

以 TO YOU 品牌理念为核心，丰田中国本土化战略进入新阶段

——丰田倾力出展 2026 年北京国际车展

(2026 年 4 月 24 日，北京) 在全球汽车产业加速变革的当下，移动出行的内涵不断拓展，用户需求愈发多元，中国市场以持续创新成为引领这一进程的重要力量。在此背景下，丰田汽车公司（以下简称“丰田”）以“TO YOU”为主题，携手一汽丰田、广汽丰田及雷克萨斯品牌参展 2026 年北京国际汽车展览会（以下简称“北京车展”）。

自去年“立全球 更中国”战略发布以来，丰田在中国市场的本土化进程持续深化——ONE R&D 研发体制、中国首席工程师制度落地生根，多款更加适合中国市场的本土化产品持续推出。站在新的发展起点，丰田在本次北京车展上进一步明确以“with China, for China”为行动指南，推动在华事业迈向新的发展阶段。



雷克萨斯（上海）新能源有限公司总经理、丰田汽车（中国）投资有限公司执行

副总经理马骊在发布会现场表示：丰田坚持“为某个人而创造”的原点，以“TO YOU”回应每一位用户，并以“with China, for China”为行动指南，围绕中国用户多元需求，持续深化研发与管理体制变革，让更懂中国的人主导产品开发，并深化与本土伙伴的协同共创，让移动出行价值更加贴近真实需求。



TO YOU，构建以用户为原点的产品价值

“TO YOU”是丰田对“Mobility for All（为了所有人的移动出行自由）”的进一步深化表达。丰田认为，真正能够打动用户的，不是面向所有人的统一答案，而是在特定时刻与用户产生共鸣的产品与体验。

在这一理念的背后，是丰田始终坚持的价值原点。自创立之初，丰田便以“为某个人而创造”为出发点，将用户的真实需求作为技术与产品创新的起点。在不断变化的时代中，这一原点既体现在对安心、安全与品质的坚守，也体现在企业持续自我更

新、自我进化的能力之中。

由此，“TO YOU”成为这一原点在新时代的延续——从“为某个人而创造”，到回应“每一个你”，使得以用户为中心的价值主张在当下获得更加具体的表达。



在中国市场，“TO YOU”是丰田面向每一位中国用户的郑重承诺。丰田将每一位用户视为独立个体，通过深入洞察不同地域、不同年龄、不同家庭形态及使用场景的差异化需求，让移动出行的自由覆盖到每一个人、每一种场景，并通过多路径技术与多元化产品，持续兑现品牌承诺。

全面推进 with China, for China, 构建协同共创发展模式

为使“TO YOU”的承诺在面向未来的发展中具备更加坚实的支点，丰田将“with China, for China”作为在华事业的重要行动指南，持续推动本土化战略向更深层次迈进。

在研发体系层面，ONE R&D 与中国首席工程师制度持续进化。随着中国首席工程师人数由 4 人扩充至 7 人，核心研发团队不断壮大，以及在华研发资源的高效整合，丰田在中国的产品开发正加速从“适应中国”向“由中国定义”转变，使产品迭代更加贴合市场需求。

在品质与安全方面，丰田以全球统一标准构建产品体系，通过高标准安全配置与严苛验证体系，持续保障产品的长期可靠性。

在产业布局方面，丰田持续强化在华发展基础，构建涵盖研发、生产与销售的一体化体系，致力于为中国用户提供更加纯粹、更加贴心的智电出行体验。

与此同时，丰田持续深化与本土科技伙伴的协同创新，围绕智能座舱、智能驾驶辅助等关键领域优化用户体验，并不断完善覆盖产品、服务与用车全周期的体系能力。

智能驾驶辅助方面，丰田以实现“交通事故零伤亡”为终极目标，追求真实路况下的实际安全，部分车型上搭载了与 Momenta 联合开发的智能驾驶辅助系统，让每一个你的出行体验，安心可靠、舒适高效。这份智能化与可靠性的平衡源于丰田对“安全、安心”矢志不渝的追求。



自动驾驶领域，丰田与小马智行战略合作的集大成之作——首款量产 L4 级无人自动驾驶 铂智 4X 纯电 Robotaxi 已于 2 月下线，目前正在进行自动驾驶道路测试，即将在广州、深圳、北京等城市开始商业运营。



以多元解决方案，守护每一个“你”的出行自由

围绕中国用户不断变化的生活方式与日益丰富的出行需求，丰田通过多元产品布局与场景化表达，推动“TO YOU”在中国市场的具体落地。

在产品层面, 丰田通过覆盖轿车、SUV、MPV 及多元细分领域的完整产品矩阵, 实现不同需求与车型之间的精准匹配。同时, 坚持多路径技术路线并行推进, 涵盖纯电、混动等多元能源形式, 为不同用户提供更加灵活的出行选择。

本次北京车展, 围绕中国用户不断变化的生活方式与日益丰富的出行需求, 丰田通过五大主题体验区域, 对“TO YOU”理念进行了场景化呈现:

纵横山河区域, 面向热爱探索与突破边界的用户群体, 强调可靠性与全地形能力, 呈现更加从容的探索体验。



悦享都市区域, 聚焦城市通勤与家庭出行场景, 体现舒适性、便利性与多功能性的综合价值。



尊耀出行区域，面向注重品质与从容体验的用户，突出舒适性与精致感，呈现更高品质的出行方式。



无忧安行区域，关注无障碍出行与人文关怀，体现丰田对不同用户出行自由的持

继续关注。



竞驰驾趣区域，面向热爱驾驶的用户群体，突出性能表达与操控乐趣，呈现更加纯粹的驾驶体验。



从“为某个人而创造”的原点出发，到“TO YOU”的时代回应，再到“with China, for China”的持续推进，丰田正以更加坚定的本土化战略回应中国市场的发展机遇。在推进战略升级与理念焕新的同时，丰田始终坚持以安心、安全、品质为本，以变革、创新、进化为道，持续深耕中国市场，在行业快速变化的时代中，为用户提供长期、稳定、值得信赖的价值，实现企业与社会的可持续发展。

未来，丰田也将继续秉持“Best in Town（做当地最好的企业公民）”的愿景，为用户提供更具价值的产品与服务，推动移动出行迈向更加多元与自由的未来。