年里首次进行大手笔的标志创新，也是凯迪拉克97年来30次创新设计中的一次。



1906年



1908年



1920年



1933年

1943年

1957年

凯迪拉克标志演变过程





Chevrolet

雪佛兰 金色领结



标志释义

雪佛兰的标志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。

1910年，通用汽车公司的创始人威廉·杜兰特先生邀请声誉卓著的瑞士赛车手兼工程师路易斯·雪佛兰帮助他设计一款面向大众的汽车。1911年11月3日，雪佛兰汽车公司诞生了。第一辆雪佛兰汽车Classic Six于1912年在底特律面世。目前，雪佛兰作为通用汽车集团旗下最大的品牌，按迄今为止的累积汽车生产量计算，雪佛兰能算得上世界上最成功的汽车品牌。目前，它在美国销售排行榜上位居第一。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）。自1984年起，雪佛兰汽车已经十多次获得美国《汽车时尚》杂志年度“最佳轿车”奖。



Saturn

土星 行星轨迹

通用汽车于1990年推出了土星(Saturn)品牌，希望以该车型吸引年轻的购车者，从而更好地与日本进口汽车竞争。可惜的是，该品牌从来没有为通用赚过钱，于是在2009年年底，通用对土星进行了停产处理。



标志释义

土星的标志就是土星轨迹线，给人一种高科技、新观念、超时空的感觉，寓意土星汽车技术先进，设计超前且最具时代魅力。

Pontiac

庞蒂克 十字箭头**标志释义**

庞蒂克(PONTIAC)汽车标志由两部分组成。其字母“PONTIAC”标志取自美国密歇安州的一个地名；图形标志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。十字形标记表示“庞蒂克”是通用汽车公司的重要成员，也象征庞蒂克汽车安全可靠；箭头则代表庞蒂克的技术超前和攻关精神。

除了标志，在庞蒂克火鸟轿车车尾，还使用一只抽象化了的鸟，象征庞蒂克具有火一样的热情和高瞻远瞩的志向。

与土星一样，进入新世纪以来，庞蒂克的销量一直下滑，在金融风暴来临之际首先遭到通用的遗弃，相当可惜。





Corvette

克尔维特 两面旗帜



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标志，它沿用17世纪英国一种炮舰的名字，意为向当时风行的英国跑车挑战。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。



2003年



1953年



1978年

标志释义

克尔维特传统的标志是在椭圆内交叉嵌套着两面旗帜。那面黑白相间的旗帜，表示该车是参加公路汽车大赛的运动车，那面红色的旗帜上的蝴蝶结(十字结)，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。早期的标志上方印有“CORVETTE”的名称，而左下方的“1953”年，表示“克尔维特”车的诞生年代。不过到了20世纪80年代中期，为了突出克尔维特标志上的那两面旗帜，就将文字和外圆去掉，展现在面前的是一个简洁、明快的新“克尔维特”标志。



Chrysler



克莱斯勒 五星与飞翼

标志释义



THE NEW
CHRYSLER

克莱斯勒曾经的图形标志像一枚五角星勋章，它体现了克莱斯勒家族和公司员工们的远大理想和抱负，以及永远无止境的追求和在竞争中获胜的奋斗精神。五角星的五个部分，分别表示五大洲都在使用克莱斯勒汽车公司的汽车，克莱斯勒汽车公司的汽车遍及全世界。当戴姆勒-奔驰集团与克莱斯勒集团合并后，五角星就不再作为克莱斯勒集团的企业标志出现，克莱斯勒品牌产品也全部使用带有飞翼的克莱斯勒品牌标志，它既包含了克莱斯勒品牌的内圆形标志，又增加了一对跃跃欲飞的翅膀，象征着克莱斯勒的欣欣向荣。

创立于1925年的克莱斯勒汽车公司是美国第三大汽车公司，其创始人名叫沃尔特·克莱斯勒。

1924年，当时在通用旗下别克分部出任生产经理的沃尔特·克莱斯勒加入威廉斯·欧夫兰公司，开始生产克莱斯勒牌汽车。1925年他买下了马克斯维尔公司后组建了自己的克莱斯勒公司（Chrysler Corporation）。同年，他又组建了加拿大克莱斯勒公司（Chrysler Corporation of Canada），后来改名为克莱斯勒—加拿大（Chrysler Canada）。此后，克莱斯勒公司逐渐壮大，先后在澳大利亚、法国、英国、巴西建厂和收购当地汽车公司股权，甚至购买了意大利的玛莎拉蒂和兰博基尼，从而使自己成为了一个跨国汽车公司。在20世纪30年代它的黄金时期，它甚至曾一度超越福特。

