

智华
庫丽

LUXECO
INTELLIGENCE

「华丽汽车品牌榜」
2023年第一期



导览

Contents

开篇	P01
推荐案例	P03
跨界/合作	P06
品牌内容	P12
体验空间	P18
社群/活动	P21
限量/定制	P25
其他	P28

定制项目与合作洽谈，敬请联系：

王琼 | 华丽智库 项目总监

微信：elisatina929

(请备注“智库合作”及您的姓名和公司)

邮箱：lci@luxe.co

报告作者：金黛茜

版式设计：汤琦

完稿时间：2023年1月



所有“华丽智库”研究报告目前仅对华丽志付费会员开放。

注册会员，请扫码下载华丽志app或登录华丽志网站

<https://luxe.co/>

开篇

【华丽汽车品牌榜】是由华丽志打造的聚焦「汽车品牌建设」的精品内容和品牌榜单。基于“华丽通”的实时数据，有别于目前汽车类媒体主打的汽车产品/技术类内容，我们从“体验空间”、“跨界合作”、“社群/活动”、“限量定制”、“品牌内容”等五大维度切入，忠实记录和解读汽车品牌在全新消费环境下的自我变革和品牌重塑。

2023年第1期【华丽汽车品牌榜】共收录了21家汽车品牌/公司在中国市场的36条最新动态（2022年12月21日—2023年1月20日）。

其中我们发现汽车品牌的跨界合作持续活跃，跨界涉及各类品牌或各界艺术家，其中不乏中国本土面孔，包括：艺术家蒋琼耳、设计师轻奢珠宝品牌HEFANG、设计师品牌INXX旗下潮流时装品牌INXXSTREET、手机品牌OnePlus（一加）、茶饮品牌CHALI（茶里）等。

汽车品牌如何与艺术家及其他领域的设计师建立默契的跨界合作关系，达成双赢的共创成果？

本期【**华丽汽车品牌榜**】推荐的三个案例将给大家新的启迪。

The Ferrari logo, featuring the word "Ferrari" in a bold, black, serif font with a horizontal line above it, set against a tan background with a diagonal cutout on the left side.

Ferrari (法拉利)



Porsche (保时捷)

The Lamborghini logo, featuring the word "Lamborghini" in a black, cursive script font, set against a tan background with a diagonal cutout on the left side.

Lamborghini (兰博基尼)

本期推荐案例

一、Ferrari（法拉利）携手中国著名艺术家蒋琼耳共同打造特别纪念版Roma车款



为献礼法拉利中国30周年，意大利豪车品牌法拉利携手中国著名艺术家蒋琼耳共同打造特别纪念版Roma车款。

蒋琼耳是中国奢侈品牌「上下」的创始人，目前担任意大利 EXOR 集团的品牌顾问，在中国设计界和生活艺术领域拥有相当的影响力，也是当代东方美学的倡导者。（EXOR 目前是「上下」品牌和法拉利的控股方）

实际上，过去经典豪车设计中不乏中国设计师的身影，但都不太为大众了解。

通过与蒋琼耳的合作，法拉利借助知名艺术家夯实在中国市场的品牌影响力，进一步传达了联结中国市场的决心。同时，此次合作也在设计方面做出融合东方美学的新尝试，重塑经典。

纪念版Roma以法拉利标志性的哑光银色（Sanusilver Matte）搭配近似中国传统色胭脂红的红色（Rosso Magma Glossy）作为设计主基调，贯穿车身和内饰的条纹设计灵感源于明式家具。还配备了拥有悠久中国历史底蕴的红金斑菠萝大漆车钥匙盒、茶针茶则，以及印刻中文“叁拾”及30周年徽标的纪念铭牌，铭牌采用金镶玉工艺。

本期推荐案例

二、Porsche（保时捷）与纽约当代视觉艺术家Daniel Arsham合作艺术雕塑



德国豪华跑车制造商保时捷与纽约当代视觉艺术家Daniel Arsham再次合作，以Porsche 930 Turbo车型为蓝本，推出全新雕塑作品 VEILED PORSCHE，车模上覆盖的飘逸“面纱”似乎将汽车奔驰过程中的动态凝固其中。

