

## 内容目录

第一章 前言 .....	3
第二章 2023-2028 年汽车设计市场前景及趋势预测 .....	4
第一节 汽车设计行业监管情况及主要政策法规 .....	4
一、行业主管部门及监管体制 .....	4
二、行业的主要法律法规及政策 .....	4
第二节 汽车设计行业主要壁垒 .....	7
一、技术体系壁垒 .....	7
二、人才储备壁垒 .....	8
三、客户粘性壁垒 .....	8
四、资金壁垒 .....	8
第三节 2022-2023 年中国汽车设计行业发展情况分析 .....	8
一、汽车设计行业概述 .....	8
二、汽车设计行业发展情况分析 .....	9
(1) 全球汽车设计行业概况 .....	9
(2) 中国汽车设计行业概况 .....	10
二、汽车工业发展现状与趋势 .....	11
(1) 全球汽车工业发展概况 .....	11
(2) 全球新能源汽车发展概况 .....	12
(3) 中国汽车行业 .....	13
第四节 2022-2023 年我国汽车设计行业竞争格局分析 .....	22
一、行业总体竞争格局 .....	22
二、国内独立汽车设计公司竞争格局 .....	23
三、行业内的主要企业 .....	24
第五节 企业案例分析：上海龙创汽车设计股份有限公司 .....	24
一、公司的行业地位 .....	24
二、公司的竞争优势 .....	26
三、公司的竞争劣势 .....	30
四、与同行业可比公司比较情况 .....	31
第六节 2023-2028 年我国汽车设计行业发展前景及趋势预测 .....	32
一、汽车设计行业发展趋势 .....	32
(1) 新能源汽车设计市场持续扩大 .....	32
(2) 汽车设计愈加重视智能网联化、个性化 .....	32
(3) 汽车设计周期要求更高 .....	33
(4) 汽车设计行业将更具规模化，市场份额向龙头企业集中 .....	33
二、汽车行业发展趋势 .....	33
(1) 新能源汽车渗透率稳步提升 .....	33
(2) 汽车智能网联化及安全驾驶的稳步发展 .....	34
(3) 新车上市速度加快 .....	34
第七节 2023-2028 年我国汽车设计行业面临的机遇与挑战 .....	34
一、行业面临的机遇 .....	34

(1) 宏观经济发展平稳, 居民可支配收入持续增长, 社会消费恢复 .....	35
(2) 我国政策支持新能源汽车行业, 将推动汽车设计行业的发展 .....	35
(3) 市场的需求多样化推动汽车设计的发展 .....	35
(4) 汽车设计技术服务商不断得到下游行业的认可 .....	36
(5) 国潮为中国自主品牌汽车赋能 .....	36
二、行业面临的挑战 .....	36
(1) 行业高端技术设计人才紧缺 .....	36
(2) 国内汽车设计企业规模小 .....	36
(3) 受国外设计公司品牌惯性影响 .....	37
<b>第三章 汽车设计企业如何通过价值溢价实现新一轮增长策略 .....</b>	<b>37</b>
第一节 价值溢价引领企业新一轮增长 .....	37
一、高成本让企业陷入品牌迷思 .....	37
二、价值溢价引领企业新一轮增长 .....	38
三、疫情加速企业价值回归 .....	39
第二节 打造品牌溢价能力的策略 .....	40
一、什么是品牌溢价 .....	40
二、研究品牌溢价的意义 .....	40
三、影响品牌溢价大小的因素 .....	41
四、打造品牌溢价能力的策略 .....	42
(1) 塑造大品牌与业内领先地位的形象 .....	43
(2) 提高品质, 加强品质管制是提高品牌溢价能力的基础 .....	43
(3) 注重产品(服务)的创新, 是品牌溢价能力提高的动力 .....	44
(4) 赋予品牌高档感、高价值感 .....	44
(5) 保持高价格 .....	44
(6) 有效标识出高中低价格的不同产品 .....	45
第三节 品牌的高溢价从何而来? .....	46
一、从科学管理到品牌战略 .....	46
二、品牌三角模型 .....	47
三、缔造连锁品牌的高溢价 .....	48
第四节 实现品牌定位溢价的 brand 战略 .....	49
一、确定我是谁? .....	49
二、确定我要成为谁? .....	49
三、确定我为谁服务? .....	50
(1) 消费者定位 .....	50
(2) 选址定位 .....	50
(3) 价格定位 .....	50
(4) 文化内涵定位 .....	50
第五节 品牌定位带来的好处 .....	50
一、有助于突破互联网 .....	50
二、创造市场差异化市场上 .....	51
三、优先选择您的产品和服务 .....	51
四、传递企业价值 .....	51
<b>第四章 汽车设计企业《通过价值溢价实现增长策略》制定手册 .....</b>	<b>51</b>
第一节 动员与组织 .....	51