然而，由于经营问题，克莱斯勒后来曾经两度濒于破产，多亏美国政府的干预，公司才得以生存下来。1998年5月6日，克莱斯勒与戴姆勒-奔驰汽车公司宣布签署一项总额高达380亿美元的合并协议。由此戴姆勒-克莱斯勒公司成为全球第二大汽车生产商、世界第五大汽车公司。

但是，好景不算长，2007年5月14日，戴姆勒-克莱斯勒公司宣布，将子公司克莱斯勒公司80.1%的股权出售给私人资本运营商Cerberus资本管理公司，收购价格为74亿美元。



Dodge

道奇 凶猛的公羊



第一代标志



标志释义

标志采用道奇兄弟的姓氏“Dodge”，图形标志是在一个五边形中有一羊头形象，在汽车上使用小公羊、大公羊两个标志。为什么会选择羊头作为标志呢？其主要用意在于它既表示了道奇车的强壮彪悍，又体现了道奇车朴实无华的平民倾向。

Jeep

Jeep

吉普 四驱巨人



吉普车这个名称是在第二次世界大战期间出现的。为了对付希特勒的闪电战术，美国陆军后勤部小型侦察车研制委员会向美国至少135个厂家发出承制招标，要求研制轮式1/4吨级通用车辆。最后班塔姆公司第一个制出样车送交政府审验，于是赢得首份合同。威利斯公司和福特公司基本上是抄袭班塔姆公司的样车，也揽到了合同。由于威利斯公司拿到的订单数量最多，所以通常称为威利斯万能车GPW，亦即吉普，它的全名叫“载重1/4吨的4×4指挥、侦察车”。

作为吉普的重要品牌，我们熟知的“切诺基”其实是取名自美洲印第安部族切诺基人。由于世代居住在山区，迫于生活和狩猎的需要，他们擅长在山地攀行，以此命名表示“切诺基”汽车能攀过岩石、涉过泥沙、征服任何艰难险阻。



Ford

福特 奔跑的白兔

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，并在这个领域也有较深的造诣。1911年，标志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，以博福特的欢心。

标志释义

到了今天，几经进化的福特标志仍然是蓝底白字的英文“Ford”字样，被艺术化了的“Ford”仍然形似一只活泼可爱、充满活力、美观大方的小白兔正在向前飞奔，这正象征福特汽车奔驰在世界各地，令人爱不释手。



1903年



1906年



1912年



1927年



1957年



1976年



2003年

福特标志演变过程



Mercury

水星 行星轨迹

水星品牌于1939年正式推出，定位在福特和林肯之间。其销量在1978年达到58万辆的峰值，但2009年销量仅为9.2万辆，于是在市场环境不好的情况下，在2010年福特决定停产水星，于是这个老资格品牌的生命历程只得暂告一段落。



