

践行“双碳”战略 建设绿美广东

总策划:胡泉 吴江 李艳文
策划/统筹:张爱丽 吴珊
执行:汪海晏 程行欢 陈泽云 黄婷
胡彦 曹敬 王琳瑛 莫晓航 吴昕
庞倩影 钟凌瀚 蓝景然



广汽丰田发布全新一代“智能电混双擎”

中国车市正处于百年未有之大变局。当前,新一轮科技革命加速产业转型,电动化、智能化、网联化和数字化正重塑汽车产业形态和格局。缺芯贵电、金九银十爆冷……汽车行业波折四起,迎来全面大洗牌,而广汽丰田逆势向上进发,2022年销量同比增幅“封顶”合资品牌、领跑日系车企,2022年全年产销量首次突破百万台,达成700万用户基盘,以“顶流”之势提前锁定年度销冠。广汽丰田获得如此豪气的18岁“成人礼”,秘笈是什么?

年产销突破100万台,700万用户的臻选

广汽丰田的“顶流”秘笈

行业风起云涌,销量逆势上升

2022年上半年,行业面临供给冲击、需求收缩、预期转弱三重压力。1-6月,国内汽车产、销分别完成1211.7万台和1205.7万台,同比分别下降3.7%和6.6%。下半年,供应链全面恢复,缺芯得到缓解,汽车购置税减半的政策加上各地汽车消费刺激政策,有效推动乘用车消费需求持续恢复,三季度汽车产销分别实现752.2万台和741.3万台,同比分别增长32.8%和29.4%,环比分别增长33.6%和33.7%。



搭载全新一代智能电混双擎系统的凌尚双擎首发亮相

“大洗牌”之下行业格局重塑,各大车企销量起伏不定、加速分化。国内进入“合资时代”接近40年以来,车企格局发生结构性剧变,即便是行业“优等生”在2022年1-11月也出现批发销量下滑的情况。在合资汽车企业里面,有的整体销量排名由第四滑落到第五,更有甚者从第二滑落到第六,同比下跌8.1%。而在日系合资车企中,个别品牌则由第六滑落到第十,同比下跌12.7%。2022年,唯有广汽丰田实现了同比正增

长,1-11月依然卖出93万台,增幅为合资第一,远高于其他合资车企。免走乌飞,岁末甫至,在2022年圆满收官之际,广汽丰田率先交出亮眼成绩单:2022年全年产销量首次突破百万台。其中,全年累计生产1009265台,全年累计销售1005000台,销量同比增长21.4%,保持同比两位数逆势增长。这一里程碑性的成就,证实了合资车企实力稳健发展、践行长期主义这一路径的合理性,说明合资公司只要产品对路、战略得当,就有照见光明未来的机会,同时也对整个车市起到提振信心的作用。广汽丰田再度刷新销量纪录,锁定年度销售王座,变身合资“新头部”,开启全新发展格局!

揭开百万秘密,贯彻热销态势

“百万俱乐部”罕见扩容。在18岁“成年”之际,广汽丰田逆势突围,达成全年产销量突破百万台的节点性成就,献礼品牌“成人礼”。防住市场“黑天鹅”的扰动,全力稳生产保交付,保证产销顺利进行……这并非“锦鲤附身”的偶然成绩,而是有其必然性,是广汽丰田顶层设计科学合理、将理念践行到位的结果,也反过来证实了广汽丰田强大雄厚的体系实力。

价值基准线,强化“起步即高配”优势。同时,“高配更热销”势头正旺。作为中高级旗舰轿车标杆的凯美瑞国内累计销量超260万台;汉兰达作为“王者”级别的中大型SUV,累计销量为至今超过120万台,是常年高热度的选手;被称为高端家用MPV新标杆的赛那2022年累计销量超77万台,更在MPV中年销量排名第一。尤其是赛那,实现了高配版“走量更热销”的奇迹,顶配铂金版车型(售价40.58万元)的销量占比达33%,是当之无愧的高端MPV市场新标杆。

销量上,2022年电动化车型销量突破30万台,占比由2021年的20%大幅提升到30%,在混合动力领域持续巩固“第一混动”领先优势。此外,计划到2025年电动化车型销量提升至60%,力争到2035年全产品线实现100%电动化。

