## <u>涓 构瀵兼姤缃 - 涓 浗鏃ユ湰鏂伴椈鏃朵簨 -</u> 鍦儿棩鍗庝汉绀惧尯浜ゆ祦 <sup>ᆂ囲汽车发展史</sup>

浣滆

鍙戝竷浜庯細2007/05/14 12:23

1930年,63岁的丰田佐吉去世。他留给子女的是一家拥有近万名员工的欣欣向荣的棉纺厂。19世纪末,佐吉利用其发明的新型织布机创建了这家企业,同时创造了一种不间断供货、避免库存的工作方法,将生产率提高了50%,大大降低了纺织成本,这种方法现在被称为"适时工作法"。那时候Toyoda公司从棉纺厂到汽车老车田看准未来的产品已经大量出口到世界各地,所以佐古及其生于1894年的长子喜一郎对日本以外的世界兴趣十足。喜一郎曾对欧洲和美国进行了考察,欧美轰轰烈烈的工业革命使他受到强烈震撼,而汽车更使他热血沸腾。他认定汽车必然是未来举足轻重的交通工具。

当时日本还是个不太富裕的国家,只有3家小规模的汽车制造厂,年产量仅区区几百辆,而美国福特公司每天下线I万辆T型轿车。佐吉父子决定涉足汽车制造领域,等经济状况好转便投入生产。

佐吉去世过早,没来得及见到第一辆丰田汽车诞生。儿子喜—郎于1933年月仅投资13万美元成立了汽车部。设计出AA样车后1933年5月第一辆命名为AA的车问世。1年后,A1开始小批量生产。这是一款大型轿车,外壳呈流线型,很美观,模仿当时的克莱斯勒Airflow车型,配备6缸3.4升发动机输出功率为62马力(46千瓦)。但日本当时汽车保有量极小,市场特别需要的是客货两用车,所以Toyoda在开发客货两用车方面投入的力度最大。

1937年,Toyoda公司共生产汽车4013辆,其中AA型轿车和AB型敞篷车只占577辆。也正是在这个时期,公司决定把名称改为Toyota (丰田)。据传,是一位女占卜师建议这么改的,因为在日语中Toyota的书写符号和外形更优美,而且有8个字符,8在日本是个幸运数字。当传说比现实更美好时,人们总相信传说。

1940年,丰田生产了约15000辆汽车,其中98%是客货两用车。当年它推出了一款较为紧凑的新型轿车,配备4缸2.2升48马力发动机,在外形上更接近瑞典的富豪PV60。女巫师建议更名车田靠模仿起家,丰田公司虽然在汽车方面没有多少经验。但却坚守一个信条:模仿比创造更简单,如果能在模仿的同时给予改进,那就更好。喜一郎与其父亲的理念一脉相承,他知道首先必须生产安全、牢固、经济、传统的汽车,而不是创新性的产品。所以在很长一段时间内,所有的丰田车都具有这样的特点。

1945年,日本战败。整个日本列岛满目疮痍,经济遭到毁灭性打击,道路被摧毁,原材料奇缺。不过丰田公司很快从战争的废墟中振作起来。由于战后道路状况极差,公司将生产重点放在客货两用车和四轮驱动车上,而不是轻型轿车。直到1955年,丰田才推出一款设计精巧、排量1.5升的小轿车。命名为皇冠RS,两年后又以Toyopet的名称将其出口到美国。其实该车极为传统,没有使用任何现代技术,只是做得十分精巧而已,加上配置齐全,结实牢靠,价格也不贵。确实比大众甲壳虫车有魅力,在美国市场也取得了不错的业绩。皇冠车促使丰田公司迅速在美国、委内瑞拉、泰国和南非等国设立了销售网点,其后又在上述国家建立了工厂。价廉物美丰田车风行全球大市场。1962年,丰田开始进军欧洲。这一年,丰田汽车产量首次突破了百万大关。20世纪60年代是丰田大发展的时代,其汽车产量1961年还只是20万辆,10年后便猛增至200万辆,翻了10倍,一跃成为世界第三大汽车制造商。

同其他制造商相比,丰田更早地明白世界才是它的市场。为此,丰田在世界上许多国家都开设工

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禀承了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很快就在全球风靡一时。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,其设计灵感来自弃驰。这就是凌志V8,它稳重、豪华、精细、高档,创高档品牌形象车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30D、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。