

中信汽车·车闻天下（第 90 期）

——汽车外观专题之一 汽车家族脸谱



中信证券研究部

2012 年 12 月 21 日

李春波

电话: 010-60838203

邮件: lcb@citics.com

执业证书编号: S1010510120010

许英博

电话: 010-60838704

邮件: xuyb@citics.com

执业证书编号: S1010510120041

高嵩

电话: 010-60838822

邮件: gs@citics.com

执业证书编号: S1010512020002

陈俊斌

电话: 010-60836703

邮件: chenjb@citics.com

执业证书编号: S1010512070001

本期引言:

“其实嘛，大众家族，你懂的。拉长了就是辉腾，压缩了就是迈腾，压扁一点就是 CC，抬高底盘屁股切掉就是途观，放大一号途观就是途锐，迈腾再缩小点就是速腾，速腾切掉屁股就是高尔夫，高尔夫缩小一圈就是 polo。”这是前段时间微博上流行的段子，说的就是大众的“家族脸谱”。

2010 年以来，国内汽车市场上不同品牌的家族脸谱日渐清晰，从欧系、美系蔓延至韩系、日系。“家族脸谱”开始成为汽车厂商传播品牌文化和理念的载体，提升品牌的识别度和认知度，同时节约审计、研发、制造和采购成本。但过度相似的家族脸谱长期看可能会对品牌带来负面影响。

本期『车闻天下』，我们将介绍家族脸谱及其在当前国内市场主要品牌的演变等，并分析家族脸谱的利与弊。如有疑问欢迎交流。如果您对我们的栏目有特别的期望或者要求，欢迎提出意见和建议。



资料来源: Google 图片, 中信证券研究部

目 录

汽车的家族脸谱	1
部分品牌的家族脸谱	1
宝马	1
凯迪拉克	3
奥迪	4
家族脸谱的利与弊	5
家族脸谱在提升品牌识别度和降低成本方面优势明显	5
过度相似的家族脸谱——中短期正面，长期或偏负面	5

插图目录

图 1：双肾性进气格栅是宝马家族脸谱的典型代表	1
图 2：宝马进气格栅的演变	2
图 3：宝马的主要家族特征	3
图 4：凯迪拉克谱系	4
图 5：凯迪拉克的主要家族特征	4
图 6：奥迪产品谱系	5
图 7：奥迪的主要家族特征	5

中国价值投资网 最多、最好用研究报告服务商
www.jztzw.net

汽车的家族脸谱

2010 年以来，国内汽车市场上不同品牌的家族脸谱日渐清晰，从欧系、美系蔓延至韩系、日系。“家族脸谱”开始成为汽车厂商传播品牌文化和理念的载体。

所谓汽车的家族脸谱，指的是在某一品牌在汽车外观设计方面融入了贯穿其旗下多款甚至所有车型的品牌特色，这种特色可以存在于任何主要组成部分或整个外观。例如部分厂家拥有一贯风格的进气格栅，有些厂家拥有相似风格的发动机盖流线设计，或者相同风格的前大灯和后尾灯等。

图 1：双肾性进气格栅是宝马家族脸谱的典型代表



资料来源：百度图片

虽然近年来家族脸谱开始流行，但实际上家族式设计并不是什么新鲜产物。不管是普通品牌的福特、大众，还是豪华品牌的宝马、保时捷、阿斯顿马丁，凡是有一定历史延续的汽车品牌，其历代车型都会有一些对经典元素的传承，而正是这种传承才使得各个品牌打造出了属于自身的品牌特点，而这种特点往往就被贴上了家族标签。从另一个角度说，这也是汽车设计师对于品牌车型血缘关系的诠释。

部分品牌的家族脸谱

宝马

1925 年，BMW 开始研制汽车。1929 年 1 月第一辆带有宝马螺旋桨车标的汽车 Dixi 诞生，不过它还不是宝马自己的汽车，而是从英国引进的奥斯汀 7 型轿车，仅是重新设计了车身。德国制造的奥斯汀 7 型改名为 Dixi3/15 DAI。直到 4 年后的 1933 年 2 月 11 日，在德国的柏林车展上，第一辆“真正的宝马”才出现，这就是 BMW303。而它那双肾型的散热器格栅一直延续到今天，成为宝马汽车最显著的外形特征。