因此,要解密广汽丰田逆势上扬,深刻理解其品牌价值,还得从品牌价值观定睛着眼。在2021年广州车展期间,文大力提出了“全面高端化”“全方位电动化”“全领域科技化”三大战略,这是广汽丰田面向2025年,实现“品牌进化”到“品牌升维”、打造百万体系的核心战略。

目前,在整个汽车市场中,新能源汽车已成为主流趋势。乘联会数据显示,2019年中国新能源汽车市场渗透率仅为4.9%,2022年1-11月,新能源汽车市场渗透率已达到27.4%,仅11月单月,新能源汽车市场渗透率更是高达36.2%。短短3年间,中国新能源汽车市场规模扩大了6倍左右。抢占新能源汽车市场,朝电动化、智能化全面发力,已是业内共识。当其他合资品牌还在加速电动化“补课”时,早在2010年,广汽丰田就超前布局业内少见的“全方位电动化”。

广汽丰田的第一根桩基,是2004年在南沙打下的。经过18年的沉淀和锻造,2022年,广汽丰田新能源汽车产能扩建项目二期(以下简称“项目二期”)在南沙正式投产。项目二期的建成,标志着广汽丰田正式具备百万台的生产能力。往大了说,这将加快推动由上下游40多家供应商构成的南沙首个千亿级汽车产业集群形成,构建更完善的汽车全产业链,为南沙战略性新兴产业发展再添新引擎。回归企业自身,百万台年产能不只是一项能力,还是一片体系——意味着今后的广汽丰田将带着百万级的干劲,锤炼百万级的生产制造能力,孵化百万级的产品规模,铸就百万级产品的价值感与高端品质,为用户带来百万级的尊贵体验。

用一年的时间,广汽丰田将核心战略奉行到底,并初见成效,构筑起以高端化、电动化、科技化为特点的“新头部”车企优势。广汽丰田推进“全面高端化”。品质高端,是品牌追求卓越、缔造臻品的直观体现。广汽丰田的百万销量并非“以价换量”,更不是“灌水造量”,而是有相当的含金量。

从产品结构来看,金字塔产品梯队稳固,三大旗舰引领塔尖、中坚力量厚实、基盘稳固。在整体销量构成中,高端车型销量占比明显较高,凯美瑞、汉兰达和赛那三大旗舰的销售占比超过了40%。此外,威飒、威兰达等腰部力量坚挺,增强价值感和获得感。锋兰达、雷凌家族等基盘车型,抬升

广汽丰田奉行“长期主义”,从长谋短、长期坚持,把“确定性”传递给上下游,持续为用户“量产幸福”,并激发自身更大的发展潜力。



广汽丰田产销首次超100万台,同比增长21.4%



第二代MIRAI氢燃料电池轿车

积极拥抱变化,写就双擎新范式

丰田HEV车型风靡全球25年,累计销量超2000万台,其中,广汽丰田双擎累计销量超80万台。丰田掌握着业界最先进的全速域混动技术。尤其值得关注的是,12年间,广汽丰田打造了国内数量最多、结构最优的混动产品矩阵,而且丰田还保持了电池系统0事故、0火灾纪录,充分说明广汽丰田已经建立了成熟、先进、安全的电动化技术体系。

LINK智能互联”三大智能化技术,充分满足消费者需求的创新性技术革新。

历经四代25年进化,丰田在混合动力系统基础上持续迭代,在近日举办的2022年广州国际车展上,广汽丰田发布第五代双擎混动技术,双擎品牌焕新为“智能电混双擎”,向更加极致、更加精密、更加智能、更贴近纯电的第五代双擎迈进。搭载全新一代智能电混双擎系统的锋兰达智能电混双擎、凌尚智能电混双擎也已经首发亮相。

作为更智慧交互的智能座舱,“T-SMART智能座舱”可以实现交流无阻碍。“T-SMART智能座舱”在硬件、软件、交互功能上进行全面智能化升级,并将支持OTA,实现软件定义座舱,功能升级无线/限更迭。

广汽丰田副总经理彭宝林介绍,第五代THS II双擎混动的三电系统在轻量化和小型化以及降低损耗上带来了颠覆性革新。革新后,1.8L智能电混双擎综合功率提升12%,2.0L智能电混双擎综合功率提升6%,达到接近200马力。对于消费者而言,可以概括为:启动更快、开得更稳、续航更久。不仅0-60公里/小时初段拥有电动车的加速直接感,在80-120公里/小时时仍能实现加速感延伸,加速提升15%,同时还能适应全地域、全温域行驶,零下几十度也能做到1秒启动,续航里程超过1000公里。第五代THS II智能电混双擎在通过轻量化、技术升级等方式让车辆的性能和能耗方面更加极致。

