



厂。继在美国、秘鲁、南非、泰国设厂之后，丰田1991年在中国办厂，1993年在英国办厂，最后是2001年在法国办厂。目前丰田在全世界开办的汽车制造厂总数已达56家。当然，丰田的产品也是可圈可点的。1966年，丰田推出了排量1000毫升的Corolla轿车。该车类以德国欧宝Kadett，但除了车身美观之外，并没有什么特别之处，设计非常传统，仍采用前置式发动机、后轮驱动、车轴硬朗、鼓式制动器。这种设计几乎已经过时，因为丰田的竞争对手已经在应用前轮驱动、碟式制动器和车轮独立悬挂等新技术。但重要的是Corolla秉承了1950年已退休的创始人喜一郎的价值理念即汽车应该秉承先人的理念实用之上求完美操作舒适、配置齐全、做工考究、价格具有竞争力。所以，虽然Corolla没有什么神奇之处，但它给购车人的感觉却是物有所值。就像丰田公司当时的新口号“我的丰田很神奇”那样，Corolla很快就在全世界风靡一时。现在，对丰田公司来说，Corolla是个幸运的名称。1997年诞生的第8代Corolla，产量即将达到2500万辆。当然，目前的款型除了名称以外，同1966年的原型车已有了天壤之别。正因为如此，许多车迷不承认Corolla破了大众甲壳虫的销售纪录。丰田公司利用这个为公众所熟知并承认的名称，取得一个又一个成功。1970年底推出的双门跑车Celica，产量约为400万辆；陆地巡洋舰(Land Cruiser)300万辆皇冠500万辆；更为惊人的是四驱车Hi Lux，产量竟达1000万辆。

丰田公司一共开发了50多个车型，形成庞大的丰田车系。但是公司发现，丰田车虽然受到大众普遍欢迎，却缺乏高档品牌的形象。当然，历史上丰田也曾推出过标志性汽车，并赢得了尊敬。例如，20世纪60年代末推出的2000GT、后来的豪华版CenturyV8和VI2，这些高档名车均为日本名人所收藏。为了同奔驰及宝马竞争，丰田公司决定创立一个新的高档品牌，并将它命名为凌志。第一辆凌志是1989年在底特律车展推出的，其设计灵感来自奔驰。这就是凌志V8，它稳重、豪华、精细、高档，创高档品牌形象丰田再写春秋章售价却比同级的奔驰便宜30%。美国人很快就喜欢上了凌志车，尤其欣赏其无与伦比的性能价格比和令人惊讶的低噪音。但是凌志在欧洲始终受到冷落欧洲人更看重历史悠久的品牌，而不仅仅是产品的内在质量。目前，凌志系列在不断扩大，增加了6缸的凌志300、2升的凌志200以及大受欢迎的RX型豪华四驱车。2000年凌志车总产量为26万辆，仅在美国就销售了21.1万辆。这个业绩使得凌志在美国高档车的销售中排名第一，超过了奔驰和宝马。事实证明丰田的选择是正确的。现在，这家日本公司已经在瞄准世界第二大汽车制造商的交椅了。同当年喜一郎的渴望一样，也许这个目标并非异想天开。