一、动员 .....	51
二、组织 .....	52
第二节 学习与研究 .....	53
一、学习方案 .....	53
二、研究方案 .....	53
第三节 制定前准备 .....	54
一、制定原则 .....	54
二、注意事项 .....	55
三、有效战略的关键点 .....	56
第四节 战略组成与制定流程 .....	59
一、战略结构组成 .....	59
二、战略制定流程 .....	59
第五节 具体方案制定 .....	60
一、具体方案制定 .....	60
二、配套方案制定 .....	63
<b>第五章 汽车设计企业《通过价值溢价实现增长策略》实施手册 .....</b>	<b>63</b>
第一节 培训与实施准备 .....	63
第二节 试运行与正式实施 .....	64
一、试运行与正式实施 .....	64
二、实施方案 .....	64
第三节 构建执行与推进体系 .....	65
第四节 增强实施保障能力 .....	66
第五节 动态管理与完善 .....	66
第六节 战略评估、考核与审计 .....	67
<b>第六章 总结：商业自是有胜算 .....</b>	<b>67</b>

## 第一章 前言

疫情下，有企业不堪重负，也有企业逆势上扬。这些逆势上扬的企业都有一个共同点：加深对品牌价值的挖掘，拉长企业发展的战略周期。未来，随着这样的企业逐渐占据市场话语权，市场格局也可能再次发生改变。

那么，企业如何通过价值溢价引领新一轮增长？

连锁品牌的高溢价从何而来？

如何制定品牌溢价的品牌战略？

下面，我们先从汽车设计行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这为您经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力

的保证。

## 第二章 2023-2028 年汽车设计市场前景及趋势预测

### 第一节 汽车设计行业监管情况及主要政策法规

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），汽车设计所处行业为专业技术服务业（M74）。

#### 一、行业主管部门及监管体制

汽车设计行业所属主管部门为国家工业和信息化部。

国家工业和信息化部是根据 2008 年 3 月 11 日公布的国务院机构改革方案组建的国务院直属部门。其主要职责包括：拟制定并实施行业规划、产业政策和标准，提出新型工业化发展战略和政策，推动重大技术装备的自主创新和进一步发展；制定行业相关的法律法规和行业规范标准，并监测行业日常运行，指导行业质量管理；推进产业结构战略性调整和优化升级，推进信息化和工业化融合；统筹推进国家信息化工作，组织制定相关政策并协调信息化建设中的重大问题。

此外，汽车设计行业受多个自律组织的指导，包括中国汽车工业协会、中国工业设计协会等。

中国汽车工业协会是在中国境内从事汽车、摩托车、零部件及汽车相关行业生产经营活动的企业事业单位和团体，在平等、自愿基础上依法组成的全国性工业行业协会。其主要职能为政策研究、信息服务、标准制定、贸易协调、行业自律、会展服务、国际交流、行业培训等。调查研究汽车行业经济运行、技术进步、资产重组等方面的情况，为政府制定汽车产业发展政策、技术政策、行业发展规划、法律、标准法规及行业发展方向等提供建议和服务；对与汽车行业发展有关的技术经济政策、贸易政策和法律、标准法规的贯彻进行跟踪研究，及时向政府部门反映汽车行业和企业的意见和要求。

