经典承初心 共创向未来

九赴进博之约 丰田展示本土化最新成果

11月5日,第九届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)在国家会展中心(上海)开幕。作为进博会的“全勤生”,丰田汽车公司(以下简称“丰田”)今年以“with China, for China 同行·共创”为主题参展,设置“经典车型传承”“汽车文化共创”“本土化共生”三大板块,集中展示其在华本土化战略的最新进展。

新厂建设,跑出“中国速度”

自去年发布“立全球 更中国”全新本土化战略后,丰田在今年4月的北京车展上进一步明确以“with China, for China”作为行动指南,不断推动在华本土化事业的快速发展。

雷克萨斯全球首座从零新建的专属工厂——雷克萨斯上海金山工厂建设一直备受瞩目。在本届进博会上,丰田透露:自2025年2月正式官宣签约建厂,仅用约一年半的时间便实现主体车间的封顶,工厂占地面积约113万平方米,初期年产能规划为10万辆,集纯电整车工厂和电池工厂于一体。

在金山工厂设立初期,已明确将主打“以人为本”的人性化工厂,未来将率先导入最先进的生产技术,建设丰田集团全球最先进的工厂。按照原定计划,该工厂将于2027年秋季正式投产,推出雷克萨斯在中国的首款国产纯电车型,这也代表着丰田在电动化、智能化领域技术的加速发展。

经典匠心,锚定本土需求

今年6月,商务部等9部门联合印发《关于培育壮大汽车后市场消费若干措施的通知》,围绕规范有序发展汽车改装、培育传统经典车新业态等六个方面提出17条措施,旨在推动汽车消费从单一新车交易,向覆盖全生命周期的服务与文化消费延伸。本届进博会,丰田展出两款见证全球汽车工业发展历程的经典车型。

丰田卡罗拉自1966年诞生,从第一代到如今的第十二代,卡罗拉全球累计销量突破5700万辆,畅销全球150多个国家和地区。另一款经典车型,则是1964年丰田首次出口中国市场的代表产品——皇冠轿车,这也是中国用户最早期的豪华车记忆。如今,丰田的产品与技术已伴随中国用户走过了60余年,得到了超过2356万中国用户的喜爱和选择。

时至今日,丰田愈发重视中国市场和用户的需求,全球代表车型的换代开发,更加参照中国市场的标准。今年4月正式发售的LEXUS全新一代ES300h,研发初期便不断在中国进行调研,以中国用户的需求为标杆进行产品规划,搭载了中国市场专属的各种丰富配置。LEXUS全新一代ES的纯电版本也即将上市。

从享誉全球的传统经典车型,到全新电动化车型,丰田矢志不渝为客户“制造更好的汽车”,以全球统一标准构建产品体系,通过超高安全配置与严苛验证体系,持续保障产品的长期可靠性,创造出一款接一款的经典传世车型。



丰田展台全景

魅力改装,满足多元出行需求

GR赛车、高校改装、适老化旅居车……本届进博会上,丰田展出了覆盖多群体用户的改装车,旨在满足多元出行需求。

丰田旗下高性能运动品牌TOYOTA GAZOO Racing带来两款专业运动车型,分别为品牌核心代表车型GR YARIS,以及曾在全球顶级拉力赛事中多次取得优异成绩的GR Yaris Rally2拉力赛车,前者由丰田章男以车手身份全程参与研发调校,充分传递汽车运动文化的极致魅力。

雷克萨斯LX OVERTRAIL黑马藏金版8月正式上市,官方指导价141万元,产品以“骏马乘风·藏金于内”为设计内核,将东方美学理念与豪华越野性能深度融合,外观采用高质感哑光黑色漆面,细节处搭配专属金色装饰元素,内饰选用墨染雅致桦木饰板,配套专属方向盘徽章、舒享头枕、智能电子香氛等定制配置,为用户打造全维度的高端豪华出行体验。

在纯电车型领域,丰田bZ纯电动专属系列展出两款本土共创改装车型。广汽丰田铂智3X改装版由丰田本土研发团队与华南理工大学联合完成全新设计。一汽丰田bZ5通过专属定制调色强化车型运动属性。上述两款车型均在丰田中国首席工程师体制下完成全流程本土化开发,上市后市场反馈良好。

针对国内人口老龄化背景下的适老化出行需求,丰田基于平行进口海艾士车型完成全流程适老化旅居改装,搭载可与电动轮椅无缝切换的分离式福祉升降座椅,标配自研全铝电动升顶系统,同时配套24小时车内生命体征监测系统、AED除颤仪、一键应急报警装置,全方位保障老年群体长途旅居出行安全。

