



主笔：祝虹

## 核心提示

何为北经纬？本刊的定义是：以北方制造为主体的汽车厂家，其中涵盖了合资与自主，也涵盖了央企、国企与民企，只要是在北方区域内生产的大小、不同品牌的汽车，都可以被收纳进去，并且成为本刊的、与读者分享的破解对象。我们用经纬划分出长江以南和长江以北的概念，目的就是在新常态、“一带一路”下的新的中国汽车道路摸索过程中，深挖出不同的品牌在中国市场凝聚的不同的力量。

新常态下的  
宝马地标

4月9日，BMW亚太区最大的零部件配送中心在沪投入运营，售后服务系统中占据更重要的地位。这是宝马今年上海车展前奏。全新BMW X5插电式混合动力作为宝马全球首发。亚洲首发创新BMW 2系7人多功能旅行车更是一大看点。两大主力车型亮出了宝马对应新常态市场之箭。



康思远

此前宝马中国与华商三优已达成合作协议。BMW经销商为客户提前考虑好充电方案和充电设备安装服务，帮助客户协调和管理充电设备安装服务供应商的工作进度和服务质量。

本届车展，宝马首次展示可提供公共充电及支付服务的ChargeNow应用。并推出BMW互联驾驶在线商店。通过在线商店，客户可以根据个人需求，灵活订购互联驾驶服务。

宝马集团预计，凭借产品阵容、高效先进的生产网络和创新技术的地位，今年资金回报率仍与2014年19.4%大体持平，这将高出集团设定的最低基准18%。

2015年，BMW和MINI品牌将推出15款全新和改款车型。BMW 6系敞篷轿跑车、双门轿跑车、四门轿跑车以及M6的三款对应车型都已完成中期改款。而全新BMW X5M和BMW X6M今年开售。未来，MINI专注五款各具鲜明特色的车型，并将推出电动车型。

宝马集团在分享全球高档车市场增长红利的同时，提出从三个方面入手：

1. 对全球生产网络进行战略扩展
2. 在全价值链追求可持续发展
3. 顺应数字化趋势和发展车联网；这是宝马运用德国4.0体系的积累构成的基本对外延伸战略举措。

新常态下宝马集团继续扩大本地化生产规模，未来几年本地生产的产品增加到6款车型。2014年，宝马推出BMW i3和BMW i8，构建了去年宝马集团成为全球首家在生产过程中使用可再生能源超过50%的汽车公司。通过互联驾驶技术，宝马集团向客户提供车联网服务已近20年。汽车业务的收入预计伴随销量增长而稳步提升，息税前利润率预期保持在8%-10%间。

细分众多豪华车型市场，宝马是开拓者，如运动型多功能车、高性能全能轿跑车、运动旅行车等等。亚洲首发新BMW 1系抓住了本土消费者喜欢后驱模式紧凑型车的特色——十年内在全球售出200万辆新标杆。

与此同时，新BMW 6系双门轿跑车、新BMW 6系敞篷轿跑车和新BMW 6系四门轿跑车同为本届车展中国首发——采用直列六缸和V8发动机和后轮驱动形式，并装备BMW xDrive智能全轮驱动系统。

可以让宝马释怀的是去年宝马集团与华晨宝马的第二阶段合资期限延长十年，至2028年，宝马把未来在华目标定为九年内实现销量翻番。

今年初宝马除调整高层和管理层外，还延长了人才签约十年的合同期，为本土长远发展奠定了基础。

主笔 祝虹

## 新桃园“三结义”

有人把历史上刘关张“三结义”的传奇延伸到现在北汽、现代、沧州“新桃园三结义”。

换句话说，历史总是要为工业化进程服务的。更何况京津冀已上升为国家战略。关键是如何通过异地扩产，再提升战略车型的与美欧日法品牌国内市场较量内涵。

4月3日，北京现代第四工厂奠基仪式在河北沧州举行，总投资120亿元，增加30万辆整车及20万台发动机的生产能力，预计2016年底投产。这是“京津冀”上升为国家战略后，北京现代在京津冀一体化上作出的实质性举措。

北汽徐和谊表示，综合考虑了交通、物流、基础设施，以及汽车产业的发展现状等因素。每一次重大战略都与国家的大战略密切相关，此次落户沧州正是顺应了京津冀一体化的大战略。