中国工业设计协会是中国国家级工业设计行业协会，由中国从事工业设计及相关行业领域的企事业单位、社会团体和工作者，以及支持设计创新事业的企业家和活动家自愿结成的行业性、学术性、全国性的非营利性社会组织。主要工作有：组织并研究工业设计的发展战略、探索发展方向、提出发展政策措施和建议、承担编写行业标准和指导意见等。

#### 二、行业的主要法律法规及政策

具体情况如下表所示：

颁布时间	政策	颁布部门	相关内容
2022年6月	《科技支撑碳达峰碳中和实施方案(2022-2030年)》	科技部、国家发展改革委、工业和信息化部等9部	促进交通领域绿色化、电气化和智能化。力争到2030年,动力电池、驱动电机、车用操作系统等关键技术取得重大突破,新能源汽车安全水平全面提升,纯电动乘用车新车平均电耗大幅下降。
2022年1月	《国家发展改革委、国家能源局关于印发<“十四五”现代能源体系规划>的通知》	国家发展改革委、国家能源局	积极推动新能源汽车在城市公交等领域应用,到2025年,新能源汽车新车销量占比达到20%左右。优化充电基础设施布局,全面推动车桩协同发展,推进电动汽车与智能电网间的能量和信息双向互动,开展光、储、充、换相结合的新型充电场站试点示范。
2022年1月	《国家发展改革委、国家能源局关于完善能源绿色低碳转型体制机制和政策措施的意见》	国家发展改革委、国家能源局	对交通供能场站布局和建设在土地空间等方面予以支持,开展多能融合交通供能场站建设,推进新能源汽车与电网能量互动试点示范,推动车桩、船岸协同发展。对利用铁路沿线、高速公路服务区等建设新能源设施的,鼓励对同一省级区域内的项目统一规划、统一实施、统一核准。
2021年9月	《中共中央国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》	中共中央、国务院	大力发展绿色低碳产业。加快发展新一代信息技术、生物技术、新能源、新材料、高端装备、新能源汽车、绿色环保以及航空航天、海洋装备等战略性新兴产业。建设绿色制造体系。推动互联网、大数据、人工智能、第五代移动通信(5G)等新兴技术与绿色低碳产业深度融合。
2021年7月	《工业和信息化部关于加强智能网联汽车生产企业及产品准入管理的意见》	工业和信息化部	落实立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展的要求,压实企业主体责任,加强汽车数据安全、网络安全、软件升级、功能安全和预期功能安全管理,保证产品质量和生产一致性,推动智能网联汽车产业高质量发展。
2020年12月	《财政部、工业和信息化部、科技部、发展改革委关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》	财政部、工业和信息化部、科技部、发展改革委	为支持新能源汽车产业高质量发展,促进新能源汽车消费,将新能源汽车推广应用财政补贴政策实施期限延长至2022年底,并提前明确2021年、2022年新能源汽车购置补贴退坡幅度,稳定市场预期。



颁布时间	政策	颁布部门	相关内容
2020年10月	《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》	国务院	坚持电动化、网联化、智能化发展方向，深入实施发展新能源汽车国家战略，以融合创新为重点，突破关键核心技术，提升产业基础能力，构建新型产业生态，完善基础设施体系，优化产业发展环境，推动我国新能源汽车产业高质量可持续发展，加快建设汽车强国。
2020年10月	《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》	中国共产党第十九届中央委员会	发展战略性新兴产业。加快壮大新一代信息技术、生物技术、新能源、新材料、高端装备、新能源汽车、绿色环保以及航空航天、海洋装备等产业。
2020年7月	《关于修改〈新能源汽车生产企业及产品准入管理规定〉的决定》	工业和信息化部	新的准入规定删除了申请新能源汽车生产企业准入有关“设计开发能力”的要求；将工信部特别公示的新能源汽车生产企业停止生产的时间由12个月调整为24个月；删除有关新能源汽车生产企业申请准入的过渡期临时条款。
2020年6月	《关于修改〈乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法〉的决定》	工业和信息化部、财政部、商务部等5部委	新增了2021-2023年度新能源汽车积分比例考核要求，分别为14%、16%、18%；修改了新能源汽车乘用车车型积分计算方法；更新了小规模企业油耗积分核算优惠措施；新增了低油耗乘用车在新能源汽车积分达标值核算时的优惠条款；建立了传统能源乘用车燃料消耗量和新能源汽车积分结转的关联措施。