同时，2023新加坡艺术周（Singapore Art Week 2023）期间，保时捷在新加坡Mandala Club展出了一辆由Daniel Arsham改造的“被腐蚀的”911车型，这一经典车款外部被石英和黄铁矿晶体装饰，形成末日般的“侵蚀”状态。

两件合作作品都以保时捷汽车作为“画布”，展现出Daniel Arsham强烈的超现实主义个人风格。双方已经数次合作，合作形式多样，包括车模雕塑、老车改造、NFT数字艺术作品、壁画等。

Daniel Arsham本人也是一位汽车收藏家，他的私人车库就中有不少保时捷。

汽车品牌与艺术家在合作中“相互成就”，一方面汽车品牌引入了活力、前卫的设计力量，拓宽了受众圈层；另一方面艺术家也从经典汽车中汲取灵感，在汽车这种另类的艺术载体上挥洒创意。

本期推荐案例

三、Lamborghini（兰博基尼）与瑞士艺术家Fabian Oefner合作艺术雕塑



意大利顶级跑车品牌兰博基尼与瑞士艺术家Fabian Oefner合作，将兰博基尼跑车的车模融于树脂材料中，切片分割后解构重组，形成独一无二的雕塑作品。

Fabian Oefner是兰博基尼首个NFT项目Space Time Memory的操刀者，这个发布于2022年初的NFT系列包含5款数字艺术品，同时绑定5款实体艺术品一同出售，作品以超现实的艺术形式展示了兰博基尼跑车内部零件的拆解状态。

双方最新合作的车模雕塑作品预计也与后续的NFT项目有关。

更多跨界/合作案例

PAGANI (帕加尼) ×
日本原宿潮流服装品牌BAPE



PAGANI (帕加尼) 与日本原宿潮流服装品牌BAPE推出联名系列, 包括球鞋、拉链夹克、POLO衫和短袖, 特别配备专属联名布章。2022年11月, 全身涂装BAPE®耀目蓝ABC CAMO的合作款超级跑车已率先亮相。

Porsche (保时捷) ×
纽约潮流服装品牌Sprayground



Porsche (保时捷) 与纽约潮流服装品牌Sprayground合作推出限量版系列, 包含背包和行李袋等单品, 致敬1972年的经典车型911 Carrera RS 2.7。

更多跨界/合作案例

BMW (宝马) ×
德国运动品牌PUMA (彪马)



BMW (宝马) 与德国运动品牌PUMA (彪马) 合作推出 BMW MMS ULTRA SL 特别联合限量版战靴，鞋履以PUMA 最新速度型战靴 Ultra Ultimate 为蓝本，灵感来自宝马经典M系赛车。

McLaren (迈凯伦)
×美国鞋履品牌 APL



McLaren (迈凯伦) 与美国鞋履品牌 APL 合作，推出全新 APL McLaren HySpeed™ 联名系列鞋履，包括三款配色。

更多跨界/合作案例

Lamborghini (兰博基尼) ×
意大利高端自行车品牌3T



Lamborghini (兰博基尼) 与意大利高端自行车品牌3T合作，推出全新Exploro Racemax x Huracán Sterrato越野型自行车，全球限量 2000 辆。

Cadillac (凯迪拉克) ×
中国手机品牌OnePlus (一加)



Cadillac (凯迪拉克) 与中国手机品牌OnePlus (一加) 合作，推出“不可能低调新年礼”，内含凯迪拉克车模与一加 Buds Pro 真无线耳机。

更多跨界/合作案例

Mercedes-Benz (梅赛德斯-奔驰) ×
美国潮玩品牌SUPERPLASTIC



Mercedes-Benz (梅赛德斯-奔驰)与美国潮玩品牌SUPERPLASTIC合作推出全新虚拟角色Superdackel，灵感来自经典“点头狗”装饰摆件Wackeldackel。

华丽汽车品牌榜 (2023年第一期)

奔驰SMART ×
美国餐饮品牌Shake Shack



为推广奔驰SMART首次大版本OTA升级，SMART携手美国餐饮品牌Shake Shack，在Shake Shack杭州嘉里中心店开启直播，并上线联名小游戏，游戏积分可兑换Shake Shack美食。

