

<<巅峰之后>>

图书基本信息

书名：<<巅峰之后>>

13位ISBN编号：9787111297154

10位ISBN编号：7111297156

出版时间：2010-4

出版时间：机械工业出版社

作者：陈革

页数：197

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>

<<巅峰之后>>

内容概要

《巅峰之后:美国汽车文化透视》从多个视角介绍了美国的汽车文化,涉及美国的汽车工业、汽车品牌、交通、运输、环保、旅游、社会生活、城市规划、风景名胜、人文风情、消费理念、政府管理、法律法规,以及人们的价值观、道德观、思想理念和民族精神等,向读者展现一幅绚丽多彩的美国汽车文化画卷。

美国是一个车轮上的国家。

汽车问世一百多年来,无论是美国汽车工业的总产值,还是全美汽车的销售量和使用量都雄踞世界第一。

在汽车起源和发展过程中,汽车衍生的各种事物已经渗透到美国人生活的方方面面,使汽车文化成为美国文化的重要组成部分。

书中还分析了美国汽车产业衰退的原因,以及国际汽车产业格局的发展趋势。

此外,200余幅精美的彩色图片,使《巅峰之后:美国汽车文化透视》融知识性、可读性、趣味性于一体,对有兴趣了解美国的汽车产业、汽车文化和美国社会风情的读者具有阅读和参考价值。

<<巅峰之后>>

作者简介

陈革，重庆人，现为东华机械工程学院教授，2005年至2006年在美国佐治亚理工学院从事博士后研究。

研究方向为机械设计及理论、机电一体化。

主讲《工业产品造型设计》、《计算机辅助设计》、《机械原理与机械零件》、《微机原理及应用》等课程；主持国家自然科学基金、上海市科技公关项目、上海市科委软科学研究重点招标项目；曾获美国NTC优秀项目奖、上海市三枪杯创造发明奖、上海科技论坛青年学者论坛三等奖。

<<巅峰之后>>

书籍目录

前言第一章 今昔底特律汽车城的传奇猎奇“废墟之城”底特律的三大汽车公司底特律汽车名人的故事美国汽车工业的国际化UAW的是与非第二章 美国人眼中的汽车品牌西进运动与美国汽车商标美国人眼中的汽车品牌排名美国盗车贼最爱偷什么样的车？北美车展通用汽车公司的汽车品牌福特汽车公司的汽车品牌克莱斯勒汽车公司的汽车品牌第三章 美国汽车的设计和制造理念传统设计：大就是美！小型车设计：半途而废新能源车开发：如梦方醒汽车制造：大规模、高效率和科学管理大众消费促进汽车大规模制造“绿色浪潮”与废旧汽车的利用第四章 汽车对美国城乡格局的影响汽车影响美国的城乡格局美国的城市类型和格局《买票乘车》揭示城市公交的变迁汽车与城市规划美丽的亚特兰大现代化城市的公路交通汽车与美国的住文化流动的“家”第五章 体验美国的汽车道路美国的汽车道路迅速发展的高速公路先进的道路管理系统汽车道路——流动的风景在美国考驾驶执照完善的汽车保险汽车限速与“飙车”车祸的责任认定感受美国人的交通意识如何应对警察的违章处理？第六章 汽车与休闲美国人旅游的主要方式——自驾游美国的国家公园出游必备——驾车路线指南目录难忘的西部自驾游大峡谷的“魔鬼公路”之谜美国租车攻略廉价方便的长途交通工具——灰狗第七章 汽车改变美国社会美国的汽车大众化以车为本汽车对家庭和婚姻的影响汽车对新教的影响有趣的车体文化和警示语美国俗语中的汽车元素泊车文化美国男人爱车库GarageSale——车库商店享有特权的校车经济实惠的汽车旅馆“便利”的加油站美国的汽车维修业在美国买二手车货运集卡美国的衣着文化第八章 美国汽车文化的启示汽车的内涵与气质昔日帝国的衰退之因世界汽车产业格局的调整趋势中国能否效仿美国的汽车大众化？参考文献