标志释义

福特水星车系是用太阳系中的水星作为汽车的图形标志，其标志是在一个圆中有三个行星运行轨迹，很容易让人联想到福特汽车具有太空科技和超时空的创造力。



1967年首次使用的美洲狮标志



1970年使用的美洲狮标志

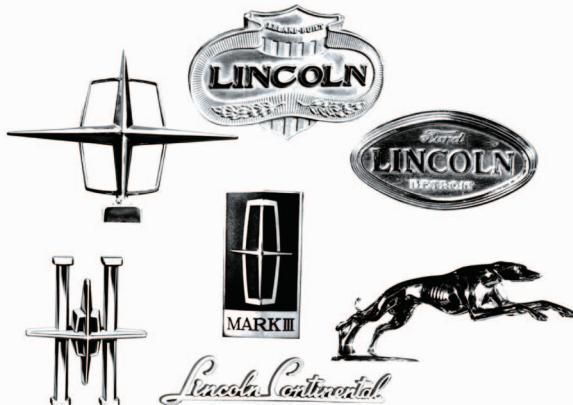


Lincoln

林肯 星光灿烂

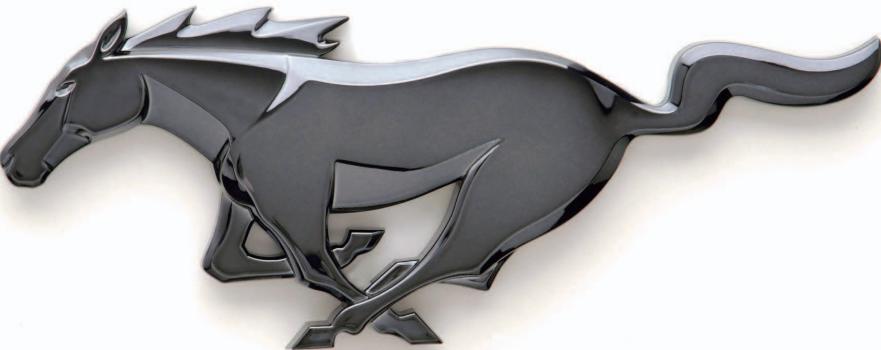
标志释义

林肯的标志是在一个矩形中含有一颗闪闪放光的星辰，表示林肯总统是美国联邦统一和废除奴隶制的启明星，也喻示林肯牌轿车星光灿烂。



林肯标志演变过程

林肯(LINCOLN)汽车是福特汽车公司拥有的第二个品牌。镶嵌在车头正中长形围绕的十字星，象征着尊严和庄重。林肯汽车公司是亨利·利兰先生于1907年创立的，1922年被福特汽车公司收购，初期以生产飞机发动机为主业。林肯是以美国第16任总统的名字阿巴拉罕·林肯命名的汽车，借助林肯总统的名字来树立公司的形象，显示该公司生产的是顶级轿车。由于林肯车杰出的性能、高雅的造型和无与伦比的舒适，自1939年美国的富兰克林·罗斯福总统以来，多次被白宫选为总统专车。林肯品牌著名的产品有“大陆”(Continental)、马克八世(Mark VIII)、城市车(Town Car)和领航员(Navigator)。当然，最“出名”的一款车是肯尼迪遇刺时乘用的林肯检阅车。



Mustang

野马 奔放的野马

野马 (Mustang) 是福特旗下的著名跑车车款。1962 年，福特开始研发了野马的第一辆概念车——野马 I 型车，它是一部发动机中置的两座跑车，为了纪念在第二次世界大战中富有传奇色彩的北美P57型“野马战斗机”，福特将这辆跑车命名为“野马”。由于其在车迷心中具有极高的地位，甚至被看成是美国文化的代表，因此福特特别为野马设计了独立标志。

标志释义

Mustang 是美国加利福尼亚洲和墨西哥出产的一种名贵的野马，以它作为标志，象征着青春洋溢、无拘无束的神韵。



HUMMER

Hummer

悍马 英雄末路



美国AMG公司以生产Hummer而扬名世界。AMG公司的创始人是一位自行车制造商乌特，1903年成立越野(Overland)汽车部。1908年，约翰·威利购买了越野汽车部，并于1912年成立威利斯—越野(Willys—Overland)汽车公司，生产威利—骑士汽车。第二次世界大战期间的1940年7月11日，美国军方向135个企业发出了研制一种轻型侦察车的招标书，条件苛刻而且时间紧，有福特等三家公司揭标，其中一家就是威利斯—越野汽车公司，生产最早期的吉普“WillysMA”。后来军方综合三家企业的产品优点，以WillysMA做基础，委托威利斯—越野汽车公司重新进行标准化设计，这种标准化车就是WillysMB。至第二次世界大战结束时，威利斯公司生产了36万辆WillysMB吉普车。

1953年，商人凯赛购买了威利斯—越野汽车公司，更名为凯赛—吉普公司。1970年美国汽车公司(后被克莱斯勒汽车公司兼并)购买了凯赛—吉普公司，又改名为吉普公司，该公司由商务汽车部和政务汽车部两个独立部门组成。1971年政务汽车部成为美国汽车公司子公司——AMG公

司。1980年AMG公司承接美国军方另一宗军车设计任务，设计出HMMWV越野军用汽车。1983年美国LTV公司从美国汽车公司手中购入AMG公司。1992年，AMG公司又转入了Renco集团。同年，借助于在海湾战争中的优异表现，第一辆民用悍马面世，即悍马越野车，立刻赢得了众多青睐。由于优异的运行性能，被业内人士誉为“越野车王”。

1999年，通用汽车公司从AMG公司取得了悍马的标志使用权和生产权，于是也就有了后来我们熟悉的悍马H2、H3。只不过，到了2009年，通用遭遇经济危机，开始出售悍马，本来有中国企业参与竞买，但终因种种原因而未能获得圆满结果，以致最后这个传奇品牌不得不宣布暂停品牌服务，也就是所谓的停产了。



八、日本篇



Toyota

丰田 三环套月

1933年，丰田喜一郎在日本爱知县丰田市创建了丰田自动织机制作所。随后，在1937年8月，他又成立了丰田汽车公司，并用自己的姓氏作为公司的名称和标志。



标志释义

早期的丰田标志是将英文名“TOYOTA”的第一个大写字母“T”镶嵌在进气格栅上，而“TOYOTA”标在车头或车尾上。20世纪90年代，丰田开始使用新标志。新标志是将三个外形近似的椭圆形巧妙地组合在一起，每个椭圆都是以两点为圆心绘制的曲线组成的，它象征用户的心与汽车厂家的心是连在一起的，相互信赖。如果发挥想象力，你就会发现大椭圆中的两个椭圆垂直交叉恰好组合成一个“T”字。“T”就代表丰田汽车公司，而大椭圆则表示全世界，中间的“T”字与外面的椭圆重叠，使“T”字最大限度地占据了椭圆空间，这其实是想喻示丰田汽车走向世界。



