

名车历史系列之六



公路狂牛 —— 兰博基尼



拥有40年传奇的兰博基尼生来就是法拉利的敌人，也是世界上所有超级跑车的强劲对手。没有多少人可以拥有它，因为它昂贵到无可想象的地步。兰博基尼为挑战法拉利而来到人间，也许有一天它的使命会改变，但是其乖张、冷峻的性格将终生不变。

关于兰博基尼成立的故事，国内有两种说法，一种是：1916年4月28日，兰博基尼的创始人佛瑞肯·兰博基尼出生于意大利北部的费拉拉市。一天，佛瑞肯收集的4辆法拉利跑车中的法拉利250出现了故障，他心急如焚地找到法拉利跑车制造公司的服务部，却遭到冷遇。佛瑞肯被触怒了，他变卖了自己视若珍宝的4辆法拉利跑车，决心自己研造汽车与法拉利一决高下。

另一种是：当日，兰博基尼造访法拉利。喜爱戴墨镜、不多言语的法拉利，静静地听着对方细数250GT跑车是如何的优越。但是在听到兰博基尼直指变速箱的缺

点时，法拉利眼皮也不抬的回答说：“用不着制造农耕地的人，告诉我如何造车！”聚会不欢而散。兰博基尼受此一激，遂决定要争一口气，制造一部比法拉利更好、更快、更强的超级跑车。于是，兰博基尼车厂就此成立。

不过正是因为兰博基尼从一开始就以法拉利为最大敌人，才造就了它今日非凡的技术和名气。佛瑞肯·兰博基尼老先生以制造拖拉机起家，甚至生产过空调，还打过直升机的主意，如果不是意大利政府限制了他，恐怕今天兰博基尼倒不是地上跑的，而是天上飞的蛮牛。甚至对于Lamborghini的中文翻译，国内都出现多个版本——兰博基尼、林宝坚尼、兰宝坚尼……

1964年，兰博基尼推出了第一款量产车——350GT。兰博基尼350GT的外形并不出众，因为兰博基尼在车身设计方面是个外行，即使不断改进，销售业绩也并不乐

观。直到1966年2+2座的400GT出现，这种情况才得以改观。400GT以320马力的强大马力一举击败了竞争对手法拉利、玛莎拉蒂和阿斯顿马丁。

兰博基尼的两大主流车型是 Countach 和 Diablo，countach 车型是在1973年的日内瓦世界汽车博览会上首次出现。其设计师为年仅21岁的天才马塞罗·肯迪。当时该车型的推出立刻震动了汽车界。在展览会上，参观者驻足长观，流连忘返。为今后楔型汽车的造型奠定了坚实的基础。

兰博基尼-Murcielago 梦幻跑车为前不久在底特律的北美车展上展出的概念车的量产款。这台时速超过330公里的猛兽已经引起全世界无数车迷的兴趣。秉承兰博基尼跑车的传统，Murcielago Roadster 亦是以 coupe 版本为基础衍生而来，它拥有同样杰出的操控性及安全性。Murcielago Roadster 计划于2004年下半年开始生产，兰博基尼 Murcielago 12缸，6.2升

全铝引擎，最大功率为570马力/7500rpm，最大扭矩为650牛米/5400rpm，0-100公里/小时加速仅需3.8秒。

在跑车风靡的上世纪70年代，跑车款式层出不穷，如何创出自己的风格标新立异，是当时立足跑坛的唯一标尺，马塞罗·肯迪找到了突破口，他设计的兰博基尼 Countach5000S 跑车，隐藏着的前大灯使它打破传统的车型，前挡风玻璃与车头形成一个平滑的斜面，车身侧面有三个进风口，这不仅是为冷却发动机而设计，还能使车身整体造型具有强烈的雕刻感，全身上下散发着一股强烈的阳刚之气，每一条线条和棱角都显示着不羁的野性。特别是向上方打开的鸥翼式车门，给人一种超级汽车的感觉，直至二十多年后的今天，还让人感受到设计师的超前意识。这辆车被认为是汽车历史上的一座里程碑。