<<巅峰之后>>

章节摘录

福特出生于1863年，他从小对机械充满了浓厚的兴趣。

17岁时，他独自一人到密歇根汽车制造公司上班，但福特只工作六天就辞职不干了，原因是“该公司优秀的员工需要花费好几个小时才能修复的机器，我只要30分钟就可以修好，因而其他员工对我十分不满”（福特语）。

后来，他又先后从事过机械修理、手表修理、船舶修理等工作，还到爱迪生电气公司边工作边学习电气知识。

1896年，福特研制的第一辆汽车试验成功。

1899年，福特又成功地制作出了三辆汽车，他因此在当地被公认是这一领域的杰出人物。

于是，他与别人合作成立了底特律汽车公司，并任制造部经理。

然而，由于员工都没有制造汽车的经验、零件质量不好、采购不及时，常常延误工作，高成本制造出的汽车无法销出，所以制造了20辆汽车以后，公司就关门了。

1901年，福特在商人们的支持下，他又成立了第二个汽车公司。

可是批量生产汽车所需的技术完全不同于开发新车，当投资者发现他只热心于将金钱花在研制一种无法销售的高价赛车上时，毫不客气地将其赶出了厂门。

这样，福特第二次办汽车厂也以失败而告终。

两次失败经历没将福特吓倒，他不断改进汽车结构，并自驾赛车四处表演。

由于经常获得各种比赛的胜利，他一跃进而成为“全美一流的汽车司机”，并被新闻界誉为“速度之魔”。

1903年，福特按股份制模式成立了汽车公司，尽管公司只有10位雇员，但他们却制造了性能稳定的A型汽车，在不到一年时间内就销出650辆。

第三年，A型车月产量达到360辆，福特汽车公司成为全底特律最为忙碌的工厂。

1906年，物美价廉的N型车问世，加之随后推出的R型、s型等车，两年之内共售出8000多辆。

1908年秋，令人瞩目的T型车隆重问世了。

T型车的各种零件首次被设计成统一规格，实现了总成互换；在大型总装车间，流水线装配法被发展成为由机械传送带运送零件和工具，极大地提高了工作效率；采用低定价的销售策略，使大多数人都能购买得起；提供充足的零部件和及时的售后服务，消除了用户的后顾之忧；大幅度提高工人工资，以求提高工作效率、降低生产成本。

T型车即使福特获得了巨大的成功，也成了普通民众的交通工具，改变了人们的生活方式、思维方式和娱乐方式，将人类带入了汽车时代。

20世纪20年代后期，“美国开始形成了一个巨大的旧车市场，大批质量不错的二手车只需几十美元即可买到，这对“价廉物美”的T型车造成极大冲击。

同时，由斯隆领导的通用汽车公司生产出了许多时髦多样、先进豪华的汽车，满足了不同阶层的需求，也对T型车形成了竞争压力。

1927年，顽固的福特不得不让心爱的黑色T型车死亡，整个公司停产一年转产新的A型车。

由于转产组织匆忙、耗资巨大，加之接踵而来的经济大萧条的影响，福特汽车公司元气大伤，整个30年代都未能恢复，分别被通用(1927年)和克莱斯勒(1936年)超过。

后来经过全公司员工的拼力追赶，才算在“全国第二”的位置上站稳脚跟。

.....

<<巅峰之后>>

编辑推荐

汽车是美国人的朋友、亲人、爱人和情人，是美国人居室的扩展和延伸。

传统的美国汽车不计油耗，极尽宽大奢华，彪悍如悍马，狂野如JEEP，奢华如林肯。

幅员辽阔的美利坚大地，廉价的石油消费，纵横交错的高速公路网，是美国社会汽车文化的沃土

。性情粗犷、崇尚自由的美国人一旦依附于汽车，就拥有了相当的自由和自主，穿州过府，万里闯荡，就成了美国人生活的重要构成。

美国的汽车文化代表的是美国社会个人至上的价值观和资本主义的高效率精神。

美国汽车产业的衰退之因：过分依赖汽车金融，忽视核心业务；汽车企业战略失策：汽车企业被高福利所累。

<<巅峰之后>>

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>