Nissan

1933年12月26日，由日本产业公司出资600万日元、户田铸物公司出资400万日元，成立了注册资本1000万日元的汽车制造股份公司。而后，在1934年5月30日举行的第一届定期股东大会上，汽车制造股份公司更名为日产汽车公司，同时，由日本产业公司接收了户田铸物持有的该公司全部股份，自此，后来为世界人民所熟知的日产正式成立了。

日产在历史上还有一个著名的标志是达特桑(DATSUN)，其标志是根据DATSUN的第一个字母D设计而成的。达特桑牌汽车在历史上很有名气，当时有“明治时期的人力车，大正时期的自行车，昭和时期的达特桑”之说。因此，公子牌、贵夫人牌、桂冠牌和地平线牌等轿车，在出口时都称为达特桑牌。

日产 如日中天



标志释义

日产汽车公司标志上的圆表示太阳，中间的字是“日产”两字的日语拼音形式，整个图案的意思是“以人和汽车明天为目标”。早期的图形标志是将NISSAN放在一个火红的太阳上，简明扼要地表明了公司名称，突出了所在国家的形象，这在汽车标志文化中独树一帜。





Honda

本田 永葆活力

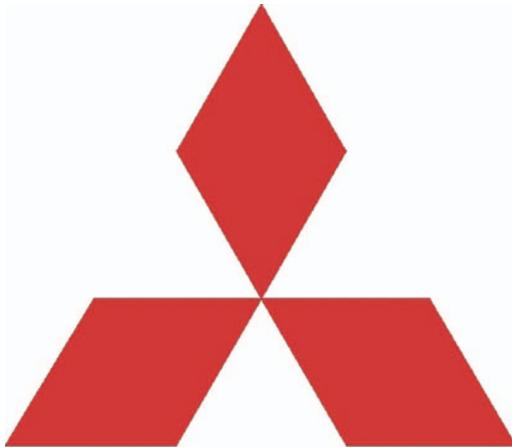
1946年本田宗一郎创建了本田技研工业公司，并用自己的姓氏作为公司的名称和标志。本田汽车的标志，是一个带方框的正体美术化的“H”字样，取用本田英文名“Honda”的第一个字母。



标志释义

1980年,为了让任何人一眼就能看出是本田的汽车,本公司开始设计标志,并专门组成了标志课题小组确定了以下几项征稿原则:首先要醒目,在10米左右距离内能看清具有本田特色的标志;其次,要体现公司的先进技术、青春活力;再次,一定要设计新颖、有深刻含意并在全世界通用;最后,还要永远使用。

经过一个月的时间,在全世界本田员工中征集到设计图案2588件。经过严格筛选,最终确定为以Honda的头一个字母“H”为标志,并于1981年5月正式启用。后来到了1991年,公司又对“H”标志进行了美化,增加了外边的等距方框,以示坚实和公司坚定的经营信念。这一标志一直沿用至今。



Mitsubishi

三菱 三片树叶



三菱的标志已有100多年的历史，从1873年三菱集团的创始人岩琦弥太郎将“99商社”改称为“三菱商会”时便开始使用。Mitsubishi Motors公司于1970年从三菱重工业公司独立出来，成为日本汽车行业中年轻的汽车制造公司。当然，三菱集团也有着生产汽车的悠久历史，他们早在1917年就在日本首次推出了成批生产的三菱A型轿车。

标志释义

是岩琦家族的家族标志“三段菱”和土佐藩主山内家族的家族标志“三柏叶”的结合。从几世纪前的三片树叶演变成今天的三个菱形，三菱的标志表达了企业原则：承担对社会的共同责任、诚实与公平以及通过贸易达致国际谅解。1917年三菱标志注册后，凡是该公司的企业一律使用这个标志。



Subaru

斯巴鲁 六连星

根据神话的记载，昴宿星团是顶天巨神阿特拉斯与普拉恩的女儿，然而，阿特拉斯是有七个女儿的，即由七颗星组成昴宿星团。但斯巴鲁的标志是六颗星，其代表着第二次世界大战后五个独立的公司一起组成了现今的斯巴鲁。斯巴鲁汽车拥有独特的技术，尤其要指出的是其水平对置发动机和全时四轮驱动系统。



标志释义

斯巴鲁 (Subaru)的六连星标志其实是以昴宿星座为原型的，它象征着组成其母公司富士重工的各个公司。





Suzuki

铃木 无限发展的 S

1909 年铃木先生在静冈县滨名郡创建了铃木的织机制作所，1954 年改称铃木汽车工业公司。公司主要生产微型轿车、轻型货车和摩托车等。从 1979 年以来，公司生产的微型汽车在日本销售量居首位。

铃木株式会社包括 7 个工厂，汽车生产集团在湖西工厂和磐田工厂，主要生产微型及小型轿车、面包车、吉普车和货车；相良工厂为汽车发动机厂；丰川工厂负责摩托车的生产；总社工厂负责摩托车发动机的制造。

