



水晶外衣

11月11日,在第四届温州汽车博览会上,模特展示一辆周身镶满水晶钻的敞篷汽车。这辆汽车镶嵌了283960颗施华洛世奇水晶钻,由车主公司的5名员工花了3个月时间手工完成。据介绍,购买这些水晶钻的花费在40万元左右。 郑鹏 摄

» 老生常谈 左右为难

假如你要换车...会不会感到很纠结? 之所以谈“换”车而不是“买”车,是因为初哥还没有纠结的资本。初恋时,有几个真懂爱情? 而有过几年驾驶经历的就完全不同了。我最近就很纠结。换辆轿车? 不喜欢。感觉不是坐在车里,倒像是半躺着。还换MPV?进口雪铁龙C4差点成为我的首选。什么都好,就是2.0的自然吸气发动机有点不给力。为什么不带“T”? SUV也可以的。曾“暗恋”过2.0T的柴油版爱腾。虽然长得像外星生命,但配置全,动力足,价格公道,还省油。不过,最近我却因没有选择它而庆幸。上哪儿加柴油去? 火星? 有时候,我甚至想走极端——干脆换辆奔驰Smart,上下班代步足够了——特别是北京等地传出基本款9万起售的消息之后。北京的同行更极端,建议不如买辆3万元的F0,不用上牌照,想停哪儿停哪儿,阿SIR想开罚单都没处下手。我想了想,不干。咱一把年纪,开辆F0乱蹿会被“人肉”的。再说了,若被气急败坏的警察叔叔没收了,3万块也心疼啊。Smart也有Smart的问题。1L的排量,倒车都要加油门。最关键的问题是,家人说了——全家出门,你让我们趴车顶上啊? 仅仅是“假如”要换车,就这么纠结。若真换,只怕烦死。 常青



广汽丰田 汽车王国的王者

十年汽车梦。在中国汽车产业并不漫长的十年发展里程中,各路车企“八仙过海、各显神通”,书写着中国汽车帝国梦想的传奇,广汽丰田幸列其中。当2010亚运会官方专用车凯美瑞缓缓驶过,众人的目光被定格,而历史将永远流传:凯美瑞正载着广汽丰田的卓越成就,向世人描绘出一幅“神奇、博大、致远”的“汽车王者世界”。

汽车业界传奇的缔造者

作为一家合资企业,广汽丰田汽车有限公司成立于2004年9月1日,由广汽集团与丰田汽车公司各出资50%组建,注册资本26.93亿元,总投资79.96亿元。公司位于中国最具活力的珠三角的几何中心——广州南沙区,占地面积187万平方米,建筑面积44万平方米。现有凯美瑞、雅力士和汉兰达三款车型,两条生产线,年产能36万辆,其中第一生产线产能20万辆/年,第二条生产线产能16万辆/年。从成立到现在,短短6年的时间,广汽丰田不仅见证了中国汽车产业的茁壮成长,还凭借企业的实力和产品的品质创造了一个又一个传奇。统计显示,广汽丰田公司2006年投产当年产销双双超过61000辆,完成工业总产值近120亿元,上缴各项税金23亿元;2007年,公司以凯美瑞单一车型实现产销170000辆,工

业总产值近320亿元,上缴各项税金近60亿元;2008年,公司在国内汽车市场增长乏力的情况下,全年销售汽车17.2万辆,实现工业总产值303亿元,上缴各项税金55亿元。产品投产初期,国产化率即高达72%,其中广东地区零部件供应商占50%以上,拉动了一方经济发展。经过公司全体员工多年的努力,消费者的挑选检验,广汽丰田在国内竞争激烈的汽车行业迅速崛起,并成为一颗耀眼的新星。市场最能说明一切。2010年上半年,广汽丰田市场表现十分抢眼。统计显示,该期广汽丰田的销量达到13.25万辆,与2009年同期相比增长了68%。其中,公司投产的首款轿车Camry凯美瑞是全球销量最大的中高档轿车之一,全球累计销售量已超过1000万辆。在中国中高档汽车市场,凯美瑞同样表现出无与伦比的优势,稳居细分市场榜首,引领整

个市场的消费趋势。而在今年广州举办的亚运会上,凯美瑞还当之无愧地成为亚运会“官方专用车”。这不是广汽丰田王者之路的结束,仅仅才是开始。

完美的未来“世界级企业”

什么样的汽车企业才具有竞争力? 东京大学制造业管理研究中心教授藤本隆宏给出了答案,他认为:“健康企业的组织能力并不仅仅是产品,它需要企业能把生产、产品开发、零部件调度等现场操作能力等整个营运的环节都做到最好,唯其如此企业才具有竞争力。”广汽丰田成为这一理论的践行者。广汽丰田对完美品质的追求,并不限于产品自身,在生产、渠道、产品的每一个领域,都竭力做到最好,以创造“全球领先的卓越品质”为基准,为每一位顾客缔造全方位的汽车体验。值得关注的是,在制造与安全方面,广汽丰田以建设“丰田全球模范工厂”为目标,秉承丰田数十年汽车制造之精义,引进全球最先进的生产设备和工艺。广汽丰田的冲压车间装配了全球领先的伺服压力机,辅以高速的零部件搬运,使加工速度达到了

世界领先水平,劳动生产率提高20%以上,并赢得了“世界上最安静的压力机”的盛誉;焊装车间导入了丰田最新的GBL(GLOBAL BODY LINE)线,它代表着世界领先技术的“内侧夹紧装夹技术”,在有效地确保车身精度的同时,确保在生产节拍内进行车型的切换,真正实现了柔性化生产;涂装车间所广泛采用的:“水性涂料”全球领先,车间内的VOC指标达到了世界最低的排放标准;总装车间配备了“重量辅助装置”,可使10KG以上的零部件能被轻易地进行优化移动和装配,即便是体力稍逊的工人也足以轻松胜任所有的作业。可以这样说:先进的工厂、创新的渠道、卓越的产品(“三位一体品质体系”)构成了广汽丰田的核心竞争力,这是这个年轻的企业蓬勃发展,并始终保持处于市场最前沿的源动力。即将过去的2010年是个不寻常的年度,正如广汽丰田执行副总经理冯兴亚所言,2007年是广汽丰田品牌确立年,而对于未来,广汽丰田也有了自己的规划:“我们要在消化、吸收国内外先进技术的基础上不断强化自身研发能力,提升核心竞争力。至2015年,投资5亿元,形成300人

规模的技术人员队伍,同时具备车身设计的能力。”无论过去还是现在,在工厂、产品、服务等各个环节全面提升广汽丰田的品牌优势,确立并逐步扩大广汽丰田强大的体系竞争力,朝着“最具竞争力的世界级企业”迈进。 快报记者 清水

广汽丰田大事记

2004年11月8日,公司第一生产线破土动工;
2006年5月23日,首款轿车Camry凯美瑞正式下线。
2007年3月28日,第十万辆凯美瑞下线;
2007年6月6日,总投资42.6亿元的第二生产线动工建设;
2008年5月15日,公司第二款车雅力士Yaris成功下线,结束了仅靠凯美瑞一款产品销售的历史。
2009年5月25日,第二生产线正式投产,同时第三车型汉兰达下线。标志着广汽丰田的产能与产品线布局就此跨入了一个新的起点,迎来大踏步的自我超越的新阶段。
2009年10月12日,第五十万辆凯美瑞下线,刷新了国内汽车行业最快速度的记录。