

在华发展六十年,丰田如何做到“下一台车还选他”

1964年,丰田皇冠首次进入中国,上世纪八十年代,第七代皇冠开始行驶在街头。彼时,皇冠就是豪华轿车的象征,坐上一次就足够和别人炫耀许久。随着时间的推移,佳美、花冠等更多车型也开始出现,人们也开始知道这些车都出自一个叫“丰田”的品牌,对他的评价则是:“开不坏的车”。

60年过去了,从曾经的行车寥寥,到成为世界第一汽车消费大国,再到如今新能源车引领世界,中国汽车市场发生了翻天覆地的变化,而丰田却始终在其中占据了重要的位置。很多消费者小时候家里的第一辆车就是丰田,长大后他们也成为了丰田车主,而换车时丰田依然成为了他们的不二选择。

日前,J.D.Power公布了2023年车主动品牌忠诚度的调查报告,丰田以60.0%的忠诚度蝉联榜首,这是中国市场对其最大的认可。对于这个在华60周年的车企而言,丰田汽车到底做了什么,让消费者如此信赖?需求的契合、情感的共鸣和多样化产品的供给应该是最重要的三个原因。

领先半步 与时代同频共振

对丰田而言,领先半步是其长期遵循的原则,长期效应远比短期爆发来得重要,无论车型的引入或是车辆配置的丰富,都要与时代发展相契合,更要与市场消费水平相呼应。技术革新与应用是不断提升竞争力的保证,也是推动产业升级的原动力,但是高精尖的技术必然带来终端市场销售价格的高企,个别未经验证的技术急于投产也有安全隐患。通过丰田在华60年的历程,我们能够看到丰田的车型从豪华到亲民,从共性向个性,从单一用车场景向跨界用车需求的发展路径,每一个节点都见证着中国市场消费趋势的变化。丰田始终紧跟时代趋势,推出相得益彰的产品,但从未出现因应用新技术而带来危险的情况,这自然会得到最广泛的消费选择。汉兰达打通MPV和SUV界限的新理念,格瑞维亚对于家庭单位出行需求的关注,TNGA架构下全新发动机热效率的率先提升,都是迎合时代人群需求且超前布局的例子。与时代同频共振但是永远领先半个身位,这应该是丰田的产品被广泛选择的根本原因。

授人以渔 追求共赢共享模式

和大多数合资企业在中国发展的起步是整车工厂不同,直到1998年丰田才在中国成



立了第一家整车制造厂,但从1964年到1998年的三十余年中,丰田持续将产品、理念、技术、经验带入中国,做真正的“授之以渔”。这一点,从不断加强的本地化投入就能发现,尤其是进入新世纪之后,丰田将世界级的精益生产方式引入中国,确保了产品品质的同时,提升中国汽车产业的制造水平和效率。而在低碳环保成为世界潮流的背景下,丰田通过合资公司,将混动动力总成国产,卡罗拉双擎、雷凌双擎从此成了无数人心中的“家轿不二之选”。今年广州车展上,丰田在纯电动领域的新车bZ3C和铂智3X正式发布,更贴近中国消费者对于新能源车型的要求与预期。在华60年,丰田一直在做中国消费者的“自己人”,这种亲近感也是消费者选择丰田的重要情感链接。

多元发展 洞察实际兼顾多数

面对中国市场新能源车型的快速崛起,丰田并未盲目跟风,而是坚持其多路径新能源技术。这一战略背后,是丰田对全球不同地区用户需求的深刻理解。在中国,复杂多变的气候和地理条件要求汽车技术必须具备更广泛的适应性,东北、西北等高寒环境对于电池续航能力的挑战,广大农村地区充电基础设施布局的不均衡,都需要多种技术方案的并存,因此,丰田走的是涵盖燃油车、油电混动、插电混动、纯电动和氢能源等多路径技术路线。如今最新的第五代智能电混双擎系统已经搭载在大部分丰田在售车型身上,与其他品牌的混动技术相比,这套系统的独特之处在于三电技术小型化、轻量化、精密化,保证加速快的同时又

更省油。最重要的是,丰田智能电混技术早已通过严苛的市场检验,如今已畅销90多个国家和地区,27年动力电池“零事故”证明它的安全可靠性。在全球累计拥有超过2800万用户,在中国拥有超过330万车主。在华60年,丰田深刻体会中国市场复杂多样的用车需求,也深入了解中国市场迥异的用车环境,用多元的产品满足需求适应环境,这是选择丰田汽车在功能方面的直接原因。

洞察需求、黏合情感、多路径技术路线,再辅以其丰富产品矩阵和可靠耐用带来的65%以上的高保值率成就了丰田在J.D.Power的评选中脱颖而出原因之一。更中国,更务实,丰田在华已经走过了60年的历程,但这种深耕市场的姿态还将继续下去。

长春市生态环境局发放生态环境有奖举报最高奖励 奖1万元!