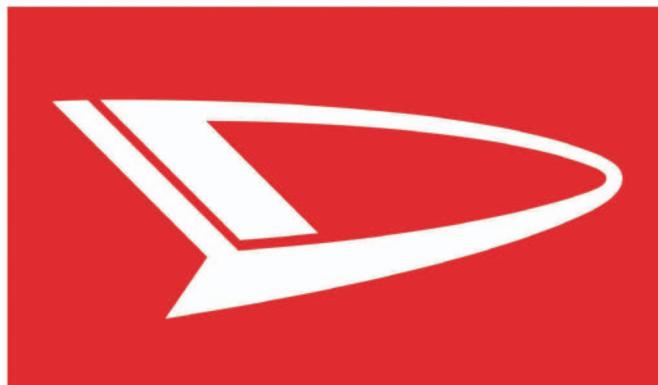
标志释义

铃木标志图案的“S”是 Suzuki 的第一个大写字母，它给人以无穷力量的感觉，象征着无限发展的铃木汽车公司。



Daihatsu

大发 青春活力



“大发”是“大阪发动机”的简称。1907年，大阪发动机制造株式会社在日本的池田大发町成立，1951年改为大发工业株式会社，是丰田集团的重要成员，主要生产微型小汽车。

公司标志图案中的“D”取自大发英文名“Daihatsu”的第一个大写字母，并将其图案美化，寓意着大发汽车公司永葆青春活力。



Mazda

马自达 飞行翅膀



马自达汽车公司原名为东洋工业公司，该公司生产的汽车用“松田”命名。“松田”是该公司创始人的名字，又因“松田”的英文名是Mazda，所以人们逐渐以车名称呼其公司名。

标志释义

马自达的标志经历了数次改变，直到1998年，马自达才开始使用现在我们所见的新标志。作为主要部分的“M”形的飞行翅膀代表着马自达飞向未来，而“M”中间又隐含了一个“V”字，代表了创造形、使命感、亲切感和灵敏性。整个标志突出了尖锐和刚毅的感觉，象征着马自达准备好了迎接未来的挑战。

Mazda
1934年



1962年



1991年

1936年



1992年



1997年

马自达标志演变过程



Lexus

雷克萨斯 L 走向世界

雷克萨斯 (Lexus) 是一个从丰田分离出来的针对北美市场的豪华车品牌。雷克萨斯的品牌名是丰田花了3.5万美元请美国一家取名公司命名的，因为Lexus 的读音与英文“豪华” (Lexu) 一词相近，使人联想到该车是豪华轿车。



标志释义

雷克萨斯汽车标志采用车名“Lexus”字母“L”的大写，“L”的外面用一个椭圆包围着。椭圆代表着地球，表示雷克萨斯轿车遍布全世界，驰骋在世界各地的道路上。



Infiniti

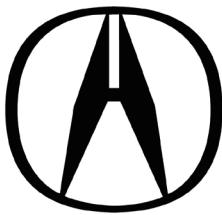
英菲尼迪 无限之路

英菲尼迪 (Infiniti) 作为日产旗下的豪华车品牌诞生于1989年，最先在美国上市。自诞生之日起，英菲尼迪便以独特前卫的设计、出色的操控表现和顶级的客户服务著称。如今英菲尼迪已拥有双门跑车、轿车、越野车和SUV等全系列车型，最近又有2006款M系列高性能运动轿车加入英菲尼迪产品家族，使其产品线更为丰富。



标志释义

英菲尼迪的椭圆形标志表现的是一条无限延伸的道路。椭圆曲线代表无限扩张之意，也象征着“全世界”；两条直线代表通往巅峰的道路，象征无尽的发展。英菲尼迪的标志和名称象征着英菲尼迪人的一种永无止境的追求，那就是创造有全球竞争力的真正的豪华车用户体验和最高的客户满意度。



Acura

讴歌 精准卡钳



讴歌(Acura)可以追溯到20世纪80年代。

1986年,为了参与北美的高档汽车市场,本田在北美创立了讴歌品牌,作为第二销售网络,开始投放高档次、运动型的产品。此后,作为包括加拿大、墨西哥在内的北美地区的高档汽车品牌,讴歌旗下产品的开发均充分迎合了北美市场的特性和喜好,因而得到市场的广泛认可。

标志释义

讴歌的标志是其英文名字首字母“A”的变形,犹如一把卡钳,象征着讴歌车型的精致做工和出色性能以及车厂对质量的执着追求。当然,它的样子也与本田汽车公司的标志“H”有相同之处。

标志释义



五十铃 (Isuzu)公司使用的标志有两次变化。最早的是取自日本伊势 (地方名)的五十铃的名字，图案象征着五十铃河的波涛滚滚向前，公司发展无限。1974 年使用双柱新标志，标志图案中的左边那根柱子象征着和用户并肩前进的五十铃公司，右边那根柱子象征着与世界各国合作发展的五十铃公司。



