

一汽丰田千万用户达成现场图

# 千万有你一起丰田



## 一汽丰田： 深耕市场，携手用户推进高质量发展

2022年底，一汽丰田实现千万用户的达成，成为在中国达到千万销量的日系合资企业。  
千万销量，对于一汽丰田来说意义非凡，展现了一汽丰田极强的韧性以及作为汽车行业生力军的不凡实力。

### 精准洞察市场，产品矩阵向上进阶

一汽丰田在中国市场的销量已达千万台，这意味着一汽丰田车的性能和品质获得用户认可。在产品开发过程中，一汽丰田充分考虑用户诉求，为不同类型的用户提供实用、直接的解决方案。

在消费升级背景下，为满足用户多样化的用车需求，一汽丰田皇冠品牌从产品矩阵、工艺水准、渠道网络、服务体系、用户权益五大维度进行焕新升级，在2022年第二十届广州国际汽车展览会上，皇冠 SportCross 正式开启预售，以优质的产品和服务，为更多消费群体打造全新的高端出行体验。

在MPV领域，一汽丰田推出中高端MPV 格瑞维亚，实现乘用车全领域覆盖，形成涵盖轿车、SUV、MPV 全领域发展布局，为用户带去丰富多样的用车选择。作为助力品牌向上的主力军，以格瑞维亚、皇冠陆放、亚洲龙为代表的三大高端车型，为一汽丰田注入了新力量。

在积极开拓高端市场的同时，一汽丰田发力新能源赛道，打造契合用户需求的纯电车型。2022年，一汽丰田推出bZ品牌。其中，首款纯电中型SUV bZ4X在e-TNGA架构的赋能下，具备别样风格、别样驾控、别样智享、别样安全四大核心优势，为用户带去美好纯电新生活。此外，bZ品牌首款纯电轿车 bZ3 也已经启动预售，新车将轿车的优雅与电动的科技感相结合，将为用户提供更好的出行体验。

一汽丰田每一次产品创新和升级，都表达着对用户诉求的深入理解，让更多用户向理想的汽车生活迈进。

### 携手用户，实现共同成长

一汽丰田不仅在研发产品上以用户需求为导向，在整体运营层面更以用户为中心。一汽丰田认为，守住用户就是守住口碑，在千万用户的口碑积淀下，一汽丰田致力于成为全价值链共创“用户运营型”企业。

在研发端，一汽丰田以本土用户为中心进行技术共研，持续导入丰田的先进技术，实现本土化共创开发，通过数字化手段深入了解本土用户的需求，为用户开发“合乎心意的新出行技术”。目前，一汽丰田已完成所有乘用车生产线的全新TNGA架构导入，在天津新能源生产基地，恪守工匠精神，实行先进管理方式，规模化引入数字化智能机器人，强化5G及人工智能在智能制造中的应用，以智造赋能高品质出行。

面向数智社会，一汽丰田将实现全域连接。线上，一汽丰田已全面打通数智生态，通过超级APP、小程序等平台直达用户，实现零距离沟通，通过“一客一群”随时精准响应用户需求。线下，一汽丰田将加快推进现有4S店升级为第三代店铺，同时，不断拓展城市展厅等新能源体验店，为用户打造更多有温度的服务平台。

20年来，一汽丰田积累了丰富的经验，为消费者带来更好的产品。如今，越来越多的用户将一汽丰田视为可靠的伙伴，许多车主通过分享自己的用车故事，让身边更多的人关注一汽丰田、选择一汽丰田，一汽丰田实现车企和用户之间的共同成长。

数据来源：一汽丰田



一汽丰田中高端MPV 格瑞维亚



一汽丰田B+级轿车 亚洲龙



中大型豪华SUV 皇冠陆放