新车推介

2007 新款 SUV



宝马新款 X5 4.8iSUV

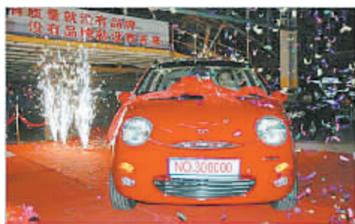


JEEP Compass



道奇新款 SUV

年销 10 万辆 QQ3 创造市场神话



2006年，两厢车市场打得最火的仍是奇瑞QQ3，这款极具黄金性价比之优势的时尚小车，凭借十多万辆的销量再举夺魁，蝉联两厢车销量冠军。回首几年来的夺冠之路，QQ3走得并不是那么平坦。低价车、退市、油耗置疑、PK 挑衅等各种谣言、风波始终缠绕着它。但面对挑衅，奇瑞QQ3永远是屡败屡战。事实证明：历经风雨后，终能见彩虹，颇有“大家风范”的奇瑞QQ3 2006年再次以惊人业绩上演了新的销量神话。年销量再次突破10万辆，12月凭借1.64万辆的成绩荣登

微轿市场销量榜首。

随着微车市场的几度火爆，许多新产品频频进入，竞争环境越来越恶劣。面对这种情况，奇瑞QQ始终本着稳扎稳打的态度做好自己的产品、服务和品牌。经过不断的升级和调整，率先提供了最适合用户需求的配置，创立了油耗、配置、价格、文化等多项标杆，引导了“高油价时代选低油耗车”的消费，提供给消费者以最低的配件价格及最完善的服务。正是凭借产品时尚、实用、节油、灵活、科技、文化等卖点，以及30万用户实际行动的支持，才有奇瑞QQ3今天再夺两厢车冠军的成功。事实证明：消费者的眼睛是雪亮的。

河南大陆作为郑州的奇瑞专营店，记者特别采访了品牌经理王琼，王经理也借助本报感谢消费者对河南大陆以及对QQ3的长期支持。并告诉记者，大陆公司目前推出了购车送价值500元的新年大礼包活动，希望顾客朋友都能过一个欢乐祥和的金猪年。

孙慧阁

“万种风情”

车灯的形状是整车外观造型中极为重要的部分。一款车所具有的表情和风格，一定程度上是由车灯表现出来的。出自优秀设计师之手的车灯，犹如车的眼睛，灵动美丽的眼神，令人魂牵梦绕。

话车灯

统一设计风格

在造型设计中，汽车的前灯与尾灯要求有统一的风格、统一的设计元素和统一的形面结合方式。比较明显的例子，如奥迪RSQ概念车的格栅与前灯和尾灯的结合方式，车身腰线

与前后灯的衔接方式，以及前后灯在整体形面上的切割方式都保持一致。



阿尔法·罗密欧 Brera 前灯和尾灯横向细长，里面圆灯的排列方式，在前脸和尾部整体造型中的位置、间隔、比例都协调一致。



传递车型文化



设计师通过车灯的造型设计向消费者传达其设计意图和车型文化。例如圆灯，造型风格复古，浓厚的家族意味在里面，用流行元素和前沿技术把传统发扬光大。

情迷装饰风

装饰化风潮在席卷了整个设计界的同时，也登陆了汽车造型设计领域。最新的氙气灯以及LED灯技术提供更加宽泛的设计组合，

彻底打破了车灯造型的传统思路。像平面构成一样肆意设计，将“罪恶”而美丽的装饰发挥得淋漓尽致。



展示流行先锋

科技飞速进步，车灯的造型也随之变化曼妙。那么，现在车坛车灯的流行元素是什么呢？看看国际各大汽车厂商在2006年、2007年的国际车展上推出的最新概念车型，答案就不言而喻了。在LED纤细身材的支持下，几乎每款新车的车灯上都能看到它的身影。细长的、装饰化的



车灯造型充分利用LED灯的特点，作为时尚先锋的符号频频登场，成为潮流趋势。



钻石首饰一样的车灯终于不再“死死”地嵌入，打破保险杠传统的分割比例，与格栅搭配得轻松随意。

JAC refine 瑞风

MPV 销量“冠军”车

现购买柴油车即送一万里油票 瑞风2.0

即日起至春节期间：
 免费四轮定位和平衡轮胎
 免费检查发动机、车身电子系统
 免费检查底盘、刹车系统
 免费添加四油两液和检查灯光系统
 工时8折优惠

河南世纪阳光汽车销售服务有限公司 招聘

瑞风销售热线：0371-63563666 60103777
 瑞鹰销售热线：0371-63563888 60103866

地址：郑东新区与元元路交叉向南50米路西（河南汽车贸易中心院内）
 专营店销售热线：0371-61908555 地址：郑东文化路128号航天大厦一楼
 中仰销售热线：0371-61210123 地址：郑东路与中博汽车厂东院内
 安阳奥世隆专营店 地址：安阳市高新区文昌大道西段 电话：0372-3667777 3668400
 许昌正通2S店销售热线：0374-5158888 地址：许昌市许由路与仓库路交叉口南