

2018年中国汽车设计行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国汽车设计行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/342700342700.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

1、行业概况

汽车设计是在进行充分的市场调研和客户需求分析的前提下，以机械设计理论为基础，综合考虑汽车结构特点、使用条件以及大批量生产等情况，运用多种理论和技术手段对汽车产品进行定义、分析、构造和验证并最终确定汽车生产技术方案的一项系统工程。汽车设计是技术与艺术的结合，综合反映了消费者需求、时代技术以及社会环境的发展状况。

汽车工业是国家的战略性支柱产业，汽车设计水平是国家汽车工业发展水平的综合体现。随着汽车工业的不断发展和消费者需求的不断变化，汽车设计行业已发展成为融合工程数学、工程力学、热力学、流体力学、材料学、工业电子学、人机工程学、工业美学、机械制图、制造工艺学等多种学科的知识密集型和技术密集型行业。

2、世界汽车设计的发展

汽车设计的发展与汽车制造业的发展是相辅相成、相互促进的过程。汽车制造业要求汽车设计机构能够设计出满足生产工艺要求和消费者需求的产品；而优秀的汽车设计方案能够引导消费潮流，创造消费需求，促进汽车制造业的进一步发展。

1886年世界诞生了第一辆汽车，当时汽车主要以手工作坊的方式进行生产，制造成本高昂，汽车成为身份与地位的象征，主要供上流社会使用。1913年，亨利福特发明了流水线生产方式，汽车的制造成本迅速降低，并逐步成为大众消费品。随着汽车成为大众消费品，消费者的多样化需求促使汽车厂商在汽车设计领域投入更多的资源和精力。1927年，美国通用汽车公司建立“色彩与艺术部”，并通过借鉴服装潮流更替的理念，有规律地对车型进行更新换代，取得了巨大的成功，从此现代汽车设计的理念逐步被世界各大汽车厂商所接受并形成多元化发展的格局，极大地推动了世界汽车产业的发展。世界范围的汽车设计发展呈现以下特点和趋势：

(1) 设计风格多样化

就设计风格而言，由于不同国家和地区的消费者对于汽车的认知和消费理念不同，汽车设计在不同国家和厂家间呈现出不同的风格。美国汽车强调宽敞舒适、豪华气派，车身线条粗犷，强劲有力；德国汽车则体现出精细严谨的造车理念，强调汽车的机械性能和坚固耐用；北欧国家的汽车体现出简约自然的风格；英国汽车体现出独特的英伦古典及贵族气质；

法国汽车个性鲜明，不入俗流，浪漫主义色彩浓厚；意大利汽车则体现出意大利人对于美学的独到见解，设计师对于车身比例及直线与曲线的运用恰到好处，热烈奔放，充满艺术气息；日本、韩国的汽车则更强调汽车的科技感和实用性，通过改善燃油经济性和增加舒适性配置来提高整车的性价比。

随着国际汽车产业的发展及消费者需求的不断变化，汽车已不仅仅是一种交通工具，而是被人们赋予更多的情感因素，用于表达人们的价值观和生活态度。汽车厂商在满足节能、环保、安全、舒适等性能要求的基础上，更加重视汽车文化内涵和品牌精神的表达和传承，同一品牌的汽车在外观设计上保持高度一致的家族特点和基因属性，展现出不同品牌所代表的价值观及生活态度，以满足消费者的多样化需求。

（2）设计手段现代化

就设计手段而言，汽车设计经历了直觉设计阶段、经验设计阶段、半理论半经验设计阶段和现代设计阶段。

在直觉设计阶段，汽车设计方案存在于单个工匠的个人意识中，不易进行记录、复制和传播。

在经验设计阶段，工匠们将个人的构思和经验用图纸的形式表达出来，可以满足更多的人同时参加同一产品的生产活动，满足社会对产品的需求及提高生产率的要求。

在半理论半经验设计阶段（也称“传统设计阶段”），设计人员以理论计算和长期设计实践而形成的经验、公式、图表、设计手册等作为设计的依据，通过经验公式、近似系数或类比等方法进行设计，这种设计方法由于缺乏精确的设计数据和科学的计算方法，导致一种新车型的开发往往需要经过设计—试制—试验—改进设计—试制—试验的多次循环，设计周期长，质量差，消耗大。