2020年2月	《智能汽车创新发展战略》	国家发展改革委、中央网信办、科技部等11部委	到2025年，中国标准智能汽车的技术创新、产业生态、基础设施、法规标准、产品监管和网络安全体系基本形成。实现有条件自动驾驶的智能汽车达到规模化生产，实现高度自动驾驶的智能汽车在特定环境下市场化应用。展望2035到2050年，中国标准智能汽车体系全面建成、更加完善。
2018年12月	《汽车产业投资管理规定》	国家发改委	科学规划新能源汽车产业布局，鼓励现有传统燃油汽车企业加大资金投入，调整产品结构，发展新能源汽车产品。支持社会资本投资新能源汽车、智能汽车等，支持国有汽车企业与其他各类企业开展混合所有制改革。
2017年11月	《关于全面深入推进绿色交通发展的意见》	交通运输部	推广应用新能源和清洁能源车船。在港口和机场服务、城市公交、出租汽车、城市物流配送、汽车租赁、邮政快递等领域优先使用新能源汽车，加大天然气等清洁燃料车船推广应用。
2017年4月	《汽车产业中长期发展规划》	工业和信息化部、国家发改委、科技部	推进汽车产业供给侧结构性改革，调控总量、优化结构、协同创新、转型升级。以加强法制化建设、推动行业内外协同创新为导向，优化产业发展环境；以新能源汽车和智能网联汽车为突破口，引领产业转型升级；以做强做大中国品牌汽车为中心，培育具有国际竞争力的企业集；以“一带一路”建设为契机，推动全球布局和产业体系国际化。控总量、优环境、提品质、创品牌、促转型、增效益，推动汽车产业发展由规模速度型向质量效益型转变，实现由汽车大国向汽车强国

颁布时间	政策	颁布部门	相关内容
			转变。
2017年2月	《促进汽车动力电池产业发展行动方案》	工业和信息化部、国家发改委、科技部、财政部	落实新能源汽车发展战略目标，发挥企业主体作用，加大政策扶持力度，完善协同创新体系，突破关键核心技术，加快形成具有国际竞争力的动力电池产业体系。持续提升现有产品的性能质量和安全性，进一步降低成本，2018年前保障高品质动力电池供应；大力推进新型锂离子动力电池研发和产业化，2020年实现大规模应用；着力加强新体系动力电池基础研究，2025年实现技术变革和开发测试。

## 第二节 汽车设计行业主要壁垒

### 一、技术体系壁垒

汽车设计是一个包含多种复杂学科的行业，其涵盖了人机工程、机械设计理论、工程数学、工

程力学、热力学、流体力学和空气动力学等。同时，汽车设计业务内容包括车型研究、造型设计、工程设计、整车集成、试验及验证工程和同步工程等专业化的领域，整车开发的难度大、技术要求高、供应链管理复杂，独立汽车设计公司需要经过长时间的实践经验积累和汽车设计能力的创新，才能够使得自身的行业竞争力得到稳固和提升，而先行进入此行业的公司已经建立了充足的数据库资源、完善的业务管理机制、全面的设计开发体系，构成了进入此行业的技术壁垒。

## 二、人才储备壁垒

汽车设计行业是一个融合了美学、多种复杂学科和专业设计技术的领域。在项目的开发和执行的过程之中，要求设计师具备专业的理论知识、较为先进的设计理念和充足的实操经验。国内汽车设计行业发展时间较短，高端的设计人才培养周期长、成本高。因此，优秀的设计人才属于行业的稀缺资源，需要在企业长期的发展历程中不断培养和储备。新进入此行业的公司在人才储备方面具有天然的劣势，不利于市场份额的获取，所以构成行业的人才储备壁垒。

## 三、客户粘性壁垒

汽车主机厂是否能够在市场上获得市场份额和竞争优势，其中部分取决于汽车设计公司提供的设计研发服务的水平和影响力，所以优秀的汽车设计公司通常会得到汽车主机厂的青睐和长期合作的意愿。汽车主机厂不仅可以在合作的同时享受其产生的协同效应，而且可以有效的减少更换设计公司所带来的巨大沟通成本。较早进入汽车设计行业的公司，通过长期技术能力和创新能力的积累，获得了较高的行业知名度和信誉度，使其具备了较强的竞争优势。