再后来，演变出了天使眼大灯、鲨鱼鳍天线、凸显力量的发动机盖隆起等，这些特征贯穿了新一代的宝马全系车型。

图 2：宝马进气格栅的演变



资料来源：百度图片

中国价值投资网 最多、最好用研究报告服务商
www.jztzw.net

图 3：宝马的主要家族特征



资料来源：百度图片

凯迪拉克

自从 CTS 革命性地推出了钻石切割风格的外形线条后，无论是 SLS 赛威、SRX，还是去年上市的 SRX 66 号公路纪念版以及在去年法兰克福车展上亮相的凯迪拉克 Ciel 概念车，它们的前脸无一例外地打上了这个具有凯迪拉克家族特征的钻石切割风格，多切面的前脸造型为整车带来非常出色的视觉效果，如同一件精致的工艺品，辅之以车头棱角造型勾画出的“V”字造型，成为大众心目中最豪华最永恒的凯迪拉克家族脸谱特征。这一造型也使得许多品牌在外形设计上跟风推出“钻石切割”线条。

中国价值投资网 最多、最好用研究报告服务商
www.jztzw.net

图 4：凯迪拉克谱系



图 5：凯迪拉克的主要家族特征



全车身“钻石切割”外观

上下排列立体水晶大灯

倒梯形的进气格栅，Logo位于正中央

资料来源：百度图片，中信证券研究部

奥迪

从奥迪 100（C4）开始，奥迪的近期格栅被独立出来，突出了单框造型。21 世纪以来，奥迪将前脸造型进一步立体化，并衍生出双方框进气格栅。

奥迪最大的脸谱出现在 2004 年，这一年，新一代奥迪 A6（C6）正式亮相。这一代 A6 将上下两个格栅打通，以一圈镀铬饰条突出一体化的进气格栅设计。位于一体化进气格栅四周的大灯、雾灯区整齐排列，塑造出给人留下深刻印象的第二代家族脸谱。

在随后的几年，第二代家族脸谱被逐步复制到奥迪旗下的各款车型，无论是强调跨界特质的 Q7，还是注重运动性能的 R8，都成为“大嘴家族”的一份子。再后来，LED 日间行车灯被集成在前大灯的设计中，更加突出了科技感。

中国价值投资网 最多、最好用研究报告服务商
www.jztzw.net

图 6：奥迪产品谱系



资料来源：百度图片，中信证券研究部

图 7：奥迪的主要家族特征



中国价值投资网 最多、最好用研究报告服务商

家族脸谱的利与弊

家族脸谱在提升品牌识别度和降低成本方面优势明显

家族脸谱的发展是汽车产业高速发展到一定程度的标志，创造并拥有一张被消费者普遍认可和接受的家族脸谱，已经成为一个成熟汽车品牌传递品牌个性和文化理念的载体。成功的家族脸谱可以拥有很多潜在的优点，主要体现在：

- ✓ **品牌识别度和认知度的提升。**对多数消费者来说，汽车车型数量很多难以很快辨识，家族谱系的优势在于可以使消费者从以前仅靠车标辨识品牌，发展成为看到熟悉的家族脸谱立刻识别出某一款车的品牌，并可以循环强化，从而达到品牌宣传和植入的目的。
- ✓ **设计、研发成本的大幅节省，以及通过共用底盘、内外饰零部件获得采购成本的显著降低。**汽车脸谱化的背后还包含了部分内外饰件的通用，和底盘技术的平台化。通过平台化和脸谱化，新车型的设计、研发时间可以显著缩短，成本也相应降低。同时通用零部件的批量提升有助于生产和采购成本的降低。

过度相似的家族脸谱——中短期正面，长期或偏负面

在汽车品牌“脸谱化”的进程中，部分品牌较为激进，如大众等家族脸谱过于明显，以至于可以用“套娃”来形容其产品设计。

中短期看，基于现阶段国人对于汽车的消费理念，过度相似的家族脸谱有正面效果。主要原因体现在：

- A 级车仍是消费的主力，当 A 级车的外观与同品牌的 B 级车甚至 C 级车非常相近时，购买 A 级车的消费者更能获得心理满足，一定意义上可以说满足了虚荣心。