Isuzu

五十铃 两根顶梁柱

五十铃汽车公司成立于1937 年，是世界上最具规模及历史最悠久的商用汽车制造企业之一，其产品在世界各地都备受用户爱戴。目前，五十铃商用车及柴油发动机的产量位居世界前列。



九、韩国篇



Hyundai

现代 斜体 H

1947 年郑周永创建现代汽车公司，经过 50 多年的发展，它已成为韩国最大的汽车生产厂家，并进入世界著名汽车大公司行列。



标志释义

现代的标志是在椭圆中采用斜体字 H。H 是现代汽车公司英文名 “Hyundai”的第一个大写字母。标志中的椭圆即代表汽车的方向盘，又可以看成是地球，与其间的 H 结合在一起象征着现代汽车遍布全世界。



Kia

起亚 起于亚洲

起亚的前身是名为京城精密工业(Kyungsung Precision Industry)的自行车零部件制造小厂，成立于1944年。1952年3月还处于婴儿时期的起亚制造出韩国第一辆自行车，名为三千里号，同时公司改名为起亚工业公司。10年后的1961年，起亚终于制造出C-100摩托车，韩国的摩托车工业从此诞生。到了1971年，公司出品的Titan牌四轮车在韩国无处不见，Titan几乎成了代表所有货车的通用名。1973年，起亚又生产出韩国第一部汽油发动机，并于1974年生产出韩国第一部乘用车Brisa。后来Brisa汽车成为了韩国首列汽车出口品牌，出口中东。此外，韩国的第一台柴油机也是由起亚于1978年生产的。

起亚的名字，源自汉语，“起”代表起来，“亚”代表在亚洲。因此，起亚的意思，就是“起于东方”或“起于亚洲”。源自汉语的名字、代表亚洲崛起的含义，正反映了起亚的雄心——崛起亚洲、走向世界。

Ssangyong

双龙 双龙飞舞

双龙汽车公司(SSANG YONG Motor Company) 附属韩国双龙集团，是以制造四轮驱动汽车为主，并生产大型客车、特种车、汽车发动机及零配件的著名汽车制造企业。其前身为创立于1954 年的东亚汽车公司，1986 年10 月并入双龙集团，1988 年3 月更名为双龙汽车公司。

标志释义

双龙公司用“双龙”来命名，其标志将“SSANG YONG”中的“S”抽象成“8”字，形似“双龙”飞舞，表示“双龙”情深义重。

*Daewoo*

大宇 盛开的花朵

大宇汽车公司在其母公司大宇集团在破产后一直在巨额债务中挣扎。并且未能在最后期限内偿付对两家债权银行欠下的债务，因劳工联盟拒绝其裁员的重组计划，于2000 年11 月8 日正式宣布破产。



标志释义

大宇汽车公司使用形似地球和正在开放的花朵标志，生产的汽车也使用这个标志作为标志。大宇标志象征高速公路大动脉向未来无限延伸，表现了大宇的未来和发展意志；椭圆代表世界、宇宙；向上绽开的花朵体现了大宇家族的创造力挑战意识；中部五个蓝色的实体条纹和之间的六条白色条纹，表示大宇在众多领域无限发展的潜力；蓝色代表年青、活泼，而白色则代表同心协力和牺牲精神。整个标志表现了大宇家族的智慧、创造、挑战、牺牲的企业精神，表现出大宇集团的“儒家”风范。

十、其他亚洲国家篇



Proton

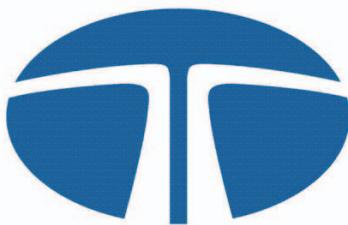
宝腾 马来虎头



成立于1983年的马来西亚宝腾公司，在科技方面先后与日本三菱公司和法国雪铁龙公司合作。1996年成功地收购了英国路特斯国际公司，进一步加强了公司的实力。后来，宝腾公司又收购底特律汽车设计中心，使公司具有独立完成从轿车开发到生产的能力，从单一的国内生产商发展成为产品款式多样、满足国内外不同需要的汽车生产商。

Tata

塔塔 高速公路



塔塔汽车是印度塔塔集团下属的子公司，成立于1945年，全球商用汽车制造商中排名十甲之内，年营业额高达20亿美元，占有印度市场59%的份额。其在1954年的时候与德国戴姆勒奔驰进行合作，1969年能够独立设计出自己的产品。商用车涵盖2~40吨的产品。1999年，塔塔进入乘用车领域，在这一市场的占有率为16%左右，最知名的是其自主开发设计的Indica和Indigo系列产品。