更多跨界/合作案例

LEXUS（雷克萨斯）×
中国高端茶饮品牌CHALI（茶里）



广州车展期间，LEXUS（雷克萨斯）携手中国高端茶饮品牌CHALI（茶里）为现场朋友准备了精致茶饮，并在微博平台抽奖送茶礼盒。

Lincoln（林肯）×
中国设计师轻奢珠宝品牌HEFANG



Lincoln（林肯）推出CLUB Z圣诞礼盒，包含与中国设计师轻奢珠宝品牌HEFANG联名的星耀胸针、Her Way系列Champagne项链、Her Way系列Megastar手链等。

更多跨界/合作案例

LYNK&CO (领克) ×
中国潮流时装品牌INXXSTREET



LYNK&CO (领克) 和中国设计师品牌INXX旗下潮流时装品牌INXXSTREET合作推出第二波“极至纯粹”系列产品，包含撞色运动飞盘及工业风车载折叠箱。

华丽汽车品牌榜 (2023年第一期)

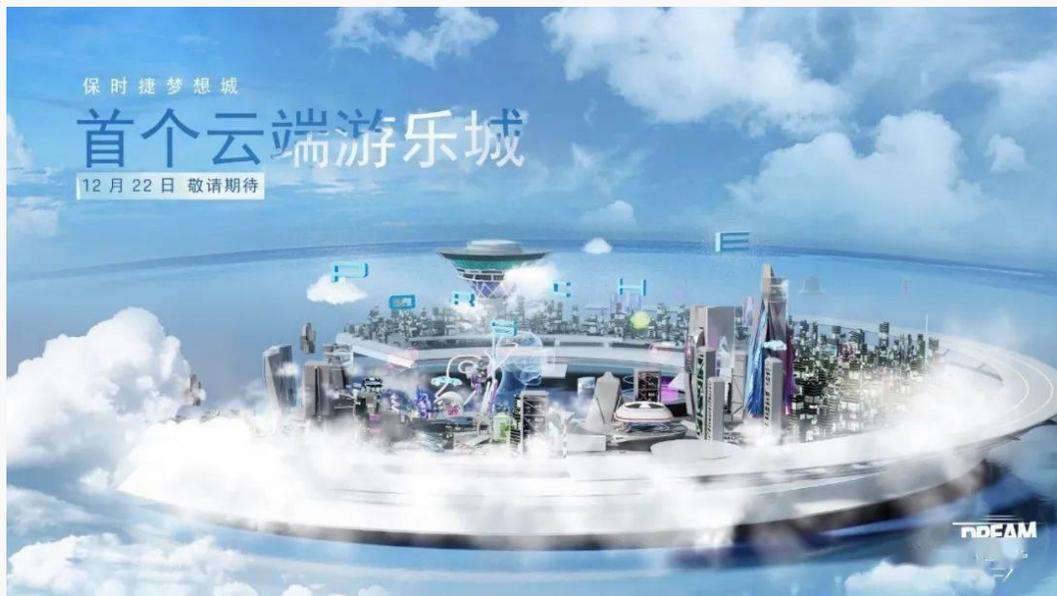
BMW (宝马)



BMW (宝马) 推出首款限定系列BAVA潮流玩偶，限量一百体。

品牌内容

Porsche (保时捷)



Porsche (保时捷) 上线首个云端游乐城“Porsche Dreamverse 保时捷梦想城”，赛车爱好者可以在云端解锁专属运动形象，定制数字车模，体验“云上养猪”，参与“赛车人格测试”等。



Porsche (保时捷) 推出为中国用户专属定制的一系列数字藏品“911-梦想家”，限量996件，以纪念首个引进中国的保时捷911车型996（第五代911车型，由中国设计师赖平主导设计）。

品牌内容

Mercedes-Benz (梅赛德斯-奔驰)



Mercedes-Benz (梅赛德斯-奔驰)在抖音开设“「奔驰本驰，芜湖起飞」全新纯电EQE不插电公路长直播”，以及“全新纯电EQE魔力驿站”直播活动，邀@魔术师王禹、音乐人@仁科renke、@刘恋MrMiss、B站大观学者@刘擎ECNU、制表匠人@大能BigCan、脱口秀演员@童漠男等嘉宾体验全新纯电EQE车型。



