

<<汽车品牌与文化>>

图书基本信息

书名：<<汽车品牌与文化>>

13位ISBN编号：9787111239642

10位ISBN编号：7111239644

出版时间：2008-7

出版时间：机械工业出版社

作者：张发明

页数：311

字数：496000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;汽车品牌与文化&gt;&gt;

## 前言

一百多年前，极富创新精神的德国人卡尔·本茨和哥特利布·戴姆勒发明了现代意义上的汽车。从此以后，人类逐渐告别了马车时代，迎来了汽车时代。汽车的发明，是人类交通史上的重要标志，它不仅改变着人们的交通方式和时空观念，也推动了人类现代文明的进程。

汽车的广泛使用，给人们的生活带来翻天覆地的变化，同时，把世界经济的发展不断地推向新的高潮。

二十多年以前，能够拥有一辆属于自己的轿车尚属很多中国人的梦想，但随着我国汽车工业突飞猛进的发展，这个梦想正在逐步变成现实，汽车开始走入寻常百姓家。

一些汽车企业的造车理念变得那么贴近我们的生活，比如吉利汽车集团提出要造中国人买得起的好车。

正是有这么多有良知的企业为了我国汽车工业的腾飞孜孜不倦地追求，我们的汽车产品才会以令人刮目相看的速度进入我们生活的各个领域。

在汽车工业高速发展的今天，为了更好地享受汽车带给人类的文明，把汽车文明渗透到现实生活中去，人们迫切需要了解汽车品牌与汽车文化相关知识。

汽车在中国被称为轿车，自古以来，能够坐轿是人们的一个愿望，尤其是八抬大轿。汽车从其功能而言它是一个普通的代步工具，但在某些场合和时间，汽车往往又成为一种身份、地位和财富的象征。

从其所具备的特有象征意义上来说，汽车超越了普通交通工具的概念，而变成了有灵气的钢铁机器。早期昂贵的汽车，把普通老百姓拒之门外，给汽车的发展带来极大阻碍，直到福特的T型车问世，这种格局逐步改善，尤其是德国大众公司的甲壳虫的批量生产，真正地让汽车走入寻常百姓家。

随着汽车产品的不断创新，汽车品牌的创立，汽车工业的发展逐步走向集团化、规模化和现代化，汽车企业之间的强强联合、兼并重组为企业提供了很好的发展思路，取长补短的发展模式把整个汽车工业的发展推向了新的发展阶段。

汽车技术的发展也不断进步，从最初的化油器的应用，到现代汽车的电子化和未来汽车的智能化。

汽车文化的普遍意义可以理解为，在汽车设计、汽车制造、汽车消费和汽车使用过程中，依附在汽车产品上的各类物质和精神财富的全部。

比如汽车发明人和车标的故事，汽车使用过程中人们的态度，设计理念和制造理念等都属于汽车文化的范畴。

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，形成了主线明确的汽车品牌内容。

对各个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。

对在本书编写过程中提供过宝贵建议的赵开华副教授、张满林教授我表示衷心感谢。

同时还要感谢我的夫人红霞女士，是她承担了繁重的家务，照顾咿呀学语的幼子，并给予我很多支持和帮助。

另外在编写的过程中我参考了许多文献资料，并且从搜狐汽车频道、新浪汽车频道、汽车团购网、汽车点评网、全球素材网和E库素材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。

## <<汽车品牌与文化>>

### 内容概要

本书从汽车知识介绍入手，系统而全面地对世界著名汽车品牌进行了介绍，同时对汽车文化的内涵进行了全面的阐释。

在汽车起源和发展过程之中，汽车品牌与文化包含有丰富的内容，本书通过对汽车名人、车标故事、主流车型、品牌发展、设计理念、制造理念、汽车使用、赛车文化以及未来技术的详尽阐述，向读者逐一展开一幅汽车品牌与文化的巨幅画卷。

给读者朋友提供了系统的汽车相关知识，帮助读者朋友了解和掌握汽车发展历程和未来发展趋势，培养广大读者对汽车的广泛兴趣和鉴赏能力。

对于广大汽车产业从业者和汽车爱好者，本书是一本很好的普及知识读物；对于各类汽车相关专业的师生，本书是一本很好的教材和学习参考书。

## &lt;&lt;汽车品牌与文化&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一章 汽车品牌与文化概述 第一节 汽车主要知识介绍 第二节 汽车发展简介 第三节 汽车在中国 第四节 汽车文化含义阐述第二章 德国汽车品牌与文化 第一节 德国汽车工业发展概述 第二节 奔驰 第三节 宝马 第四节 大众 第五节 德国汽车文化第三章 美国汽车品牌与文化 第一节 美国汽车工业发展概述 第二节 通用 第三节 福特 第四节 克莱斯勒 第五节 美国汽车文化第四章 英国汽车品牌与文化 第一节 英国汽车工业发展概述 第二节 劳斯莱斯 第三节 捷豹 第四节 宾利 第五节 英国汽车文化第五章 法国汽车品牌与文化 第一节 法国汽车工业发展概述 第二节 标致 第三节 雪铁龙 第四节 雷诺 第五节 法国汽车文化第六章 意大利汽车品牌与文化 第一节 意大利汽车工业发展概述 第二节 菲亚特 第三节 阿尔法-罗密欧 第四节 法拉利 第五节 意大利汽车文化第七章 瑞典汽车品牌与文化 第一节 瑞典汽车工业发展概述 第二节 沃尔沃 第三节 萨博 第四节 瑞典汽车文化第八章 日本汽车品牌与文化 第一节 日本汽车工业发展概述 第二节 丰田 第三节 本田 第四节 日产 第五节 日本汽车文化第九章 韩国汽车品牌与文化 第一节 韩国汽车工业发展概述 第二节 现代 第三节 大宇 第四节 韩国汽车文化第十章 中国汽车品牌与文化 第一节 中国汽车工业发展概述 第二节 红旗 第三节 吉利 第四节 奇瑞 第五节 中国汽车文化第十一章 汽车运动 第一节 汽车运动起源和种类 第二节 卡丁车赛 第三节 一级方程式汽车赛 第四节 汽车拉力赛第十二章 汽车展览 第一节 主要车展 第二节 汽车模特第十三章 未来汽车 第一节 智能汽车 第二节 绿色环保汽车参考文献

## <<汽车品牌与文化>>

### 编辑推荐

对于广大汽车产业从业者和汽车爱好者，《汽车品牌与文化》是一本很好的普及知识读物；对于各类汽车相关专业的师生，《汽车品牌与文化》是一本很好的教材和学习参考书。

<<汽车品牌与文化>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>