

<<汽车佳话>>

图书基本信息

书名：<<汽车佳话>>

13位ISBN编号：9787121025426

10位ISBN编号：7121025426

出版时间：2006-5

出版时间：电子工业

作者：林平

页数：258

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>

<<汽车佳话>>

内容概要

本书主要介绍了世界著名汽车公司的发展历史。

世界汽车的发展历史是一部品牌发展的历史，再也没有其他商品能够像汽车这样充分展示品牌的力量了。

产品的背后是品牌，品牌的背后是文化。

任何悠久的历史 and 丰厚的文化都源自那一时代的人们和事件。

看一看这些世界著名的汽车公司是如何在漫长的岁月里树立起自己的品牌的，一个个充满传奇的故事，一段段辉煌的历史，包含着无数个永恒的经典。

书中包含250多幅图片。

希望能对读者在赏车、侃车、用车、玩车时有所帮助。

一本图文并茂的好书，一定能给读者带来享受。

汽车文化就是在汽车发明和发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总称。

汽车文化的内涵，是产品文化的发展，是交通方式的革命，是个性权力的扩张；它的核心是汽车广泛地融入我们的社会生活，影响城市和社会结构，使人们讲入了一种与汽车出现以前截然不同的生活方式。

编者以极大的热情，广泛搜集材料，不断更新内容进行整理，创作了这套《汽车文化丛书》。

本书是“汽车文化丛书”之一，主要介绍了世界著名汽车公司的发展历史。

书中包含250多幅图片。

希望能对读者在赏车、侃车、用车、玩车时有所帮助。

章节摘录

在霍希31岁时，他辞去了在卡尔·本茨开设的奔驰公司车辆制造部经理之职，迈出了实现梦想的第一步。

1899年11月14日，在莱茵河畔的科隆（Cologne）他创办了自己的公司--霍希公司（Horch & Cie），从事汽车修理。

从1901年起，霍希开始生产自己的汽车。

虽然霍希把公司设在了科隆，但他始终希望能回到他曾求学过的萨克森，因为那里才是当时德国工商业最活跃的地方。

1902年，他终于把霍希公司迁移到了萨克森州的莱辛巴赫（Reichenbach）。

1904年最终落脚茨维考市（Zwickan）。

这里是音乐家舒曼的故乡，由于丰富的褐煤矿藏，在世纪之初发展成新兴的工业城。

很快，霍希就用产品和发明展现出他的天才，树立了霍希作为汽车品牌的知名度。

霍希公司相继推出了装备2缸和4缸发动机的新车，霍希本人发明了整体铸造缸体技术，并在若干汽车比赛中亲自上阵夺取胜利。

但平地起风云，1909年6月一次发动机试验的失败，导致了霍希和霍希公司其他投资者的激烈争吵，生性桀骜的霍希一气之下离开了以他名字命名的公司。

霍希离开公司后，霍希公司紧急采取的第一个行动就是设法保护公司的法定名称不受侵犯。

为此，他们立即注册了与公司名称相关的13种商标，到1910年1月10日注册的商标数竟达26种之多，甚至连霍希的实际姓氏“A.Horch”也在注册之列。

这一行动，后来看算是有先见之明。

霍希公司在霍希本人离开后的最初一段时期内，只能生产有限的几种车型，而且在技术和设计上都未能超越其创始人。

第一次世界大战以后，专门生产飞机发动机的阿尔格斯公司（Argus Werke）与霍希公司合并组成新的霍希-韦尔克公司（Horch Werke）。

最有名的两位工程师阿诺德·佐勒（Arnold Zoller）以及后来的保罗·戴姆勒（Paul Daimler, Gottlieb Daimler的儿子），后来都被提拔为设在茨维考市的霍希-韦尔克公司的首席设计师。

霍希公司则在霍希本人离开后，由阿诺德·佐勒接替霍希的空缺。

他们倒不愧与霍希师徒一场，基本继承了霍希本人的设计思想，将霍希牌汽车定位在动力强劲、质量优异、装饰豪华的形象上。

霍希33型属于这种实践最早的成果。

第一次世界大战以后，霍希公司在制造和检测技术上的优势，逐渐确立了霍希品牌在豪华车市场上的牢固地位。

而杰出汽车工程师保罗·戴姆勒在20世纪20年代初的到来，更使霍希汽车如虎添翼。

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>