

丰田从追赶者成为领先者,靠得什么?日前,记者应邀参加丰田环境技术之旅,通过对丰田市堤工厂、未来环保村等的参访考察后发现,丰田的成功不仅仅依靠大名鼎鼎的丰田生产方式立下的汗马功劳。丰田公司内部根深蒂固的追求终极环保的基因,使它不仅与时代的步伐同步,在观念和技术上领先一步,而且这种追求并不局限于汽车产品,还包括生产过程以及培养具有全面环保意识的人。

据介绍,长期以来,丰田都将环境保护作为经营中最重要的课题之一,并且基于“只有使环保车得到普及才是真正对环境做出贡献”的理念,积极致力于混合动力车等环保车型的研发与推广普及。自1997年8月在日本开始销售COASTER HEV、同年12月销售全球首款量产混合动力轿车“PRIUS”以来,丰田生产制造的超过700万辆混合动力汽车正以高可靠性和高安全性,以及对节能减排的现实意义改变着世界。今明两年内,丰田还计划在全球投放15款新型混合动力车。随着混合动力汽车的普及,如今,混合动力技术已被认为是目前最现实可靠的环保解决方案,走上了世界汽车领域的主流舞台。

在新兴的中国市场上,丰田正

丰田汽车:环保的理想主义者

经过百余年的发展,汽车界对产品的追求正在发生巨变,探寻环保节能的汽车技术似乎才是符合人类长远发展的理想主义追求。如今的全球车界的老大们,谁家拿不出几样环保节能的技术绝活?丰田作为出类拔萃的汽车企业,从美国通用手中接过全球最大车企的桂冠后,顽强地捍卫着自己的荣誉。2014年度,丰田集团以全球1023.1万辆的销量和3%的同比增长,险胜德国大众。

积极致力于混合动力技术的本地化普及推广。在先后引入混合动力车型PRIUS普锐斯和CAMRY HEV凯美瑞尊瑞后,2013年11月,丰田全球研发体系中规模最大、最先进的混合动力核心组件的研发基地——丰田汽车研发中心(中国)落成开业,今年就将推出混合动力技术的本土化产品。

丰田汽车还在CES展会上公布了Mirai“未来”燃料电池汽车的最新进展。与此同时,丰田还宣布将免费开放与燃料电池技术相关的全部5680项专利。去年底上市的Mirai“未来”是一款氢燃料电池汽车,可续航



300英里,氢燃料可在10分钟内注满。此外,Mirai还兼具移动发电站的功能,可为一个普通家庭提供一周的用电。Mirai的市场反响出乎意料,丰田几乎在其一上市的同时就需成倍提高产量。

从汽油发动机到柴油发动机,从替代燃料发动机到氢能,丰田早已从“节约石油”和“摆脱石油”两个方向出发在多个技术领域展开探索。丰田的燃料电池研发工作已有20多年的历史,氢燃料电池车Mirai投入商用,一骑绝尘,让人们提前二三十年看到了未来汽车技术领域里的“高山上”。

有人说,日本的资源极度匮乏引发的强烈危机意识,促成了像丰田这样的企业在环境保护、汽车安全等领域的积极研发。此话不无道理。此次的环境技术之旅我们发现,丰田追求环保的着眼点要比我们想像的长远广阔,丰田的愿景是整个社会的环保和可持续发展,环保车型只是其中的一种手段。

占地面积不大的丰田未来环保村(丰田Ecoful Town)作为低碳社会示范区,向我们展示了一个未来环保低碳的城市生活和交通,这里面涵盖了概念展示厅、加氢站、智能住宅、多功能移动站等设施。我们参观

时,不仅看到了一辆真实可用的燃料电池轿车MIRAI,也碰巧目睹了一辆燃料电池大巴驶入加氢站添加燃料的全过程,让人感觉是走进了汽车的未来世界。

堤工厂是丰田生产总部爱知县四大工厂之一,是丰田混动车型最重要的生产基地。这是一个十分重视环保的整车制造厂,在工厂设计之初就将环保因素考虑在内。在厂房顶部配有带自洁功能的太阳能能量回收发电系统;厂房的涂料可以起到净化空气且耐脏的效果。厂内小池塘里养鱼用的是经环保处理的工厂废水,足以证明生产废水对环境没什么危害。而这里的工人在业余时间还经常组织社区环保清洁活动,并对员工进行环保评分。

围绕节能环保的理念,丰田公司在汽车技术上的探索完全不拘泥于传统,其大胆超前的精神和棋高一着的远见,在全球车企中实属罕见,这实际上也为企业的未来发展储备了足够的动力。所以说,丰田的未来有潜力有增长点,因为它领先的不仅仅是市场和技术,而是理想和理念。 本报记者 张云

戴姆勒2014财年创下多项新高

戴姆勒股份近日公布2014年财报,其销量、营业额和息税前利润创下历史新高。戴姆勒股份公司息税前利润为108亿欧元,而销量则有显著增长,总量超过250万辆,同比增长8%。这一增长主要归功于奔驰乘用车业务和奔驰轻型商用车。基于总销量的增长,集团营业额增至1299亿欧元,增长率达10%。