奔驰星愿基金发布“保护热带雨林生物多样性行动”，同时携手中国国家地理推出树木纪录片《树底万物》；与新媒体艺术家@柳-迪合作数字艺术短片，描述人与自然和谐共生的未来模样。

梅赛德斯-奔驰宣布在三亚交付出行公司及高端酒店100台EQ车辆，践行对可持续发展的承诺。

品牌内容

Landrover (路虎)



迎接新春，Landrover (路虎) 发布《这个兔年有点虎》系列贺岁短片，路虎·揽胜运动版化身毛茸茸的“龙猫巴士”；捷豹路虎品牌大使、指挥家余隆诙谐演绎新年洗车的仪式感。

华丽汽车品牌榜 (2023年第一期)



为庆祝路虎卫士75周年传奇版上市，“开播”《路虎卫视》，以轻松幽默的视频短片讲述路虎卫士的历史。

品牌内容

BMW (宝马)

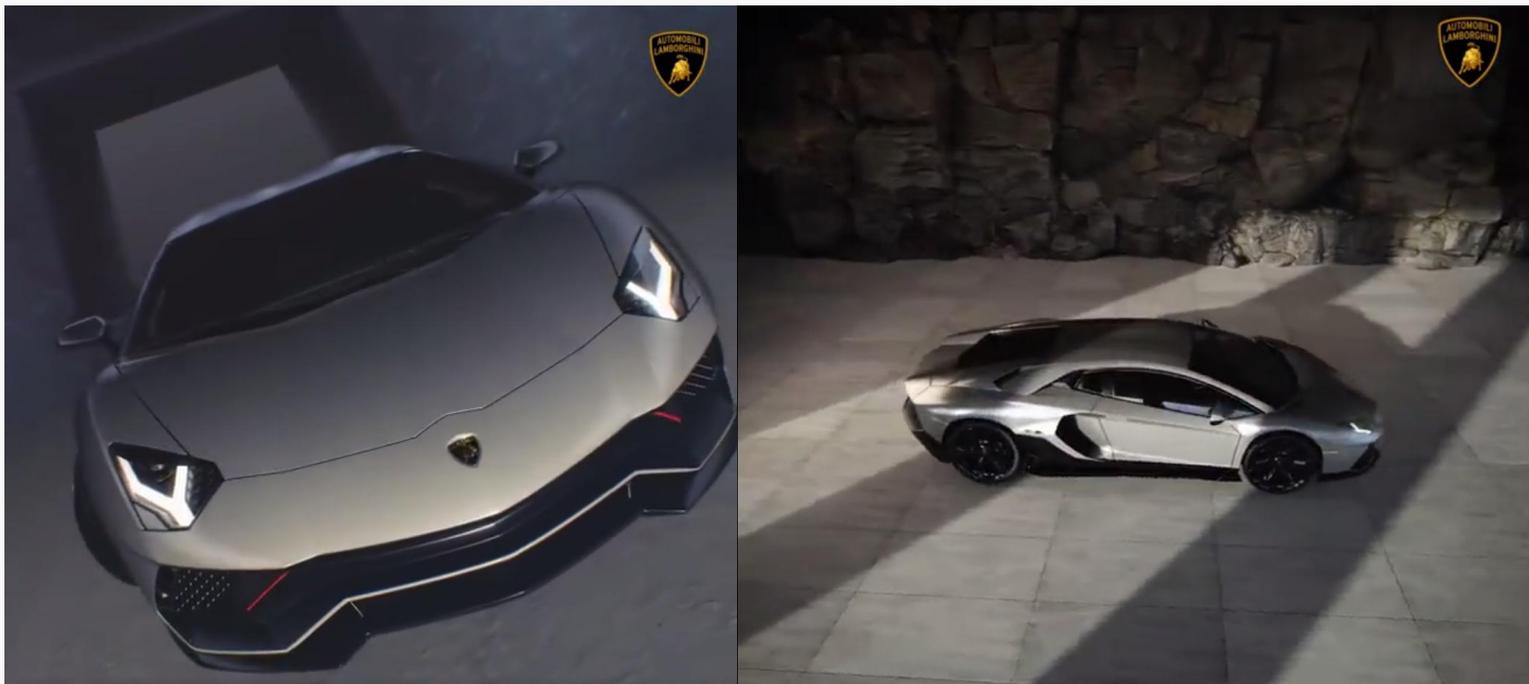


BMW (宝马) 在消费电子展 (CES) 上发布 BMW i 数字情感交互概念车“Dee”。为这款概念车预热, 宝马全球社交媒体账号 (Instagram、微博等) 暂时被“Dee”接管, 并与著名影星 Arnold Schwarzenegger (阿诺·施瓦辛格) 合作发布广告片。