## 四、资金壁垒

汽车设计公司如果想要在本行业具有较强的竞争优势，需要具备较为全面的设计开发流程和过硬的服务能力。这需要公司拥有专业的开发软硬件、合格的测试设备和试验场地，以及稳定的专业技术服务团队。以上因素决定了进入汽车设计行业需要充足的资金作为基础，并以此为支持得到汽车主机厂的信赖和长期合作意向。因此，资金壁垒是此行业的主要限制因素之一。

### 第三节 2022-2023 年中国汽车设计行业发展情况分析

#### 一、汽车设计行业概述

汽车设计是一门涉及汽车外观美术设计、工程学、材料学、空气动力学以及人体工程学等范畴的专门行业。汽车造型设计作为车身设计总体构思的必要前提和基础，其主要关注于汽车外观视觉的开发，通过对于客户群体需求的分析和市场的调研，充分融入人文、法律法规、成本效益等因素，参与产品概念的创造。因此汽车设计是艺术、文化和科学技术等方面完美融合的体现。



汽车设计主要通过计算机辅助设计（CAD）、计算机辅助工程（CAE）等方式，大幅提升汽车研发设计的能力，优化产品的结构与性能，实现降本增效的目的。同时从业公司需要根据可行性分析，结合用户需求、市场情况、技术条件、工艺设计、成本核算等，预测产品是否符合规定，是否符合生产厂家的技术和工艺能力的要求，是否有利于国民经济和企业的发展。

汽车设计行业是汽车工业产业链的上游环节，其发展和汽车主机厂的发展息息相关。汽车工业的发展决定了汽车设计行业的发展前景，同时汽车设计行业的创新产品也会影响汽车工业的销售市场。

## 二、汽车设计行业发展情况分析

### （1）全球汽车设计行业概况

19世纪七八十年代，第二次工业革命正在西方各国如火如荼的进行之中，在此期间，以煤气和汽油为燃料的内燃机相继诞生，此项历史性发明解决了交通工具的发动机问题。1885年，德国的卡尔·弗里特立奇·本茨等人成功的创造出世界上第一台乘用车，并引领了全球汽车工业发展的开端。

汽车诞生之初，机械结构、汽车性能处在突飞猛进的发展阶段，属于更高需求层次的美学设计还没得到人们的重视。许多汽车公司更像是制造底盘的公司。然而随着时代的发展和消费者的需求，汽车设计这一概念逐渐产生，人们的关注点从汽车的动力转向外形和舒适度。这一需求使得通用集团主席阿尔弗雷德·斯隆在1927年建立了世界上第一个企业内部的设计部门—艺术与色彩工作部，并由哈利厄尔担任总设计师。秉持着“设计”和“科技”同等重要的理念，通用集团成长为了全球前列的汽车制造企业。

进入20世纪30年代，随着航空技术的不断发展和成熟，空气动力学被作为一门独立的学科进行更深入的研究学习，研究成果也开始被引用到汽车造型设计之中。从流线型设计的甲壳虫车型汽车，到商业化的船型汽车、符合空气动力学的楔形汽车、实用主义的紧凑型汽车，再到如今的多元化用途的复合型轿车，每一种车身外形的出现，都不是某一时代单纯工业设计的产物，而是伴随着现代空气动力学技术的进步而发展的。

1980-1990年代汽车设计业的突出特点是日本汽车工业的繁荣。当时，日本汽车工业主导着技术发展的步伐和汽车设计的成熟度，以及美学和技术、工业创新设计方法和汽车设计过程的变化。现在“设计理念”、“设计目标”、“设计导向”三个词已经成为根据消费者情况定制设计项目的相关词汇，将根据市场逻辑制定一系列备选方案。从“概念化”和典型的后现代一般定义到21世纪的前20年，全球化和去中心化制造成为时代主题。因此，从科技、车型、形态创新等方面开始形成对汽车的新认识。

