



人生无时无刻不在做出选择。无论何种选择，总会带出深重的个人烙印。例如买车，就很能反映一个人的品位和性格。在喜欢同一款车型的车主身上，总能找到许多共性，这些共性有时甚至超越了时代和地域的限制，也鲜明地代表了这款车型的气质特点。

凯美瑞就是一款气质出众的车型。全球超过1800万车主的认可，宣告了这款车的世界实力。这样的实力，由全球凯美瑞车主共同创造，也值得所有凯美瑞车主引以为傲。

“全球车”凯美瑞： 世界证明的实力才是真的实力

QDR不断进化 全球车处变不惊

风起云涌的车市，正如变动不居的时代，有无数车型仿佛时代英雄一般横空出世却又昙花一现，最后只能黯然退出市场。凯美瑞却堪称中高级车市场的“常青树”。这是一款生命力旺盛的车型，从1982年诞生以来，每分钟都有一位新车主加入“凯美瑞车主”的阵营。

要满足分布于110个国家和地区的1800万名车主，凯美瑞是下了苦功的。每一代凯美瑞面世之前，都要经历两次“环球旅行”，针对世界各地不同的道路情况、天气状况和使用习惯进行反复调校。行驶过严寒的西伯利亚，奔驰在酷热的中东沙漠，凯美瑞的引擎性能完美通过了75摄氏度的极限温差考验。一系列严格反复的安全测试、涉水测试、电波测试和路况测试，共同造就了能够适应复杂环

境变化、满足车主严苛要求的全球车。

这种处变不惊的淡定气质，一直是凯美瑞的鲜明特色之一。对自我完善和自我突破的不断追求，使每一代的凯美瑞在任何地区都能成为热销车型。迄今为止，凯美瑞已经夺得过澳洲、中东六国、泰国等地的销售冠军，更连续12年称雄全球最成熟的北美汽车市场。历经7代，凯美瑞凭借一代比一代更为精进的QDR，以超越同时期竞品的高品质、高耐用性和高可靠性，赢得市场的认可。更以全面均衡和用户至上的体验，让来自不同领域的车主达到了空前一致的认同。车子的气质和车主的气质总是如此相似。不喧嚣，不张扬，处变不惊的凯美瑞，和大气、冷静的凯美瑞车主，正是相得益彰的良伴。

品牌的力量 不会后悔的选择

2006年6月，凯美瑞国产并投放市场，同年11月即问鼎中高级车市场月销量冠军。凯美瑞在国内的第一批车主，基本都是老司机。老司机的眼光准狠，撇去泡沫拨开浮华，看见的是最为关键的品质。这和凯美瑞在北美市场被全球最理智顾客热捧，确有异曲同工之妙。车主的评价最中肯：“群众的眼睛是雪亮的，事情要做得长久，还是要靠品质。这就是品牌的力量。”无论是全球1800万车主，还是国内超过100万的拥趸，都是在凯美瑞品牌的号召力之下，投身“凯美瑞FAMILY”这个大阵营的。

品牌的铸造需要日积月累，凯美瑞的可靠性和耐用性打造了良好的车主口碑。在二手车市场最成熟的美国，权威机构《凯利蓝皮书》发布二手车保值率排名情况，凯

美瑞连续多年获得“轿车保值率”第一名；在日渐成熟的中国市场，凯美瑞也位列同级车保值榜首位——不但新车受欢迎，连二手车也热卖，车主对凯美瑞可靠品质和耐用性的信赖可见一斑。

如今，凯美瑞在北美市场的冠军地位仍然不可撼动。在美国中高级车销量榜上，凯美瑞依旧不动声色地牢牢占据首位。在国内，凯美瑞也仍稳守国内细分市场前三、日系品牌第一。这让很多凯美瑞车主对自己购车时的选择感到欣慰。“选择凯美瑞的人，都是不愿将就的人。所以会在购车时做足功课，才能了解到凯美瑞的真正优点。选车时辛苦一点，但选中了凯美瑞，我真的没后悔过。”这是凯美瑞车主的心声。

理性思考

购车时的冷静和理性，丝毫不影响生活中的热情和温情。有人曾说过，凯美瑞车主都是爱家的人，只有对家人抱着深切爱意，才会选择这样一款既重视面子又重视“里子”的车型。

“凯美瑞和我家人的关系，比和我的关系还铁。”四岁随父母旅美、刚刚归国的陈先生，很得意地炫耀他刚刚学会的“铁”的用法。在美国就是凯美瑞车主的他，回国后选择了凯美瑞的混合动力车型尊瑞。

