在中国汽车产业发展60年的道路上，产品设计是最晚被提上议程的范畴。但是随着自主品牌的快速发展，在摆脱低价混战迈向品牌塑造时代的同时，汽车产品设计也随之受到各大汽车厂商的重视。

自主品牌设计成果集中亮相

本刊 综合

家族化DNA正形成

挖角国际设计师加盟

从2011年开始，越来越多的国际设计大师被挖角至自主品牌担当设计重任。

不久前，奇瑞汽车聘用了保时捷前设计师哈坎·赛拉格鲁，由其改进并提高奇瑞公司的产品外观造型设计水平。赛拉格鲁将在奇瑞上海设计基地工作，领导一支30人的设计团队，为奇瑞设计各类车型。

此前，北汽集团聘用了前法拉利著名设计师菲奥拉万蒂为其首席设计师。资料显示，菲奥拉万蒂在意大利汽车设计工作室宾尼法利纳工作了24年，亲自设计了8款法拉利车型，其中包括与保时捷959齐名的法拉利288 GTO，还设计过劳斯莱斯卡玛格等经典车型，并参与了1967年到1987年底宾尼法利纳所有车型的设计。

吉利汽车则聘用了前沃尔沃首席设计师Peter Horbury。Peter Horbury有着辉煌的履历，他曾经为福特集团工作，参与过阿斯顿马丁、捷豹、路虎等豪华车型的设计。

此外，华晨汽车在去年宣布正式聘用意大利汽车设计师Dimitri Vicedomini来担任设计总监；在加入华晨之前，Vicedomini曾是宾尼法利纳的设计师，至今为止已拥有15年的汽车设计经验。

长城汽车则于2011年签约奔驰前设计师担任设计部门主管。

分析人士认为，自主品牌车企纷纷向国际知名设计师伸出橄榄枝，主要是由于知名设计师能为中国的汽车厂商带来更好的影响。不过他也表示，中国车企需要花很长时间去和这些外国设计师进行磨合，这样才能为企业自身带来良好的效益。

产品设计家族化趋势渐显

超豪华设计师团队的作品随着自主品牌新品的推出也一一亮相，从越来越多的设计作品中可以看出，在汽车产品设计领域渐成趋势的家族化DNA也在自主品牌的概念产品上渐露头脚。

北汽集团推出的两款全新造型概念车，concept 500与concept 900的造型语言就将作为北汽集团未来产品设计的DNA，贯穿在北汽集团自主研发的产品中。

一汽轿车销售有限公司相关负责人也表示，一汽轿车在未来的产品设计方面也会走家族化的路线，比如奔腾产品要具有奔腾产品的DNA。

参与奔腾X80产品设计的一汽轿车股份有限公司产品部部长说："我们设计这款车的时候就考虑要具备奔腾车的所有基因。我们在外部做了设计，比如水箱面罩，外部要和奔腾神似，这个是七边形，但是从远处看是奔腾。"

代表吉利未来产品设计基因的概念车KC是中西方优秀设计师的一次中西和壁成功杰作，是融合东方之韵的概念创新，也是一种造型艺术的创新，代表着吉利最新产品设计的"语言"和设计方向。

被定义为量产概念车的奇瑞α7的设计风格则会被大部分保留到量产车型上。据了解，奇瑞α7的前脸设计采用"X"型造型，上下两组梯形进气格栅营造出不错的运动气质。偏向年轻化的设计路线更符合紧凑级轿车的市场定位。这种前脸设计或将成为奇瑞未来产品的家族化特征。

在家族化设计方面表现最为突出的奥迪设计负责任沃尔夫冈·约瑟夫·艾格说："未来一个明确的趋势就是不管是哪款车型，或是哪个品牌，它自身的身份都会表达得越来越明显，越来越明确。"家族化DNA将成为未来汽车产品的身份定义。

东风本田汽车济宁三惠特约销售服务店 销售电话：0537-5120888 5155718 地址：济宁市金宇汽配城向南800米路西

东风本田汽车济宁鸿昌特约销售服务店 销售电话：0537-2982666 2982777 地址：济宁市高新区327国道柳行立交桥东1000米路北

东风 HONDA 信念 突破 远界 | 艾力绅 ELYSION CR-V 思域 CIVIC 思铂睿 SPIRIOR 思铭 CIIMO | 东风本田汽车有限公司 客服热线：400-880-6622/800-880-9899 www.wdhac.com.cn