automotive news
Kiadta a Smarter Média Kommunikációs Ügynökség (https://news.smartermedia.hu)

Előnyére fordítja a piac összeomlását a Lexus

Ázsiától Európáig gyengélkednek a tisztán elektromos járművek eladásai. A legtöbb gyártó pánikkal és kényszerintézkedéssel reagált a helyzetre, a Toyota-csoport ezzel szemben megtalálta a rosszban a jót.

Néhány ragyogóan ígéretes év után hirtelen enyhült az akkumulátoros elektromos járművek iránti érdeklődés. A kormányzati támogatások elapadtak – részint a forráshiány, részint a türelemvesztés miatt –, a hatalmas érdeklődés miatt kapkodva piacra dobott modellek gyermekbetegségei pedig ugyanúgy kedvét szegték az ügyfeleknek, mint a töltési infrastruktúra lassú ütemű fejlesztése, amelynek esélyt sem hagytak, hogy utolérje az autópark bővülését. Az eredmény: visszamondott megrendelések, markánsan visszaeső érdeklődés, és ennek következtében kényszerű stratégiaváltás, gyárbezárások, elbocsátások.

Ehhez a helyzethez egyértelműen azok az autógyártók tudnak könnyebben alkalmazkodni, akik nem tettek fel mindent egy lapra, és nem akartak minden áron elsők lenni egy olyan versenyben, amelynek még a játékszabályai sem voltak ismertek. Így tett a Toyota is, amely minden olyan technológiát egyforma jelentőségűként kezelt, amellyel csökkenteni lehet a mobilitás közvetlen és áttételes károsanyag-kibocsátását, a biodízelektől kezdve a hibrideken át a hidrogén üzemű belső égésű motorokig.

Ez persze nem jelenti azt, hogy a Toyota ne fejlesztené teljes gőzzel a tisztán elektromos hajtástechnológiáit: a 2021 végén felvázolt, hosszú távú stratégia keretében legalább olyan ambiciózus célokat állított maga elé a japán autógyártó, mint bármely versenytársa. 2030-ra világszerte harminc akkumulátoros elektromos modell bevezetése és évente 3,5 millió tisztán elektromos jármű értékesítése szerepelt a tervekben, és a Toyota eddig nem adta jelét annak, hogy ezeken a célkitűzéseken módosítani szeretne.

Más a helyzet a köztes határidőkkel: a technológiai és piaci mérföldkövekkel, amelyek a végső cél elérését hivatottak támogatni. Ezeket most, a körülmények megváltozásához igazodva kis mértékben módosítja a Toyota, a késlekedést azonban saját – és még inkább ügyfelei – javára fordítja.

Eredetileg 2026-ban lépett volna színre az a két típus, amelyeket a Lexus LF-ZC szedán és LF-ZL SUV tanulmányautók előlegeztek meg. Ezek minden fődarabja vadonatúj technológiát, forradalmi gyártási módszereket alkalmaz majd: újszerű, prizmatikus akkumulátoraik akár 1000 kilométeres hatótávolságot, a gigacasting gyártástechnológia pedig olcsó és gyors gyártást, könnyebb és biztonságosabb vázszerkezetet, és minden korábbinál rugalmasabb modularitást hoz magával. Az utóbbi egy vadonatúj metodika, amelyet megfelelő színvonalon elsajátítottak a Toyota-csoport gyáraiban dolgozók, egy ilyen léptékű fejlesztésnél azonban az apró finomítások is jelentős előrelépést hozhatnak. A

Toyota a japán szaksajtó beszámolója szerint pont erre készül: ahelyett, hogy vadonatúj típusait a légüres térbe dobva elpazarolná az úttörő megoldásokban rejlő marketinglehetőséget, inkább kivárnak, és az így nyert időt a gyártástechnológia tökéletesítésére fordítják.

Nem lesz hosszú persze a késlekedés: az értesülések szerint már 2027 derekán bemutatkozhatnak az innovatív újdonságok, és a Toyota-csoport újult lendülettel haladhat tovább a 2030-as célkitűzések megvalósítása felé.

Fotók: *Lexus*

Forrás:
https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/elonyere-forditja-a-piac-osszeomlasat-a-lexus