而“T-LINK智能互联”则能实现更数字化的智能互联,扩展人机车畅联边界。“T-LINK智能互联”实现车机、手机无缝互联,一台手机搞定N个操作;手机即钥匙,可在线分享;智能泊车六式一键,轻松应对各种停车场景;丰云悦享车联网提供多种远程操作,实现人·机·车一键互联。

着眼全行业,混动汽车市场已成为车企的必争之地,这是一次让混动汽车产品从优越升级臻至的技术更新,将继续推动国内电动化市场的普及。同时,三大智能升级助力广汽丰田进入国内汽车智能化领域的第一梯队,“T-PILOT智能驾驶辅助系统”“T-SMART智能座舱”和“T-

广汽丰田总经理藤原宽行表示:“此次公布的智能电混双擎系统和三大智能化技术,是基于丰田全球领先混动技术的再次迭代升级,为中国用户提供更好的电动化和智能化出行解决方案,这也是广汽丰田‘给顾客的五大承诺’的最新举措。”

双擎品牌焕新为“智能电混双擎”,对广汽丰田而言意义深远,也是“新头部”在电动化汽车市场的重大事件。此次品牌焕新,意味着广汽丰田已锚定干戈、下定决心,以高端化、电动化、科技化为前瞻,引领品牌新认知、新形象,全方位提速跑速电动化赛道,持续为电动化汽车普及作出贡献。

双擎品牌焕新为“智能电混双擎”,对广汽丰田而言意义深远,也是“新头部”在电动化汽车市场的重大事件。此次品牌焕新,意味着广汽丰田已锚定干戈、下定决心,以高端化、电动化、科技化为前瞻,引领品牌新认知、新形象,全方位提速跑速电动化赛道,持续为电动化汽车普及作出贡献。

稳中求变求新,品牌升维正当时

目前,汽车产业正向“新四化”转型。顺应时代发展潮流,广汽丰田也在加快转型升级,推进数字化转型,全面推进品牌升维。

销售店通过店铺形象升级、店铺功能增加、建店标准适应性提升三大创新板块,为顾客带来超越期待的全新服务体验。

汽车属于耐用消费品,售后服务始终被用户所看重。广汽丰田着力构建全生命周期的客户服务管理体系,拥有长达12年的用户服务品牌“心悦服务”。这历来是广汽丰田的“金字招牌”。“心悦服务”践行“专业、便利、安心、尊贵、信赖”五大心悦承诺,连续10年蝉联销售/售后服务满意度双项第一。

广汽丰田推动数字化转型创新,意在为用户建立长期亲密关系。从b2小程序/APP,用户可直接线上向厂家下订,随时随地线上查看车辆“排产、生产、运输、到店”的订单状态,构建数字化时代的待客之道,购车体验焕然一新。此外,丰云行APP提供线上订-便捷、线上排队-公平、流程可视-安心、交期明确-透明等四大服务承诺,为用户提供全新一站式数字化购车尊享体验,提供保养维修、救援出险、用车知识、车友会交流等各项出行服务,打造高效便捷的车生活体验。

2022年6月17日,广汽丰田新能源销售体验中心在广州正式开业运营,以更先进、更智能、更具未来感的品牌理念,进一步拉近与用户之间的距离。这是新能源销售体验中心的一个缩影,广汽丰田选择更加贴近用户生活半径的核心商圈,构筑贯通“线上+线下”的数字化运营阵地,承载新能源品牌形象展示、产品展示、购车用车服务及车生活体验等功能,购车、服务、车主交流一站式打通,全方位打造用户交流共创社区,构筑用户与品牌深度链接的价值纽带。此外,第三代标准

产销百万台的达成终究只是一个新起点,广汽丰田志在制胜长远。品牌焕新,是广汽丰田面向未来、加快转型的发展举措,通过开拓全面的高端化、电动化、科技化,广汽丰田将持续为用户带来更高端、更精致的百万级产品,更舒适、更愉悦的体验,实现量产幸福!文/胡彦 图/品牌方提供