标志释义

塔塔汽车的标志是由高速公路组成的“T”字图案，简洁、直观。

十一、澳大利亚篇 ➔

Holden

霍顿 狮子滚球

霍顿是美国通用汽车公司旗下品牌之一。具有百年历史的霍顿公司自1856年就开始在澳大利亚从事运输及冶金用品的制造，并于从1914年开始涉足车身制造行业。1931年，霍顿和通用汽车澳大利亚分公司共同组建了“通用-霍顿汽车公司”（1994年起单独使用“霍顿汽车公司”的名称），从此成为澳大利亚汽车工业的领头羊。



标志释义

霍顿的标志是一只狮子滚球的红色圆形浮雕，其设计灵感来自一则古老传说：埃及狮子滚石头的情景启迪人类发明了车轮。



1928 年



1936 年



1948 年



1972 年

霍顿标志演变过程

十二、中国篇 ➔

奇瑞 吉祥如意



奇瑞的中文名字有这样的解释：奇，有特别的意思；瑞，有“吉祥如意”的意思，合起来就是特别吉祥如意。英文品牌释义 Chery 是英文单词 Cheery (欢呼地、兴高采烈地) 减去一个e 而来，表达了企业努力追求、永不满足现状的理念。



标志释义

奇瑞的主标志整体是英文字母CAC (Chery Automobile Corporation Limited) 的一种艺术化变形。标志中间A为一变体的“人”字，预示着公司以人为本的经营理念；徽标两边的C字向上环绕，如同人的两个臂膀，象征着一种团结和力量，环绕成地球型的椭圆状；中间的A在椭圆上方的断开处向上延伸，寓意奇瑞公司发展无穷，潜力无限，追求无限。另外，整个标志又是W和H两个字母的交叉变形设计，为“芜湖”一词的汉语拼音的声母，表示公司的生产制造地在芜湖市。



吉利 六六大顺



标志释义

吉利的主标志由椭圆和六个“6”字组成。椭圆，它象征地球，表示面向世界、走向国际化，同时因为椭圆在动态中是最稳定的，所以也暗示着吉利的事业稳如磐石；而六个“6”，取自“六六大顺”，也正是中国人讨吉利的好彩头。在配色上，标志的内圈以蔚蓝为主调，象征着广阔的天空，超越无止境，发展无止境；而外圈以深蓝为基色，象征着无垠的宇宙，超越无限，空间无限。

长城 亮剑烽火台



长城汽车的前身是长城工业公司，是一家集体所有制企业，成立于1984年，主要从事改装汽车业务。目前是中国首家在香港H股上市的民营整车汽车企业、国内规模最大的皮卡SUV专业厂。

标志释义

长城目前采用的新标志基本保持了老标志的椭圆形整体结构，由对放的字母“G”组成“W”造型，“GW”是长城汽车的英文缩写。椭圆是地球的形状，象征着长城汽车不仅要立足于中国，更蕴含着长城汽车走向世界，屹立于全球的产业梦想。新标志中间凸起的造型是古老烽火台的仰视象形，烽火台的造型元素更好地保有了“长城”的基因，而挺立的姿态酷似“强有力的剑锋和箭头”，象征着长城汽车蒸蒸日上的活力，寓意长城汽车永远争第一的企业精神。



华泰 天人合一

标志释义

华泰标志图案内部是造型方正的“U”，外部以椭圆环抱，形成外圆内方的造型，表达了华泰汽车“天人合一”的环保理念，外圆强调与大自然的和谐相处，内方则体现华泰汽车以保护环境为己任，专注于清洁能源动力的开发。