- 对于该品牌的 B 级车影响并不会太大，受影响更大的理论上是 C/D 级车，但由于 C/D 级车销量基数低，换车需求和贫富差距扩大仍将驱动 C/D 级车的销量增长。

因此我们认为，在中国这样目前仍不成熟的汽车消费市场，过度相似的家族脸谱将提升品牌认知度，有利于中低端车型的需求增长，并降低新车型市场风险，同时由于市场需求车型档次中枢的上移，高端车型受影响有限，甚至部分品牌由此更显“低调”，符合部分消费者的特殊需求。

但是长期来看，过度相似的家族脸谱也可能会带来负面效果，主要包括：

- ◆ **与多样化和个性化的趋势相悖。**随社会的不断发展进步，消费者对于多样化，或者说对于个性的需求愈加强烈，因此在消费品、文化、旅游等行业出现了越来越丰富的产品，例如汽车行业中不断丰富的细分车型。但过度相似的家族脸谱与这一趋势相左，可能会导致部分追求个性的年轻客户的流失。
- ◆ **长期将导致审美疲劳。**在家族脸谱流行的初期，如果该脸谱的设计符合多数人的审美，则通过高相似度的外观设计可以较为轻易的复制成功经验，避免全新设计的风险。但长期看则加速了消费者的审美疲劳，一定程度上缩短产品生命周期。
- ◆ **产品设计感的降低或将对品牌的长期发展产生负面影响。**苹果 iphone5 的设计并没有突破 iphone4 的框架，只是进行了完善和修改，引发投资者对于后乔布斯时代苹果创新能力的担忧，导致苹果股价从\$705 跌至\$501。汽车产品虽有别于消费电子产品，但持续的创新和产品设计感同样十分重要。过度相似的家族脸谱可能引发部分消费者对于产品设计感的不满情绪，对品牌形象造成负面影响。

综上，我们认为，未来汽车厂商应积极采用家族脸谱，同时避免千篇一律，通过巧妙的设计实现“神似”而非简单的“形似”，才更有利于品牌的发展。否则，中长期来看可能引发负面效果。

中国价值投资网 最多、最好用研究报告服务商
www.jztzw.net

分析师声明 Analyst Certification

主要负责撰写本研究报告全部或部分内容的研究分析师在此声明：(i) 本研究报告所表述的任何观点均精准地反映了上述每位分析师个人对标的证券和发行人的看法；(ii) 该分析师所得报酬的任何组成部分无论是在过去、现在及将来均不会直接或间接地与研究报告所表述的具体建议或观点相联系。The analysts primarily responsible for the preparation of all or part of the research report contained herein hereby certify that: (i) the views expressed in this research report accurately reflect the personal views of each such analyst about the subject securities and issuers; and (ii) no part of the analyst's compensation was, is, or will be directly or indirectly, related to the specific recommendations or views expressed in this research report.

一般性声明

此报告并非针对或意图发送给或为任何就送发、发布、可得到或使用此报告而使中信证券股份有限公司及其附属机构（以下统称“中信证券”）违反当地的法律或法规或可致使中信证券受制于相关法律或法规的任何地区、国家或其它管辖区域的公民或居民。除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属中信证券。未经中信证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有于此报告中使用的商标、服务标识及标记均为中信证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，只有收件人才能使用。本报告所载的信息、材料或分析工具只提供给阁下作参考之用，不是或不应被视为出售、购买或认购证券或其它金融工具的要约或要约邀请。中信证券也不因收件人收到本报告而视其为中信证券的客户。

本报告所载资料的来源及观点的出处皆被中信证券认为可靠，但中信证券不保证其准确性或完整性。除法律或规则规定必须承担的责任外，中信证券不对因使用此报告的材料而引致的损失负任何责任。收件人不应单纯依靠此报告而取代个人的独立判断。本报告所指的证券或金融工具的价格、价值及收入可跌可升。以往的表现不应作为日后表现的显示及担保。本报告所载的资料、意见及推测反映中信证券于最初发布此报告日期当日的判断，可在不发出通知的情形下做出更改，亦可因使用不同假设和标准、采用不同观点和分析方法而与中信证券其它业务部门或单位所给出的意见不同或者相反。本报告不构成私人咨询建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。收件人应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况。