Dee引入由平视显示和混合现实交互界面组成的中央控制系统; 采用全彩E Ink技术, 车身可变幻32种颜色。

品牌内容

Lamborghini (兰博基尼)



Lamborghini (兰博基尼) 以Cold Chain为主题发布两款NFT，致敬Aventador LP 780-4 Ultimae Coupé车型，限量1963枚。

品牌内容

Audi (奥迪)



奥迪车队驾驶 奥迪RS Q e-tron 电驱拉力赛车参加2023达喀尔拉力赛，与@Dominoworld讲师、多米诺骨牌吉尼斯世界纪录创造者王磊合作，在模拟的沙地环境中搭建多米诺骨牌装置。

体验空间

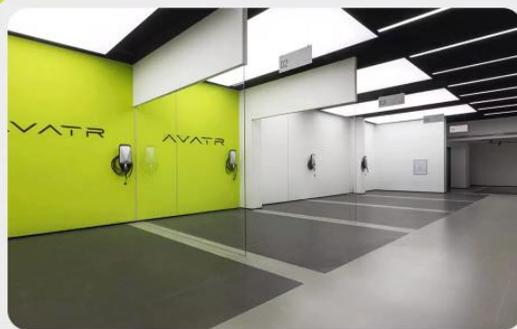
BMW (宝马)



BMW iVERSE巡展年度收官之旅登陆合肥天鹅湖万达广场，观众可以携手宝马“首席娱乐官”小熊BAVA玩转前瞻科技，感受变色概念车THE iX FLOW的“电子墨水”技术。

体验空间

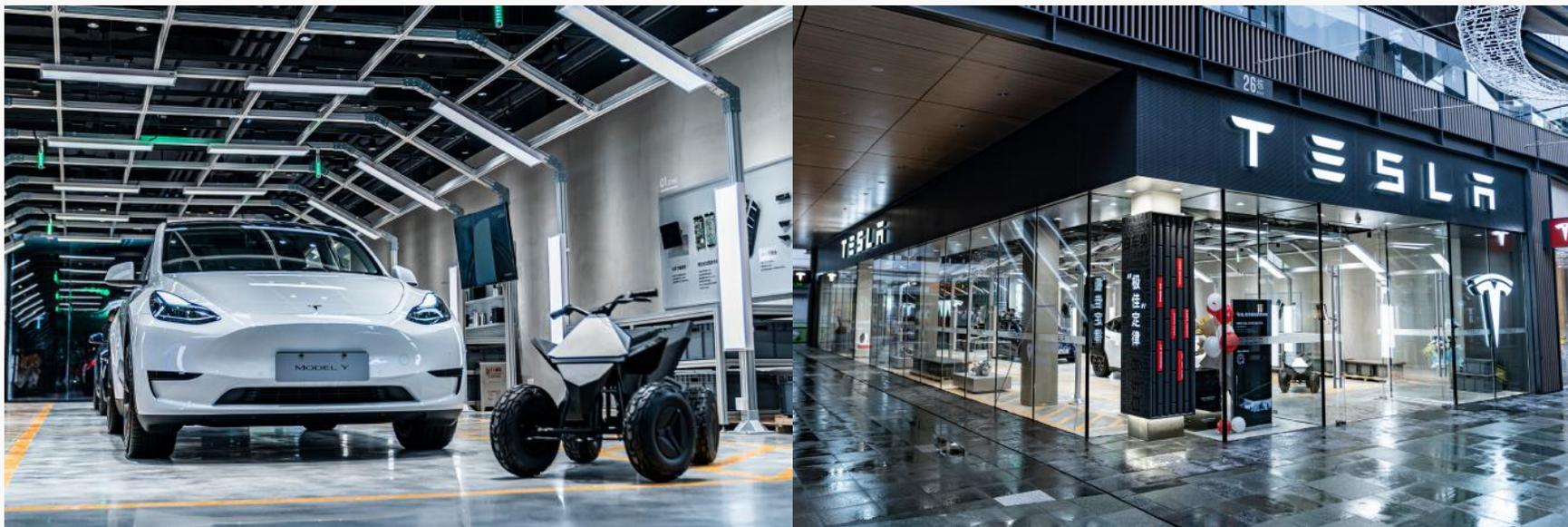
AVATR (阿维塔)