丰田以“TO YOU”品牌理念为核心,以中国市场为创新源点,强调汽车文化不是单向输出,而是与用户、伙伴共同成长、共同创造。

氢能零碳,赋能绿色未来

氢燃料电池技术方面,丰田连续多届在进博会上展出最新落地成果,本届也不例外。

长距离运输方面,展出丰田与合作伙伴共同开发的49t氢燃料电池牵引车,搭载的燃料电池系统额定功率达300kW,适用于重载干线物流,助力氢能高速及绿色物流的发展。区域供能方面,展出分布式氢燃料电池发电机,单模块额定发电功率达110kW,可实现热电联供,综合能源利用率可达90%以上,适用于工商业园区,可助力分布式能源与零碳供能的发展。核心部件本土化方面,展出华丰燃料电池有限公司在华生产的燃料电池系统TL Power 150,超长耐久可使用3万小时,保障氢能重卡稳定的性能输出,可适应多种应用场景,实现多系统化。

丰田还展出了两款新型储能设备。全球首次亮相的镍氢电池储能系统,由丰田和清华大学联合研发,主要面向发电厂调频使用。此系统上所使用的镍氢电池是水系电解液,实现全场景无热失控风险,同时兼备高倍率充放的强动力属性,特别适合发电厂调频等高功率的应用场景。此系统预计自2027年底在火电厂落地应用。

工商业锂电池储能系统,它采用了丰田汽车的SWEEP电池控制技术,主要面向工厂、数据中心、充电站等使用场景。

届届赴约、年年出新。丰田从最初前沿技术展品展示,到如今完整呈现本土化全链条布局,丰田以持续的实际行动,深化本土化进程,展示了与中国伙伴携手共创可持续未来的责任和担当。

丰田表示,未来将持续深耕中国本土,坚持制造令人安心、品质出众的经典车型,并与每一位用户共创汽车文化,不断提供更具价值的产品与服务,推进移动出行迈向更加多元与自由的未来。 (鸿文)



短剧

卷到东北,卷出了真东西



《北往》宣传海报

《北往》宣传海报

《北往》宣传海报

短剧行业“卷”到今天这个地步,已成为新大众文艺的典型样本。QuestMobile秋季报告显示,短剧应用用户规模从1000万到4亿只用了不到三年,但关于短剧真正值得琢磨的,不只是数据和规模。

而答案是:东北。

《北往》里,两名东北务工者骑摩托从云南返回哈尔滨,三千公里归途,一路忍不住多管闲事:救下轻生女子、用馒头拆穿骗子骗局。每一件事都耽误赶路,可他们遇事就是没法袖手旁观。人民日报的评论:微短剧向来以快节奏为圭臬,《北往》偏偏让主角一次次停下。这趟返乡之旅,意义就在看似多余的“耽误”里。这一次次“耽误”证明了,“活人感”比“爽”更重要——慢下来,让观众看见真实的人、真实的选择、真实的善良。

《少夫人来自东北》第一季上线3天观看量破10亿,红果短剧总观看量突破30亿,马来西亚网友热情催更,留言希望女主到当地开铁锅炖。

这些剧能跑出来,底子是通的:东北人说话那股劲儿,放在短剧里不用刻意设计,张嘴就是戏。但比“被看见”更深一层的东西,在戏外。

今年4月,哈尔滨文旅和红果做过一次联动,《少夫人来自东北》主演梁雯晶回哈尔滨直播,一句“我在哈尔滨这旮瘩贼想你”,相关直播收看人次百万以上,总传播量达千万人次。这次合作把短剧30亿观看量的爆款数据,直接转化成了上千万人次的文旅传播量。不是等游客自己找过来,是剧的热度还在的时候,文旅接住了。

这才是短剧和东北之间真正有意思的部分。早几年是剧组来东北取景,拍完走人。现在变了。辽宁营口在《泡沫女王》开机的同时把1861微短剧产业示范园的牌子揭了,拍戏和招商一块干;吉林长白山两部短剧开机时说得直白,以冰雪景观为视觉底色,实现“以剧带景、以景促剧”。东北从重工业基地往新型社会转,缺的不是厂房和资源,是注意力和新故事。短剧让一座城市的某个侧面,半个月就能推到几亿人眼前。

东北题材能不能持续出好东西,而不是被快速消耗成一个“东北味”标签,是接下来要盯的事。但至少眼下这条路是通的:平台要内容,东北有真东西可拍,拍出来有人看,看完了有人来。

《北往》里那句台词说得挺好:“遇到啥事都别管,一分钟都别耽误。”两个主角一路食言,一路管闲事。东北短剧干的事差不多:不急着赶路,停下来把人的日子拍明白,路反而越走越宽。 (朱田)



《少夫人来自东北》宣传海报