从汽车诞生至今，汽车设计的发展是时代发展和审美趋势的诠释，它既展现了时代的时尚印

记，还是一代代人对于审美的追求与向往。随着科技的蓬勃发展和个性化彰显日益受到重视，汽车设计行业也在不断地追求卓越和进一步的变革。汽车设计行业跳脱了美国这一发源地，并在欧洲被发扬光大，给世界范围都带来了深远的影响。目前，具有较高知名度的主流汽车设计公司有意大利设计（Italdesign）、宾尼法利纳（Pininfarina）、博通（Bertone）、意柯那（ICONA）、爱达克（EDAG）、麦格纳（Magna），以及莲花（LOTUS）等公司。随着全球新兴汽车市场的兴起，这些高质量技术服务设计公司，对国内的汽车设计行业有潜移默化的影响。

## （2）中国汽车设计行业概况

汽车设计的发展与汽车产业的发展有着紧密的关系，中国的汽车行业经历了成立、摸索和创造三个重要的发展阶段。汽车设计行业在汽车行业的发展过程中孕育而生，并且经历了萌芽、借鉴和创新三次成长的蜕变。在我国汽车工业发展初期，由于我国经济发展落后，工业技术研发水平、生产能力较为薄弱，汽车工业发展缓慢。这一时期，我国汽车以载货车为主导，汽车设计开发工作主要在汽车制造厂商内部进行，中国第一辆卡车和轿车分别是在 1956 年和 1958 年由第一汽车制造厂生产的“解放牌”卡车和“东风牌”轿车。这个阶段并没有产生汽车设计的概念，尚未出现独立的汽车设计公司，但是随着中国掌握了独立制造汽车的能力后，汽车设计的萌芽开始慢慢生长。

在 1978 年提出改革开放之后，中国汽车迎来了新的发展，进入了开放合作、加速变革的阶段。北京吉普、上海大众、广州标致等合资公司陆续成立。合资车企时代的到来，对中国汽车设计师的发展奠定了一定的基础，这一阶段中国汽车设计师主要是在与合资企业合作中学习成长。进入 21 世纪以后，随着中国汽车行业对自主知识产权重视程度的日益提高，专门的汽车设计开发服务逐渐起步。在 2001 年加入世界贸易组织之后，我国的汽车设计技术得到了更多国外先进技术和理念的冲洗，进一步提升了自主创新能力。随着中国经济快速发展，人民生活水平不断提高，汽车凭借其自身的便利性在中国市场得到蓬勃发展，汽车设计开发行业也随之得到发展。

在我国汽车产业规模发展到一定程度时，各大汽车厂商为了扩大市场份额，开始针对各细分市场开发新车型，并陆续针对年轻消费群体开发造型新颖、炫酷的车型。汽车市场产生了大量的汽车设计需求，为我国汽车设计行业的迅速发展奠定了良好基础。在这一阶段，中国汽车产业由大变强，不断探索新兴市场、驱动创新、打造高端化和国际化的品牌竞争力。中国汽车的设计氛围越来越浓，设计理念越来越新，产品定位越来越清楚，且辨识度越来越高。中国汽车设计的自信表现为，在设计中融入更多的中国元素，以及品牌特有的家族语言和家族特征，例如：比亚迪的“王朝”系列车型、广汽传祺的“凌云翼”前脸设计、吉利的“水滴涟漪”中网设计，以及哈佛 H6 的国潮版等。在这一阶段，汽车产业开始由传统燃油车慢慢向新能源汽车更新换代，中国汽车产业抓住这个关键转换时点，加大对于新兴市场潜力的发掘，不断投入资源研究开发新的技术，对新能源汽车市场的迅猛发展具有深远的影响力。2015 年前后，随着一系列支持性国家政策的出台，一批新能源汽车制造企业陆续成立，其中具有代表性的企业有蔚来汽车、小鹏汽车、哪吒汽车等数十个国产新能源汽车品牌。新能源汽车的发展不仅带来了汽车技术革命，在汽车造型设计上也更能凸显与国际接轨的特征，时尚、年轻、黑科技得到了完美的体现。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/658132052066006071>