智能电动汽车品牌AVATR（阿维塔）在成都开设体验中心，提供集展示、体验、交付、售后为一体的一站式全功能服务。

体验空间

TSLA (特斯拉)



TSLA (特斯拉) 在成都太古里开设「极佳」沉浸空间，全景展示特斯拉超级工厂生产线。

社群/活动

LEXUS (雷克萨斯)



LEXUS (雷克萨斯) 携手自媒体创作者Lens发起“生活里的光”影像征集活动，收到近千分影像投稿，剪辑成一条短片，用温暖的回忆留住2022年平常日子光。

社群/活动

BMW (宝马)



BMW (宝马) 邀车主通过My BMW App参与BMW雪季互动, 赢取4天3晚“燃冬驾日”特权, 可体验滑雪、飞盘、火锅野餐等活动。

社群/活动

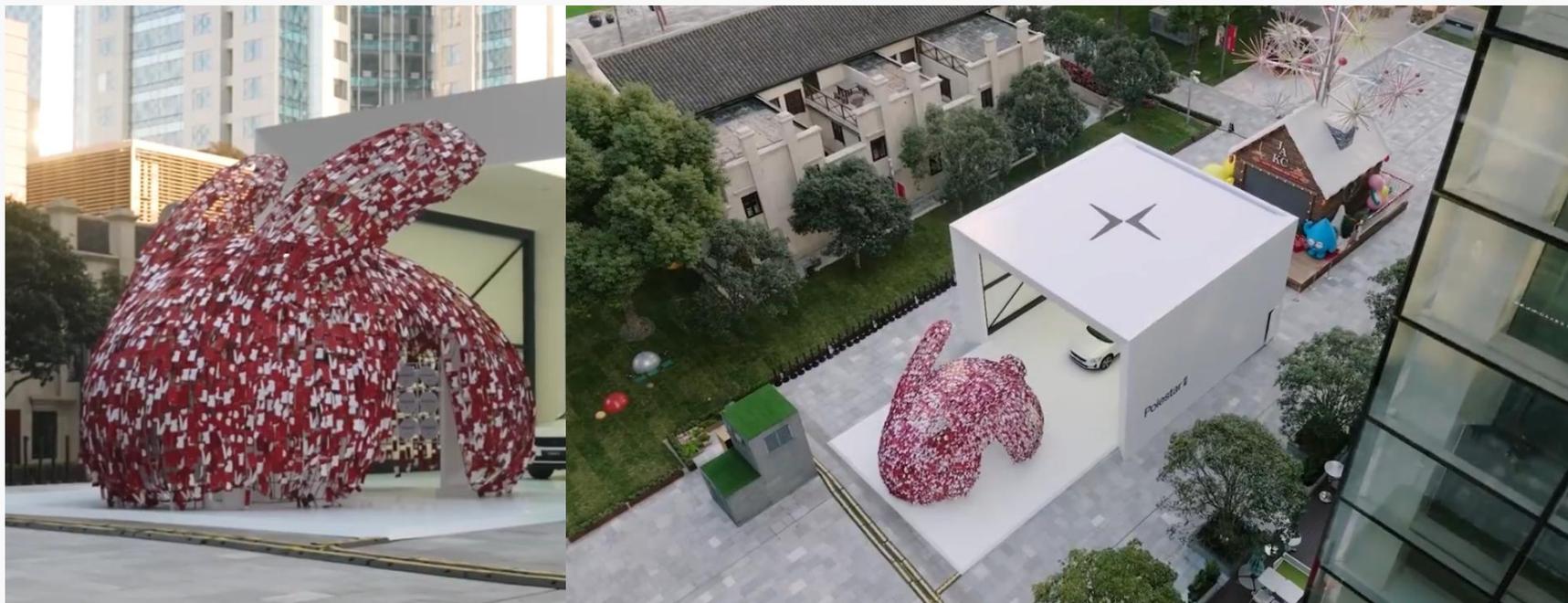
Lamborghini (兰博基尼)