3月18日，北汽与沧州市政府签署合作协议，将在黄骅市建设华北微车产业基地项目，项目全部建成投产后，将达到年产50万辆整车、30万台发动机的产能。随着北京现代第四工厂的开工上马，整合了北汽集团在沧州的配套、运输和管理资源。

北现常务副总经理刘智丰说，北京现代沧州工厂将在2016年年底投产两款车型，一款为经济型的A级轿车，另一款则为现有SUV的改款车型。其中经济型轿车年产销目标20万辆，SUV承担其余10万辆产销任务。两款车搭配目的，在于，经济型轿

车主要负责“走量”，确保工厂的产能处于合理状态，SUV车型则有助于提升产品附加值，增加利润，两者均衡发展。

十二年前的2002年10月18日成立的北京现代目前拥有三座整车工厂、三座发动机工厂和一个研发中心，其中三座整车工厂位居北京顺义。随着沧州工厂的建成投产，北京现代年产能将达到135万辆，这将缓解北现目前的产能瓶颈。工厂预计年销售收入将达到360亿元。

3月20日，北京现代第九代索纳塔17.48万-24.98万上市，在10万-15万细分市场布局了多款紧凑型和中档车之后，北京现代借助全新一代索纳塔的国产上市，开始了新一轮的攻势。

作为当年“北京现代速度”的奠基车型，索纳塔四代车型在中国市场经历了太多的跌宕起伏，当北京现代销量重心逐渐变成10万-15万的细分市场时，全新一代索纳塔主销车型20万以上的定价。

上市前，全新索纳塔的定位指向了帕萨特、迈腾、君越所在的中高档细分市场。但实际上，在上市发布价格的同时，全新索纳塔的真正目标对手，则是日系的天籁、雅阁、凯美瑞和法系的标致508、雪铁龙C5。

在第一梯队的竞争中，已很难看到日系车的影子，大众和别克凭借多年来在中国市场的品牌形象背书，帕萨特、迈腾和君越，已成为22万-28万细分市场的主流产品。

日系沦为第二梯队，各路竞争对手都在拼15万-20万价格区间的中级车市场，有美系的雪佛兰迈锐宝、福特蒙迪欧；法系品牌有标致508和雪铁龙C5，还

有定位差异化的别克君威。同时，全新索纳塔面对起亚K5和现代索纳塔。在过去的一年中，现代名图对索纳塔的销售冲击明显，可看做是北京现代在中档车市场品牌缺乏溢价能力的体现。

相比上一代车型，全新索纳塔无论从外观、内饰、空间、配置还是动力方面均有显著提升。动力方面，全新索纳塔引入全新的Blue Drive多元化动力平台，包括1.6T-GDi发动机7速DCT双离合变速器的组合、2.0L、2.4L-GDi发动机6速手自一体变速器的组合，提供了涡轮增压、缸内直喷等多种动力系统选择。

全新索纳塔的定位策略，给未来终端市场留足了空间，让老款索纳塔再放低身段去挤压名图的市场份额并不现实，随着老款索纳塔销量的逐渐减少，两代同堂，只是一个产品新老交替的换代周期而已。

北京现代在不断引入新产品的同时，需要花相当精力，改变新一代消费者对现代品牌的认知，提升品牌溢价能力。对于未来，刘智丰表示：“北京现代要关注两点：一是提升客户忠诚度。北京现代已经拥有600万的庞大用户群，怎么让用户买车的时候依然首选我们的车型非常重要，这就要求北京现代从客户的满意度向忠诚度过渡。二是在质量已经达到一定水准的基础上，加强对市场质量信息反馈的管理，这也是2015年北京现代在品质经营方面的重点。”