为鼓励公众参与生态环境保护的热情,加大对生态环境违法行为的监督和打击力度,近日,长春市生态环境局依据《长春市生态环境违法行为有奖举报实施细则》,按程序向积极提供线索的热心群众兑现满额10000元奖励。

2024年3月,有群众实名电话举报3家企业在生产过程中造成环境污染的问题。长春市生态环境局高度重视,立即组

织执法人员联合公安部门开展调查核实,最终查实3家企业分别存在未批先建、无证排污、超标排污、擅自倾倒危险废物等环境违法行为。生态环境部门根据相关法律法规对涉事企业予以查封扣押,依法予以处罚,并对涉嫌环境污染罪的相关企业人员进行刑事移送,9月相关案件结案,环境违法问题完成整改。

群众的监督参与是打击生态环境违

法行为的重要力量,群众的“慧眼”是消除生态环境监管盲区的有力补充。长春市生态环境局将继续畅通举报渠道,深入推进生态环境违法行为举报奖励制度,鼓励公众在发现环境违法问题通过电话、来信、来访等方式进行举报,提升执法效能,有力震慑各类环境违法行为,共建共享共治美丽长春。

城市晚报全媒体记者 刘佳雪

长春公园组织开展消防宣传月暨消防安全隐患大排查行动

近日,围绕“全民消防,生命至上”的主题,长春市长春公园扎实开展消防宣传月活动暨消防安全隐患大排查行动。

层层落实安全管理责任。召开2024年消防宣传月活动工作动员部署会议,传达相关文件精神,研判公园消防安全形势,督促各部门认真履行宣传和管理职责,及时找准突出风险和薄弱环节,全面做好消防宣传月各项工作。结合典型火灾事故,领导班子召开专题会议,组织中层干部收看安全生产视频会议,就用水用电、消防安全、机械和设备安全、水面、游艺设施管理等任务进行再部署。

提升职工安全防范意识。组织干部职工观看国家消防救援局编发的消防安全警示教育片,收看消防知识公益宣讲,组织物业人员培训冬季消防安全工作。园区LED屏滚动播放消防宣传视频、燃气安全使用“六字诀”等,持续深化教育效果,大力营造消防宣传浓厚氛围。

筑牢消防安全一线防线。各科、各所集中利用2天时间组织开展部门自检自查,查看园林机械、库房、生产车辆、食堂、职工办公场所和物业人员休息场所、公厕、客服中心、门岗等区域,着重检查室内电线电路是否存在严重隐患、是否使用大功率采暖电器设备、消防疏散通道是否畅通等。截至目前,各部门发现的问题,能立即整改的已全部整改完毕。

城市晚报全媒体记者 吕闯

白山边境管理支队十二道沟边境派出所开展边境法规政策普法宣传活动

为有效筑牢边境安全稳定防范屏障,切实增强群众法治意识,进一步提升群众爱边护边的良好氛围,近日,白山边境管理支队十二道沟边境派出所组织民警深入辖区村屯采取“线上+线下”相结合的方式,通过实地走访、微信推送,对辖区群众广泛开展《边境管理条例》《治安管理条例》《陆地国界法》等政策法规宣传教育。

王晓东

精品消费月亮点纷呈 推动消费市场呈现积极变化

新华社记者 韩佳诺 谢希瑶

新华社北京11月19日电 11月3日,商务部在上海、北京、广州、天津、重庆五个城市联动举办中国国际消费中心城市精品消费月活动。

此次系商务部首次举办中国国际精品消费月,是商务部实施“提振消费行动”的标志性活动和“消费促进年”的重头戏。活动旨在充分发挥国际消费中心城市引领作用,丰富首发产品和服务供给,推广新型消费业态,促进消费市场持续回稳向好。

商务部新闻发言人何咏前介绍,目前活动取得积极进展和成效,推动消费市场呈现积极变化,呈现以下主要特点:

突出首发经济——

党的二十届三中全会明确提出“积极推进首发经济”。此次精品消费月一大特点是突出首发经济,打造精品首发季。

上海组织“进博首发新潮流”系列活动,第七届进博会亮相450项新产品新技术新服务,包括100多项全球首发、40项亚洲首展、200多项中国首秀;北京推出“集中上新季”活动;广州、天津分别举办“时

尚广州”“津门风尚秀”精品首发活动;重庆举办“国际金街秀”“国际金街名品展”,打造首秀、首展平台。

激发市场活力——

在商品消费方面,各地会同相关行业协会,组织商超、购物中心、奥特莱斯等零售企业开展各类惠民消费活动,激发市场活力。

记者了解到,近期,上海、北京组织重点商场、购物中心、奥特莱斯推出优惠促销活动;广州举办“广交有礼入境消费节”推出广交会专属促销优惠;天津组织22个重点商圈超100家大型商业载体推出200余场优惠促销和品牌折扣活动;重庆举办第四届“解放碑国际消费节”,组织国际名品、国潮精品、重庆优品等开展促销活动。

据商务大数据监测,11月上旬,重点监测零售企业家电、通讯器材、服装销售额分别同比增长45%、28%和6%。以旧换新政策持续发力,截至11月18日24时,全国汽车报废更新和置换更新补贴申请均突破200万元,两者合计超过400万份;2411.9万名消费者购买8大类家电产品

3684.6万台、销售额1649.9亿元,补贴310.4亿元。

创新消费场景——

在服务消费方面,各地组织开展服务消费季、中华美食荟、火锅美食节、国际艺术节等各类活动,扩大优质供给,创新消费场景,满足消费者个性化、多样化需求。

其中,上海推出爵士音乐节、国际体育潮流文化节、国际艺术品交易周等活动,多场高品质音乐剧、演唱会、艺术展陆续启幕;北京举办“2024北京国际文旅消费博览会”、北京马拉松,激发“文旅+赛事”消费活力;天津组织开展“津彩展赛演”系列活动,推出一批音乐会、话剧、音乐剧,为市民和游客带来视听盛宴。

此外,新型消费蓬勃发展。数字、绿色、智能、健康等新型消费备受青睐,11月上旬,部分企业节能洗干一体机、新风空调、智能扫地机器人、节水洗碗机、运动相机等销售额同比增长超一倍;一些企业运用人工智能技术,打造智能试衣间、数字体验馆等沉浸式消费场景,更好响应消费者个性化需求。