Lamborghini (兰博基尼) 举办“疾速争锋 Full Throttle兰博基尼中国线上计时挑战赛”。

社群/活动

Polestar (极星)



纯电汽车品牌Polestar（极星）在上海嘉里中心南区广场举办“极星兔庙会”线下活动，现场亮相极星新年盲盒，参与现场互动可赢取守护伞等礼品。

限量/定制

BUGATTI (布加迪)



BUGATTI (布加迪) 发布全新超跑车型CHIRON Profilée, 全球限定一辆, 灵感来自经典车款Type 46, 将经汽车拍卖行RM Sotheby's (RM苏富比) 进行拍卖。

限量/定制

Maserati (玛莎拉蒂)



Maserati (玛莎拉蒂) 在广州车展亮相深海蓝涂装的Grecale PrimaSerie首发限量版车款，该系列限量325辆。

限量/定制

PAGANI (帕加尼)



PAGANI (帕加尼) 发布 Huayra Codalunga 2/5 定制超跑，由顾客与PAGANI 客制化部门 Grandi Complicazioni 合作完成。

其他

AFEELA



Sony（索尼）与Honda（本田）共同创办的电动汽车合资企业 Sony Honda Mobility 在消费电子展（CES）上推出全新电动汽车品牌“AFEELA”，并展示首款原型车。采用自动感应门，集成索尼的影视、音乐、游戏等娱乐功能。

其他

AVATRACE



智能电动汽车品牌AVATR（阿维塔）推出全新轻改装品牌AVATRACE。

其他

仰望



“敢越星河”仰望品牌暨技术发布会在深圳召开，全新高端汽车品牌仰望及其核心技术“易四方”正式发布，百万级新能源硬派越野U8和百万级纯电动性能超跑U9同步亮相。

【华丽汽车品牌榜2023年第一期】

涵盖如下汽车品牌的动态

品牌	品牌	品牌
Ferrari (法拉利)	Lincoln (林肯)	BUGATTI (布加迪)
Cadillac (凯迪拉克)	BMW (宝马)	Maserati (玛莎拉蒂)
Landrover (路虎)	TSLA (特斯拉)	AVATR (阿维塔)
Mercedes-Benz (梅赛德斯-奔驰)	McLaren (迈凯伦)	AVATRACE
PAGANI (帕加尼)	LYNK&CO (领克)	Audi (奥迪)
LEXUS (雷克萨斯)	Lamborghini (兰博基尼)	仰望
Porsche (保时捷)	Polestar (极星)	AFEELA

与本期收录的汽车品牌跨界合作的品牌及艺术家

品牌

品牌

艺术家

日本原宿潮流服装品牌BAPE

中国设计师轻奢珠宝品牌HEFANG

中国艺术家蒋琼耳

纽约潮流服装品牌Sprayground

中国茶饮品牌CHALI (茶里)

瑞士艺术家Fabian Oefner

德国运动品牌PUMA (彪马)

中国手机品牌OnePlus (一加)