在现代设计阶段，设计人员在注重产品整体功能的基础上，大量运用计算机辅助设计技术进行系统设计，汽车结构参数及性能参数等的优化选择与匹配，零部件的强度核算与寿命预测，产品有关方面的模拟计算或仿真分析，都通过计算机进行，使汽车设计逐步实现半自动化和自动化，大大提高了设计的质量、精度和效率，将产品的适应性、经济性、可靠性统一起来，从而高效地设计出性能优良、经济效益显著的新型产品。此外，现代设计不仅要考虑汽车本身的有关技术问题，还需考虑使用者的安全、舒适、操作方便、燃料供应和污染、车辆存放、道路发展等多方面问题。

（3）研发体系全球化

目前，世界汽车产业已呈现出全球化竞争的格局，全球化的发展要求跨国汽车公司的研发体系不仅能够有效地向全球各地提供技术资源，更要对全球不同市场的消费需求差异做出迅速反应，推出符合当地市场需求的汽车产品。全球化的研发体系有助于汽车厂商提高研发效率、降低研发风险。

在研发体系建设方面，跨国汽车公司倾向于在主要汽车市场所在地设立研发机构，通过收集市场信息、产品工艺改良、新产品开发和参与全球创新网络等方式，将公司的要素优势与各国的区位优势相结合，整合全球范围的技术资源和人力资源，缩短产品研发周期，加快产品推出速度，满足目标市场客户需求，提高公司产品的竞争能力。随着中国成为全球第一大汽车消费市场，跨国汽车公司将设计研发资源逐步向中国转移和集中的趋势越来越明显。

。

（4）设计服务外包化

汽车设计是一项复杂的系统工程，需要整合大量的人力、物力和科技资源，汽车设计在整体上体现了技术的集成性，在个别总成设计上体现了技术的独创性，因此完全封闭的自主开发对于汽车厂商而言既不现实，也不经济。一款适销对路的汽车产品是汽车厂商、设计公司和零部件供应商分工协作、共同努力的结果。为提高设计效率，降低设计成本，跨国汽车公司往往采取设计服务外包的方式，将某款车型或某个总成的开发外包给专业化的汽车设计公司以弥补公司的技术短板或解决设计人员不足的问题，各种专业化的汽车设计公司成为汽车厂商必不可少的外部资源。随着汽车制造平台化、模块化生产方式的发展以及消费者需求的不断变化，汽车设计也面临更加精细化和多样化市场需求，跨国汽车厂商更倾向于通过国际化、专业化的设计外包，在提高设计效率，降低设计成本的同时，得以从繁重的设计工作中抽身，更加专注于车型规划、未来研发方向、市场竞争策略的研究以及生产技术的研

。

（5）设计理念前瞻化

随着汽车工业的发展，汽车设计师已不再是为满足消费者的消费需求而进行工作，汽车设计师力求通过前瞻性和预见性的设计来引导消费者的消费理念和消费需求，倡导人与自然和谐共处的生活方式。讲究大排量和豪华气派的奢侈型消费理念已不再是世界汽车消费的主流，节能、环保、安全、舒适、信息化、智能化将成为未来汽车设计的发展方向。

整车开发市场需求

资料来源：观研天下数据中心整理（FSW）

观研天下发布的《2018年中国汽车设计行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国汽车设计行业发展概述

第一节 汽车设计行业发展情况概述

- 一、汽车设计行业相关定义
- 二、汽车设计行业基本情况介绍
- 三、汽车设计行业发展特点分析

第二节 中国汽车设计行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、汽车设计行业产业链条分析
- 三、中国汽车设计行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国汽车设计行业生命周期分析

- 一、汽车设计行业生命周期理论概述
- 二、汽车设计行业所属的生命周期分析

第四节 汽车设计行业经济指标分析

- 一、汽车设计行业的赢利性分析
- 二、汽车设计行业的经济周期分析
- 三、汽车设计行业附加值的提升空间分析

第五节 国中汽车设计行业进入壁垒分析

- 一、汽车设计行业资金壁垒分析
- 二、汽车设计行业技术壁垒分析
- 三、汽车设计行业人才壁垒分析
- 四、汽车设计行业品牌壁垒分析
- 五、汽车设计行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球汽车设计行业市场发展现状分析