另外，因为“U”的中文谐音为优，即优秀之意，象征华泰汽车拥有前沿的理念、精湛的技术以及一流的品质。



比亚迪 简约至上



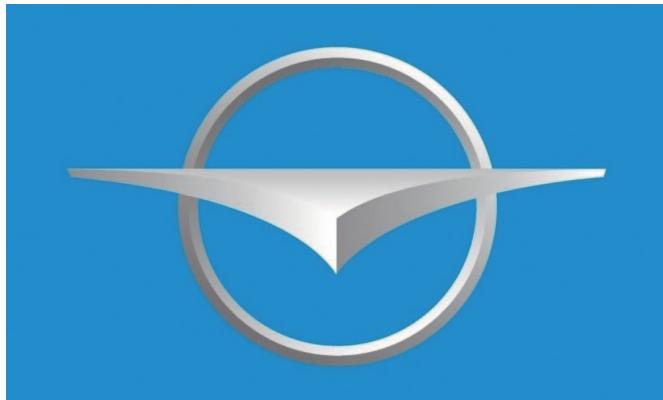
标志释义

比亚迪的新标志为椭圆形状外框中镶嵌着“BYD”的字母，即“比亚迪”汉语拼音的声母缩写，并加入了光影元素，突出了比亚迪汽车的创新、科技和企业文化精髓。



海马 鲲鹏展翅

1988 年成立的海南汽车冲压件厂是海马汽车的前身。1988 年，海南汽车冲压件厂从时局动荡的菲律宾低价购下了福特汽车与前总统马科斯个人合资的汽车工厂，这家工厂以修复原建设的方式被搬到了海口金盘工业区。1990 年的马自达处于危机之中，急于寻找和开拓新的利润空间，而海南却有一个现成的汽车工厂苦于没有产品生产，双方接触后一拍即合，准备合资生产马自达轿车。同年，海南汽车制造厂与日本马自达汽车株式会社和日本伊藤忠商事株式会社三方草签合同，成立了海南马自达汽车有限公司。然而，合资公司并没有走多远，随着合资的中断，1997 年 11 月，一汽集团和海南省政府正式签订《关于兼并海南汽车制造厂组建一汽海南汽车有限公司的协议书》。双方以国有资产无偿划拨的方式实现资产重组，成立一汽集团 100% 控股的一汽海南汽车有限公司，公司作为一汽集团在华南地区重要的生产基地，正式纳入了一汽集团和国家的统一规划。



标志释义

海马标志为一只镶嵌在圆圈上的鲲鹏，寓意为：旭日东升，鲲鹏展翅。



标志释义

荣威的标志表现出了中西方结合和典雅高贵的感觉。不论颜色还是造型，都显得比较庄重，而双立狮与华表的造型，也是中西结合的创新。其实，这双狮的意思意味着中国原来是睡狮，现在站起来，醒过来了；而中间的华表则是吉祥与和谐的象征。



华晨中华是华晨汽车集团的轿车子品牌。

标志释义

“中华”的标志是一个线条柔和饱满，设计简单大气的“中”字，颇有中国文化中“中正和谐”、“大道至简”的风韵。

上汽荣威 威武雄狮

“荣威”的中文命名融入了中国的传统元素，体现了自强不息的精神和深厚的中国文化积淀，同时也传递出一种经典、尊贵的气度。其中，“荣”有荣誉、殊荣之意，“威”含威望、威仪及尊贵地位之意。荣威合一，体现了创新殊荣、威仪四海的价值观。



中华 中正和谐





東南汽車

东南 鹏起东南

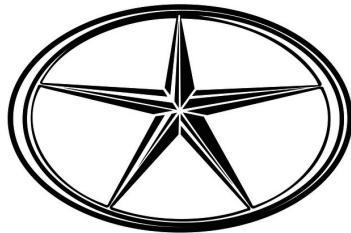
东南汽车是由福建省汽车工业集团和台湾最大的汽车企业裕隆企业集团所属的中华汽车公司合资组建而成，也是迄今为止经国家正式批准成立的最大的海峡两岸合资汽车企业。

标志释义

东南的标志为鹏鸟造型，其整体由“South”和“East”的首字母变幻组成，意指东南汽车。“鹏鸟”的头部造型设计，由东南昂首朝上，表现出振翅欲飞的态势，表现出企业旺盛、强烈的进取心及能力。椭圆造型，象征源源不断的能量感，更如一颗永远追求进步和卓越的心灵。整个“鹏鸟”造型设计，代表着王者的高贵，展现出前瞻的、跃动的、深具能量的企业风格和“鹏起东南，行诸四海”的企业理念与雄心。



江淮 造世界车



标志释义

标志由椭圆形与五针形组合而成。其中，椭圆形象征着地球，表明江淮通过“整合全球资源，造世界车”，实现全球化经营。同时，椭圆也表示有迫于外力向内收缩之势，警示江淮人在发展过程中始终清醒认识来自外部环境的持续压力与挑战，时刻保持危机意识。而五针形则体现着江淮人的自强不息，艰苦奋斗，令行禁止，学习创新的新红军精神。同时也象征着顾客、员工、股东、上下游合作伙伴及相关方的紧密协作，和谐共赢。此外，五针形也表达了江淮汽车系统思考、团队学习、协调平衡、追求卓越的企业理念。





ISBN 978-7-111-36165-7

策划编辑：李军

编辑热线：010-88379353

编辑微博：<http://weibo.com/junli1128>

地址：北京市百万庄大街22号

电话服务

社务中心：(010)88361066

销售一部：(010)68326294

销售二部：(010)88379649

读者购书热线：(010)88379203

邮政编码：100037

网络服务

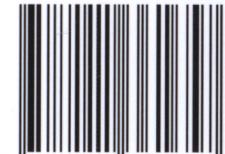
门户网站：<http://www.cmpbook.com>

教材网：<http://www.cmpedu.com>

封面无防伪标均为盗版

上架指导：汽车文化

ISBN 978-7-111-36165-7



定价：19.80 元

9 787111 361657 >