

北京现代迎来“全华班”高管，李凤刚出任总经理

来源：张俐以 发布时间：2025-11-19 23:06:02

北京现代迎来了一位“i人营销官”。

近日，汽车圈传来重磅人事变动，前一汽奥迪销售有限责任公司执行副总经理、一汽富华生态有限公司党委书记兼总经理李凤刚，已加盟现代中国，并于11月10日正式出任北京现代汽车有限公司总经理。相关消息已经得到现代中国官宣。



根据了解李凤刚将全面管理北京现代生产、销售、企划等具体发展业务。引人关注的是，李凤刚此次是代表韩方出任这一职务，也是北京现代总经理和执行副总首次由中国人担任。

i人营销官

李凤刚作为一名“80后”汽车行业高管，拥有丰富的职业经历。他毕业于清华大学机械设计专业，2003年便加入一汽-大众，从技术开发部产品工程师做起。



在长达20余年的职业生涯中，李凤刚先后担任一汽-大众奥迪销售事业部战略与运营管理总监、东北区总经理、东区总经理、一汽奥迪销售公司副总经理等职。2023年10月，李凤刚接替孙惠斌，成为一汽奥迪销售有限责任公司执行副总经理，也是该公司首位80后掌舵者。



李凤刚给自己的标签是“i人营销官”。一年前，他用一句“i人也能当营销公司的老总吗？”的问句，开启了在社交平台的耕耘。他也是豪华车品牌BBA中，为数不多长期坚持更新个人社交媒体账号的中方高管。

在一年时间内，李凤刚发布了80多条视频，聚焦技术讲解与品牌理念传递，将奥迪在电动化转型中的思考与实践，转化为一场场“安静却有力”的沟通。

然而，这些努力并未能扭转一汽奥迪的颓势。2024年，一汽奥迪销量从2023年的近70万辆跌至61万辆，同比下滑12.5%，在传统一线豪华汽车品牌销量排名中靠后，2025年上半年销量持续下滑。而李凤刚出任一汽奥迪销售公司执行副总经理任期还不足两年，就被调任一汽富华。

此次转换到北京现代的合资车企新“赛道”，“i人营销官”李凤刚在技术和品牌方面传播能力，将有助于北京现代重拾合资品牌品质实力“底色”。

“全华班”革新

李凤刚的加入，标志着北京现代高管层形成了由董事长吴周涛、总经理李凤刚和常任副总经理李双双组成的“全华班”高管阵容。

此次人事调整颇具深意。李凤刚代表韩方出任总经理，既保留了中外双方共同管理合资企业的架构精髓，又通过引入具有本土市场经验的高管，增强了对中国市场的适应能力。随着李凤刚加盟，北京现代也在持续推进其转型战略。

值得一提的是，李凤刚此次加盟北京现代的路径，与之前同样是一汽奥迪出身的葛树文有着很大相似。2019年，曾任一汽-大众奥迪销售事业部执行副总经理葛树文入职雷诺中国，担任东风雷诺法方代表。面对雷诺品牌在中国市场的认知模糊问题，葛树文提出“雷诺首先不是豪华品牌，也不是满街可见的量产品牌，更不是凭低价上量的品牌。用一句话来回答，那么雷诺品牌就是：悦自己 享生活”。

然而，尽管葛树文为东风雷诺制定了清晰战略，但最终未能扭转东风雷诺局面。这一前车之鉴，对李凤刚在北京现代的征程提供了重要参考，也证明管理策略与产品实力缺一不可。

出口与电动化突围

2025年10月，北京现代销量达20016台，同比增长87%，环比提升12%；全年销量预计突破20万台，呈现复苏势头，但距离2030年50万辆目标仍有挑战。

挑战虽巨，但希望仍在。北京现代近期在出口业务上表现亮眼，2024年出口业务实现了同比400%的增长；累计出口量已突破5万辆大关。

现代集团已明确将中国基地定位为出口枢纽，目标2025年出口10万辆，出口已成为北京现代的关键支撑。得益于“在中国，为全球”的战略定位，北京现代产品有望成功打入更广阔的国际市场，开辟新的增长点。

在智电转型方面，北京现代将加快纯电产品的投放速度，并强化本土合作，以精准对接市场需求。新电动平台首款车型E0羿欧已正式上市，标志着公司正式开启“智启2030计划”，全面布局新能源赛道的新征程。

更重要的是，北京现代在与宁德时代、博泰、毫末等国内领先的技术企业达成合作，以及融入国内产业链，这些合作已有效转化为市场竞争力，将极大提升北京现代的产品力。

全国乘联会秘书长崔东树曾指出：“合资品牌想要活下去关键在产品，需要加速提升技术和本土化产业链。”

对于北京现代而言，2025年已被业界普遍视为淘汰赛的关键节点。李凤刚的“i人”风

格——理性、技术导向、不张扬却坚韧，或将成为北京现代在这场生死战中的新砝码。“全华班”高管团队，传递出的不仅是对于中国市场的重视，提升决策效率的落实，更是真正把握北京现代“在中国，为全球”的战略机遇的决心。

HTML版本：[北京现代迎来“全华班”高管，李凤刚出任总经理](#)