他说，一直选择凯美瑞，是因为它的宜商宜家，除了大气外观和豪华配置，凯美瑞的人性化、舒适性和安全性，俘获了陈先生家人的心。老人们喜欢凯美瑞，因为它的后排宽敞，地台平坦，座椅舒服，出入方便，调校适中的底盘也让晕车感大大减轻。孩子们喜欢凯美瑞，是因为它没有异味，宽大的车内空间俨然是毫无拘束的大乐园。女士们喜欢凯美瑞，是因为它拥有非常合理的设计和众多的储

热情生活

物空间，出行再无压力。对于司机来说，陈先生坦言，喜欢凯美瑞优势均衡的操控性——转向沉稳、制动线性、悬挂滤震优异，动力柔和有韧度，开起来毫无压力感。

至于陈先生回国购买的混合动力凯美瑞，则在上述优势之外，表现出更强劲的动力、更低的油耗和更环保的排放，而且并不用外插充电，也无需更换电池。“丰田的混合动力技术已经非常成熟，在美国很多人开混合动力车，我刚好趁回国机会换辆混合动力的凯美瑞。”陈先生再次得意于自己的选择。

凯美瑞自诞生至今，已荣获世界各国年度车型586次，在美国、澳洲、中东六国、东南亚、中国、日本等都创造了销量的奇迹。在一个国家取得销量冠军不难，难的是在每一个国家都做到炙手可热。凯美瑞让世界不同国家的多元价值和文化，都达到一致认同，这是经过世界证明的实力，是真正的“全球车”实力。

凯美瑞 一枚“80后”的工匠情怀

全新凯美瑞销量持续稳居中高级车三强。作为丰田品牌的力作，诞生于1982年的凯美瑞算得上是一枚“80后”，它更是名副其实的全球车，超过1800万辆的销量，意味着每一分钟就会有一名新车主诞生。2015年，历经七代演进的“全球中高级车之王”再次革新，全新凯美瑞一经推出，即受到消费者的欢迎和青睐。从1到1800万，凯美瑞收获了世界级的赞誉，成为全球车主心爱的“MY CAR”。

在拥有漫长严寒冬季的俄罗斯，冰雪路况和极寒环境对车辆的安全性能要求极高，选一辆可靠的车非常重要。来自圣彼得堡的小伙子玛吉用“无懈可击”来评价凯美瑞，它不仅适应了俄罗斯当地恶劣的路况，更给他的驾驶带来满满的信心。其实，玛吉不知道的是，每一代凯美瑞面世之前，都要经历两次“环球旅行”，以适应任何情况的外界环境。在研发过程中，凯美瑞还启用2400种不同的驾驶测试项目进行检验，让车辆在碎石、斜坡、溪流、雪地、沙漠等各种路况和极寒、高温等极端气候下经受“磨砺和考验”。测试结果显示：即使在75摄氏度的极限温差条件下，凯美瑞的引擎表现依然优秀。更令人惊叹的是，目前全球已售出的1800万辆凯美瑞中，有90%仍然奔跑在路上，其耐用性可见一斑。

“我19岁时拥有的第一辆车就是凯美瑞，它非常舒适和可靠，十年过去了，我的选择依然是凯美瑞，我不会再选择其它车。”来自墨西哥的马克说，凯美瑞给他带来许多美好的回忆。其实，在风靡全球的背后，凯美瑞精益求精的程度是常人难以想象的。即使是看不见的部件，全新凯美瑞的升级也达2000多项。基于全球1800万辆车辆所累积的大量数据，它还针对中国市场进行了大量改变，立志做一位最体贴入微的“伴侣”。

以工匠情怀打磨经典作品，这是丰田向来的风格，它踏实、可靠、给人以信赖的形象早已深入人心。而工匠情怀的背后是千锤百炼、层层把关，是对细节一丝不苟的打磨、对顶级安全的极致追求，更是一个个鲜为人知的故事。

大多数人并不知道，在丰田工厂，有一个由“假人”组成的“THUMS家庭”，它们是丰田特意研发的虚拟人体模型，只为了能够更深入地研究交通事故中人体受伤的原因，开发出在实际碰撞中能够发挥保护作用的车身。

据介绍，一个假人由近400个部件、6万多个节点、大约60个传感器组成。它惟妙惟肖地塑造了人体形态、皮肤的柔软程度、肌肉的构造等接近真实的效果，现在的THUMS已经发展到了能够准确解析碰撞引起的内脏器官组织受损程度的水平。这样一个非同寻常的“假人”，造价在8万美元左右，丰田每年仅仅花在假人身上的已超过1.2亿美元。

“为可能，尽所能”，这是全新凯美瑞的进化论。在讲求速度和变化的时代，全新凯美瑞对细节、工艺等的不懈追求显得尤为珍贵，它不仅确保了汽车在使用过程中的可靠性，更为消费者带来超越期待的体验。