第一节 全球汽车设计行业发展历程回顾

第二节 全球汽车设计行业市场区域分布情况

第三节 亚洲汽车设计行业地区市场分析

- 一、亚洲汽车设计行业市场现状分析
- 二、亚洲汽车设计行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲汽车设计行业市场前景分析

第四节 北美汽车设计行业地区市场分析

- 一、北美汽车设计行业市场现状分析
- 二、北美汽车设计行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美汽车设计行业市场前景分析

第五节 欧盟汽车设计行业地区市场分析

- 一、欧盟汽车设计行业市场现状分析
- 二、欧盟汽车设计行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟汽车设计行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界汽车设计行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球汽车设计行业市场规模预测

第三章 中国汽车设计产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品汽车设计总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国汽车设计行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国汽车设计产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国汽车设计行业运行情况

第一节 中国汽车设计行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国汽车设计行业市场规模分析

第三节 中国汽车设计行业供应情况分析

第四节 中国汽车设计行业需求情况分析

第五节 中国汽车设计行业供需平衡分析

第六节 中国汽车设计行业发展趋势分析

第五章 中国汽车设计所属行业运行数据监测

第一节 中国汽车设计所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国汽车设计所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国汽车设计所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国汽车设计市场格局分析

第一节 中国汽车设计行业竞争现状分析

一、中国汽车设计行业竞争情况分析

二、中国汽车设计行业主要品牌分析

第二节 中国汽车设计行业集中度分析

一、中国汽车设计行业市场集中度分析

二、中国汽车设计行业企业集中度分析

第三节 中国汽车设计行业存在的问题

第四节 中国汽车设计行业解决问题的策略分析

第五节 中国汽车设计行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国汽车设计行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国汽车设计行业消费特点

第二节 中国汽车设计行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 汽车设计行业成本分析

第四节 汽车设计行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国汽车设计行业价格现状分析

第六节 中国汽车设计行业平均价格走势预测

一、中国汽车设计行业价格影响因素

二、中国汽车设计行业平均价格走势预测

三、中国汽车设计行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国汽车设计行业区域市场现状分析

第一节 中国汽车设计行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地汽车设计市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区汽车设计市场规模分析

四、华东地区汽车设计市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区汽车设计市场规模分析

四、华中地区汽车设计市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区汽车设计市场规模分析

第九章 2016-2018年中国汽车设计行业竞争情况

第一节 中国汽车设计行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国汽车设计行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国汽车设计行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 汽车设计行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国汽车设计行业发展前景分析与预测

第一节 中国汽车设计行业未来发展前景分析

一、汽车设计行业国内投资环境分析

二、中国汽车设计行业市场机会分析

三、中国汽车设计行业投资增速预测

第二节 中国汽车设计行业未来发展趋势预测

第三节 中国汽车设计行业市场发展预测

一、中国汽车设计行业市场规模预测

二、中国汽车设计行业市场规模增速预测

三、中国汽车设计行业产值规模预测

四、中国汽车设计行业产值增速预测

五、中国汽车设计行业供需情况预测

第四节中国汽车设计行业盈利走势预测

一、中国汽车设计行业毛利润同比增速预测

二、中国汽车设计行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国汽车设计行业投资风险与营销分析

第一节 汽车设计行业投资风险分析

一、汽车设计行业政策风险分析

二、汽车设计行业技术风险分析

三、汽车设计行业竞争风险分析

四、汽车设计行业其他风险分析

第二节 汽车设计行业企业经营发展分析及建议

一、汽车设计行业经营模式

二、汽车设计行业销售模式

三、汽车设计行业创新方向

第三节 汽车设计行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国汽车设计行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车设计行业品牌战略分析

一、汽车设计企业品牌的重要性

二、汽车设计企业实施品牌战略的意义

三、汽车设计企业品牌的现状分析

四、汽车设计企业的品牌战略

五、汽车设计品牌战略管理的策略

第二节 中国汽车设计行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国汽车设计行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国汽车设计行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车设计行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国汽车设计行业定价策略分析

第三节 中国汽车设计行业营销渠道策略

- 一、汽车设计行业渠道选择策略
- 二、汽车设计行业营销策略

第四节 中国汽车设计行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国汽车设计行业重点投资区域分析
- 二、中国汽车设计行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/342700342700.html>