奔驰乘用车旗下品牌梅赛德斯-奔驰、梅赛德斯-AMG以及梅赛德斯-迈巴

赫和smart的增长速度突飞猛进。2014年年度销售额增长了10%,总销量超过172万辆,营业额达736亿欧元,猛增14%创历史纪录。相比去年,乘用车领域的息税前利润从40.06亿欧元增至58.53亿欧元,销售利润率更是大幅增长了8%。去年,全新奔驰S级、全新C级轿车和紧凑型车对销量的增长贡献颇多。同时,具有竞争力的价格策略也使奔驰乘用车保持净利润的增长。

今年,梅赛德斯-奔驰乘用车有望继续保持增长态势,再创历史纪录。戴姆勒将在极具吸引力的和年轻的车型组合中扩展一些新产品,前七个月内梅赛德斯-奔驰还将推出四款史无前例的全新产品。

从地区前景来看,2015年预计该业务领域的销售增长将主要归功于亚洲市场。中国的销售组织和本土化产能将进一步扩大,为增长打下基础。 捷升



途观1.8T手动限量版问市

近日,上海大众汽车途观2015款1.8TSI手动限量版问世。该款车型搭载TSI涡轮增压汽油直喷发动机与6速手动变速箱。该车型的问世,不仅为手动驾驶爱好者提供了更丰富的选择,也带来了更高的性价比体验。

在安全配置上,途观1.8TSI手动限量版装备有六安全气囊、前后贯穿式头部气帘、智能胎压检测系统以及带防夹功能的车窗与天窗等配置为驾乘人员带来安全保障。

途观1.8TSI手动限量版还拥有多项智能科技装备,带有电动遮阳帘的全景电动天窗,其尺寸是普通天窗的3倍。电动遮阳帘则可有效阻隔车外的紫外线,让乘客在欣赏蓝天的同时避免紫外线的“骚扰”。此外,定速巡航系统、左右分区独立调节智能自动恒温空调、带有氛围灯及电动折叠功能的外后视镜、无骨静音雨刷等配置也使驾乘人员的用车生活更加智能、舒适。 捷升



广本缤智沪上巡展先锋艺术

2015年的伊始,广汽本田缤智在全国掀起了一股“缤智Hack The City——艺术地标”全国巡展的潮流时间。缤智先锋艺术巡展及试驾体验日前在上海环球港举办,丰富的现场环节设置和充分的试驾体验安排,再次展现了缤智的独特魅力。室内巡展区域采用3D立体结构的前卫设计,将缤智先锋艺术装饰车与艺术挂画巧妙结合,完美衬托出了这款超潮SUV“极智玩美”的品牌主张。

缤智采用了轿跑时尚与SUV的张力相融合的设计,拥有多变灵活的空间、愉悦操控的特性和强大的科技配置,向消费者传递出一种个性自由的高品质生活理念。专为中国市场推出的可开闭式全景天窗,以可调节的舒适采光,带给驾乘者通透开阔的车内感受。 阿晖

上海通用战略联手腾讯

基于互联网的“大数据”营销已然给中国的汽车行业带来影响和变化,上海通用汽车和腾讯日前正式签署战略合作协议,以期充分发挥双方各自在数据挖掘及应用推广方面的优势和经验,通过大数据分析、多屏联动、品效合一等手段,为企业的创新营销乃至未来新产品设计奠定强大的数据驱动力。这不仅是汽车行业与互联网两家领头企业的强强联手、跨界融合,更是上海通用创新营销模式、深入推进精准营销的又一突破性尝试。

一向在营销创新上走在行业前沿的上海通用汽车,将与腾讯微信平台、腾讯视频、腾讯游戏、腾讯移动产品群等进行全方位创新合作,建立客制化服务体系,开发智能化电商形态,运用多屏跨场景的营销模式,旨在打造从精准营销、娱乐营销到体验营销的创新营销闭环。 刘朝晖



日前,日产旗舰高端豪华车型2015款贵士于杭州正式上市,全新定位于“明星家庭专属MPV”,售价为46.8万元,在同级车中性价比优势明显。

作为东风日产进口车2.0战略的首款车型,此次上市的贵士小改款车,保留了老款的外观设计,配置上有所提升,新增了AVM全景影像、BSW盲区监测以及ISO-FIX儿童安全座椅接口等。

随着2015款贵士的上市,东风日产进口车事业将进入全面提速期,从产品力、品牌力、营销力、渠道力四大维度全力开展进口车2.0战略,计划通过一年一款新车,以更多个性化产品满足市场需求。据悉,在今年上海车展起,东风日产准备正式导入日产全球顶尖高性能NIS-MO车型,包括GT-R NISMO、370Z NISMO等。 罗裕

MG GS中文名定为“锐腾”

上汽乘用车近日宣布,其旗下MG名爵品牌首款SUV——MG GS的中文名定为“锐腾”,有锐意进取、腾跃欲飞之意。这是上汽乘用车旗下车型首次采用中文命名。

名爵锐腾采用了MGE 2.0TGI发动机与TST 6速双离合变速器的动力组合,拥有162千瓦的最大功率和350牛米的同级最大扭矩,加速性能较之一些豪华SUV亦不遑多让。此外,EPS高精度电动助力转向系统、与路虎同源的超强智能四驱系统、ARP主动防翻滚系统、inkaNet4.0智能网络行车系统等新锐科技也在锐腾上有广泛应用。 宝龙