从某种意义上说，新桃园三结义是一个区域制造的技术活儿，又是一个在本土挑战欧美日法品牌的长期较量的力气活儿。主笔 祝虹



第二期 本版责编 祝虹

本版设计 陈雨晨 俞晓翔 李荣荣

## 紧烧火慢揭锅的北奔？

现在的外形设计和内饰设计占整个汽车研发比重接近百分之五十。有的车型还要多，这是产业转。

北奔的自主高深度如何通过设计反映出来？徐和谊的见解是，高举高打、不走低端起步老路、紧烧火、慢揭锅等方法论。

3月中旬，北汽德奔汽车技术中心有限公司签约在北汽产业研发基地举行。合资公司注册资本为1000万美元，投资总额为2500万美元。北汽持股51%，德奔持股49%。

据徐和谊介绍，北汽德奔共同研发的第一款车型定位为C级车，拥有目前北汽最高工艺水平，将于今年年底亮相或上市。

2009年12月，北汽以两亿美元将萨博核心知识产权收入囊中，包括三个整车平台、两个系列涡轮增压器、两款变速箱和知识产权。5年来，北汽推出了绅宝D20、D50、D60、D70和即将上市的X65等。

针对北奔设计北京汽车总裁李峰说，北汽德奔可以为所有北汽旗下自主品牌提供技术服务，未来有可能的话也会开放给所有的自主品牌车企，提供咨询服务。

业内人士分析，北汽德奔成立开创了中车企设计研究院服务模式第三条路径。与上海的“泛亚汽车中心”只服务于合资车企的定位不同，也区别于合资车企研发中心只为合资自主服务的主体定位，北汽德奔首次实现了完全以自主品牌为主体。

戴姆勒公司表示，在华合作伙伴北汽未来可能使用旗下梅赛德斯-奔驰豪华车平台架构打造新车。

奔驰品牌当前在中国市场落后于竞争对手宝马和奥迪，作为缩小差距的政策之一，戴姆勒股份公司收购了北汽集团乘用车业务子公司——北京汽车股份有限公司12%的股权，交易价格约6.4亿欧元。

戴姆勒表示：我们所持的股份价值将不断增长，戴姆勒将竭尽所能为北汽提供支持。不过北汽是否会采用我们的零部件或平台，抑或确定使用后将选择何种平台，目前尚未作最终决定。

路透社分析称，戴姆勒向北汽提供完整平台属于非同寻常的举动，也反映出合作双方目前面临的困难。

北汽计划未来在香港上市，但目前旗下自主品牌在国内市场所占份额不高，甚至弱于其他自主品牌。公司着眼于通过发起产品攻势大幅提高销量，包括C70G车型，该车采用源自萨博的技术打造。

我们在发展自主品牌的过程中感觉到，要想向高端突破，就必须整合国际资源，不能光靠自己干，不忽悠、别任性。徐和谊表示，近年来国家提出要协同创新，就是要整合国际资源，为我所用，而北汽从2009年收购了萨博的核心知识产权以来，在这条路上一直往前走。

而奔驰在中国豪华车市场则落后于另两大德系豪车品牌奥迪和宝马。

根据设计中心合资协议，在德国斯图加特设立办公室，业务范围涵盖汽车工程、制造工程、前瞻技术的研究及应用。未来，“北汽德奔”将作为北汽最高水平的技术科研中心，负责自主品牌高端车型的整车设计、新能源车型开发、前瞻技术的本地化应用，致力成为世界一流的整车设计工程技术中心。

李峰说，在对萨博技术进行消化吸收后，北汽绅宝的7款车型都已经开发完毕，但在细节上还有很多提升的空间。

下一个5年的车型规划，是北汽着重与奔驰技术的合作，一方面可进一步提升对奔驰技术的转化能力，打造出更加高品质、高技术的产品；另一方面也可以促使萨博技术的消化吸收再升级，为绅宝产品注入更高的技术含金量。

目前国内的汽车研发主要有三种模式：一是成立研发中心为合资服务，比如泛亚；二是合资公司成立的技术中心为合资自主服务；第三种就是北汽德奔的模式，合资的技术中心只为自主品牌服务，这也可以说是一种颠覆性的模式。

自主品牌在车身制造、内外饰甚至发动机、底盘技术上基本没有问题了，但在集成能力比如NVH噪音控制、操控性和平顺性等方面却还有很大的差距。

另一方面，智能化、轻量化、低碳化和电动化是未来汽车的方向，新技术中心的成立助力北汽在新一轮的技术竞赛中跑在前面。

2014年，北汽自主车型累计销售30.8万辆，同比增长48.8%，在去年自主出现普遍下滑的背景下不容易。紧烧火、慢揭锅的北奔正在撬动斯图加特的设计力量。主笔 祝虹



徐和谊