中信证券利用信息隔离墙控制内部一个或多个领域，以及部门间之信息流动。撰写本报告的分析师的薪酬由研究部门管理层和公司高级管理层全权决定。分析师的薪酬不是基于中信证券投行收入而定，但是，分析师的薪酬可能与投行整体收入有关，其中包括投行、销售与交易业务。

在法律许可的情况下，中信证券的一位或多位董事、高级职员和/或员工(包括参与准备或发行此报告的人)可能(1)与此报告所提到的任何公司建立或保持顾问、投资银行或证券服务关系，(2)已经向此报告所提到的公司提供了大量的建议或投资服务。在法律许可的情况下，中信证券的一位或多位董事、高级职员和/或员工可能担任此报告所提到的公司的董事。在法律许可的情况下，中信证券可能参与或投资此报告所提到的公司的金融交易，向有关公司提供或获取服务，及/或持有其证券或期权或进行证券或期权交易。

若中信证券以外的金融机构发送本报告，则由该金融机构独自为此发送行为负责。该机构客户应联系该机构以交易本报告中提及的证券或要求获悉更详细信息。本报告不构成中信证券向发送本报告金融机构之客户提供的投资建议，中信证券的董事、高级职员和员工亦不为前述金融机构之客户因使用本报告或报告载明的内容引起的直接或连带损失承担任何责任。

中信证券股份有限公司及其附属及联营公司 2012 版权所有。保留一切权利。

根据中国证监会核发的经营证券业务许可，中信证券股份有限公司的经营经营范围包括证券投资咨询业务。

评级说明

1. 投资建议的比较标准	评级	说明
投资评级分为股票评级和行业评级。		
以报告发布后的 6 个月内的市场表现为比较标准，报告发布日后的 6 个月内的公司股价（或行业指数）的涨跌幅相对同期的沪深 300 指数的涨跌幅为基准；	股票投资评级	买入 相对沪深 300 指数涨幅 20%以上； 增持 相对沪深 300 指数涨幅介于 5%~20%之间； 持有 相对沪深 300 指数涨幅介于-10%~5%之间； 卖出 相对沪深 300 指数跌幅 10%以上；
2. 投资建议的评级标准		
报告发布日后的 6 个月内的公司股价（或行业指数）的涨跌幅相对同期的沪深 300 指数的涨跌幅；	行业投资评级	强于大市 相对沪深 300 指数涨幅 10%以上； 中性 相对沪深 300 指数涨幅介于-10%~10%之间； 弱于大市 相对沪深 300 指数跌幅 10%以上

	北京	上海	深圳	中信证券国际有限公司
地址:	北京市朝阳区亮马桥路 48 号 中信证券大厦 (100125)	上海浦东新区世纪大道 1568 号 中建大厦 22 楼 (200122)	深圳市福田区中心三路 8 号 中信证券大厦 (518048)	香港中环添美道 1 号中信 大厦 26 楼

Foreign Broker-Dealer Disclosures for Distributing to the U.S. 就向美国地区发送研究报告而作的外国经纪商-交易商声明

This report has been produced in its entirety by CITIC Securities Limited Company ("CITIC Securities", regulated by the China Securities Regulatory Commission. Securities Business License Number: Z20374000). This report is being distributed in the United States by CITIC Securities pursuant to Rule 15a-6(a) (2) under the U.S. Securities Exchange Act of 1934 exclusively to "major U.S. institutional investors" as defined in Rule 15a-6 and the SEC no-action letters thereunder. 本报告由中信证券股份有限公司（简称“中信证券”，受中国证监会监管，经营证券业务许可证编号：Z20374000）制作。按照《1934 年美国证券交易法案》下的 15a-6(a) (2) 规则，在美国本报告由中信证券仅向 15a-6 规则及其下《美国证券交易委员会无异议函》所定义的“主要美国机构投资者”发送。