纽约视觉艺术家Daniel Arsham

美国鞋履品牌 APL

中国潮流时装品牌INXXSTREET

意大利高端自行车品牌3T

美国餐饮品牌Shake Shack

美国潮玩品牌SUPERPLASTIC

以下「华丽智库」研究报告已经发布，欢迎下载。

- * 《全球时尚门店数字化创新研究报告》
- * 《全球时尚虚拟人物研究报告》
- * 《全球美妆孵化器和加速器研究报告》
- * 《2020年度奢侈品用户白皮书》
- * 《2021年度奢侈品用户白皮书》
- * 《2021年全球时尚投资报告—设计师篇》
- * 《2021全球时尚投资报告—内衣篇》
- * 《2021全球时尚投资报告—时尚科技篇》
- * 《2021全球时尚投资报告—美妆篇》
- * 《奢侈品品牌中国营销创新研究报告 & 奢侈品品牌中国活力榜 2021》
- * 《2021全球时尚投资报告—潮牌球鞋篇》
- * 《2021全球时尚投资报告—运动健身篇》
- * 《中国滑雪时尚研究报告》
- * 《奢侈品品牌与中国艺术家跨界合作研究报告》
- * 《2022全球美妆投资报告—第一季度》
- * 《2022全球时尚科技投资报告—第一季度》
- * 《奢侈品行业可持续发展的七大主题》
- * 《意大利时尚品牌在中国》
- 《2022中国奢侈品市场研究：中国消费者共鸣的身心之地在何处？》
- * 《2022全球美妆投资报告—第二季度》
- 《2022中国奢侈品营销报告：抢滩私域阵地》
- * 《2022全球时尚科技投资报告—第二季度》
- * 《全球名人美妆品牌研究报告》
- * 《2022年华丽智库奢侈品品牌中国观察》
- 《2022中国奢侈品营销半年报：如何建设永续的私域“蓄水池”？》
- * 《 高端香氛品牌中国市场观察》
- * 《 2022年Q3美妆投资报告》
- * 《 2022年Q3时尚科技投资报告》
- 《中国设计师品牌发展研究报告》
- 《路易威登的2022》
- 《2022（第三季度）中国奢侈品营销报告：如何找到中国私域沃土？》
- * 《2022年全球羽绒服品牌研究报告》
- * 《2022年第四季度全球美妆投资报告》
- * 《中东时尚报告》



标记星号的「华丽智库」研究报告仅对华丽志付费会员开放。
注册会员，请扫码下载华丽志app或登录华丽志网站
<https://luxe.co/>



关于华丽智库 About LuxeCo Intelligence

【华丽智库】是全球时尚产业独一无二的研究与咨询服务平台，立足中国，以开阔的全球视野和纵深的行业视角，持续不断地提供前瞻性的消费者洞察、行业研究和战略顾问服务。

基于我们持续建设的行业网络、数据智能和知识体系，【华丽智库】聚焦奢侈品、时尚、美容和生活方式产业，通过结构化的商业资讯、系统的细分行业研究、高效的一手调研、丰富的实操案例和前瞻的战略思维，为行业领导者提供最佳决策参考。

【华丽智库】将定期与中国和海外的企业家、高级管理者和投资机构分享我们的研究成果，同时提供如下专业服务：

消费者洞察

- 时尚消费趋势洞察
- 定制调查问卷 / 研讨会

行业研究

- 行业深度研究
- 定制报告 / 联名发布
- 定制行业沙龙 / 会议

战略顾问

- 品牌升级与传播战略
- 品牌创新与数字战略
- 时尚可持续发展战略
- 全球品牌的引进和投资
- 中国时尚企业的国际拓展
- 海外时尚企业的中国拓展

投融资顾问，针对：

- VC、PE 和金融机构
- 产业集团
- 商业地产

定制项目与合作洽谈，敬请联系：

王琼 | 华丽智库 项目总监

微信：elisatina929 邮箱：lci@luxe.co

智
华
库
丽
LUXECO
INTELLIGENCE



重要声明

本报告所载资料的来源被认为是可靠的，但本公司对其准确性、可靠性或完整性不做任何承诺。本报告所载的资料、意见及推测仅反映报告初次公开发布时的判断，可能会随时调整而不作另行通知。本报告力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响。

本报告仅作为一般信息，并只提供给客户作参考之用，不构成任何投资、法律、会计或税务的最终操作建议，亦不构成任何证券或金融商品的要约邀请或宣传资料。

本报告文字版权归本公司所有，所有图片版权归对应品牌所有。未经本公司事先书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“华丽智库”，且不得对本报告进行有悖原意的删节或修改。



扫码下载华立志APP
联结全球时尚创新 · 赋能中国品牌成长