

# โตโยต้า ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมยานยนต์ เสริมความแกร่งด้านดีไซน์ นำเสนอ The Style by TOYOTA เป็น DESIGN HUB เปิดตัวกิจกรรมแรกสุดแนว “DESIGN CULTURE” ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด เสริมความแกร่งด้านดีไซน์ นำเสนอ The Style by TOYOTA เป็น Design Hub ที่รวบรวมแรงบันดาลใจในการออกแบบเพื่อตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ ช่วยจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ล่าสุดเปิดตัวกิจกรรม “Design Culture” Exhibitionสุดแนว ที่บอกเล่าเรื่องราวการดีไซน์ของโตโยต้า ผสานเข้ากับกระแสความนิยมในปัจจุบัน ซึ่งเป็นกิจกรรมแรก ภายใต้แคมเปญ Past Forward เรียนรู้จากอดีต สร้างสรรค์ผลงานปัจจุบัน ผลักดันแรงบันดาลใจสู่ออนาคต นำมาซึ่งการปรับภาพลักษณ์แบรนด์โตโยต้า ที่เน้นงานดีไซน์ที่ทันสมัยมากขึ้น ควบคู่ไปกับฟังก์ชันการใช้งาน ความสะดวกสบาย ลดการใช้พลังงานเชื้อเพลิง และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมยานยนต์ ครองยอดขายอันดับ1 ในตลาดอย่างต่อเนื่อง

นายสมชัย ศุภวิทิตพัฒนา ผู้จัดการฝ่ายการตลาดรถเพื่อการพาณิชย์ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้กล่าวถึงที่มาของแคมเปญ Past Forward ว่า เป็นแคมเปญที่เกิดขึ้นจากแนวคิดหลักของโตโยต้า ในการออกแบบและพัฒนารถยนต์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก ซึ่งมีการพัฒนาต่อยอดมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงวางแผนงานไปถึงอนาคต เป็นแคมเปญที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ จัดขึ้น ณ The Style by TOYOTA สยามสแควร์วัน มีระยะเวลาอย่างต่อเนื่องถึงปี 2560 แบ่งการจัดกิจกรรมออกเป็น 3 ชิมหลัก ได้แก่ กิจกรรมที่ 1 Design Culture - นิทรรศการวัฒนธรรมการออกแบบ ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน (สิงหาคม – กันยายน 2559) กิจกรรมที่ 2 Design for Future-นิทรรศการดีไซน์จุดประกายความคิดแห่งอนาคต (ตุลาคม – พฤศจิกายน 2559) และ กิจกรรมสุดท้าย Togetherness-นิทรรศการต่อยอดความคิด สะกิดมุมมอง (มกราคม 2560) มีจุดประสงค์หลักเพื่อมุ่งเน้นการบอกเล่าเรื่องราว ปรัชญาการออกแบบ เบื้องหลังแรงบันดาลใจที่จะมาเป็นรถยนต์โตโยต้า โดยผสานเรื่องราวให้สอดคล้องไปกับงานดีไซน์ที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบมาให้ความรู้ พร้อมการทดลองลงมือปฏิบัติจริง โดยหวังให้เกิดการรับรู้ถึงขั้นตอนของการออกแบบ

แนวคิด การลำดับความคิด การสร้างแรงบันดาลใจ ไปจนถึงการสร้างสรรค์ผลงานอย่างถูกต้อง ทั้งในส่วนดีไซน์ของ โดโยต้า และดีไซน์ที่กำลังเป็นกระแสอยู่ในปัจจุบัน (Design Trend) นำมาซึ่งการปรับภาพลักษณ์แบรนด์โดโยต้า ให้มีความเป็นวัยรุ่น เท่ และทันสมัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้แบรนด์โดโยต้า สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ ได้มากขึ้นด้วยเช่นกัน “

สำหรับกิจกรรมแรก “Design Culture - นิทรรศการวัฒนธรรมการออกแบบ ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน” ถือเป็น กิจกรรมเริ่มต้นการรับรู้ที่มาของงานดีไซน์ ควบคู่ไปกับดีไซน์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันของคนรุ่นใหม่ บอกเล่า เป็นเรื่องราวการออกแบบที่ให้ทั้งสาระความรู้ ชวนติดตาม น่าค้นหา สอดแทรกด้วยความบันเทิงอย่างสนุกสนาน ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อรับฟัง สัมผัส และเข้าถึงงาน ดีไซน์ของโดโยต้า ได้อย่างแท้จริง นำเสนอกิจกรรมในรูปแบบของงานนิทรรศการเชิงสร้างสรรค์ ของแบรนด์โดโย ต้า และ รองเท้าสニーカー ถ่ายทอดเรื่องราววัฒนธรรมการออกแบบในแต่ละยุคของรถโดโยต้า ตั้งแต่อดีตจนถึง ปัจจุบัน เป็นไปตามแนวคิดหลักของการออกแบบ ที่ต้องการผสมผสานระหว่างเรื่องของอารมณ์กับเหตุผลเข้าด้วย กัน เพื่อตอบสนองผู้ใช้ทุกเพศทุกวัย ควบคู่ไปกับดีไซน์เทรนด์ อย่างรองเท้าสニーカー ที่กำลังเป็นกระแสความนิยม ของกลุ่มวัยรุ่นอย่างมาก เป็นที่มาของรูปโฉมรถยนต์ All New Sienta ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจในการออกแบบมาจาก รองเท้าสニーカーประเภทหนึ่ง โดยการนำเส้นสายของรองเท้าใช้ในการออกแบบ เพื่อสื่อถึงความมีชีวิตชีวา กระฉับ กระเฉง ไม่เป็นทรงสี่เหลี่ยมแบบเดิมๆ All New Sienta ถือเป็นรถยนต์รุ่นแรกที่พลิกโฉมงานดีไซน์ของโดโยต้า ที่ เห็นได้อย่างชัดเจน กิจกรรมแรกนี้ นอกจากนำเสนอเรื่องราวการดีไซน์ของรถโดโยต้าแล้ว ยังมีการจัดแสดงโชว์สเนี กเกอร์รุ่นหายากอย่าง Yeezy2 “RED OCTOBER” รองเท้ารุ่นสุดท้ายที่ ”คานเย เวสต์” ออกแบบให้กับทาง Nike ก่อนที่จะย้ายไปอยู่ค่ายใหม่กับทาง Adidas และ NMD Exclusive for Friends and Family ที่มีเพียง 150 คู่ใน โลก และรุ่นอื่นๆ อีกมากมาย นำมารวมไว้ที่ The Style by TOYOTA พร้อมกันนี้ก็มีช่วงของการพูดคุยถึงแรงบันดาลใจ (Inspiration) ในการออกแบบ ผ่านโดโยต้า กูรู เก่ง ฌ็องวงค์ รอดพันธ์ธนโชติ นักออกแบบ แผนกวางแผน รถเพื่อการพาณิชย์ ฝ่ายวางแผนผลิตภัณฑ์ บริษัท โดโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด พร้อมด้วย จี๊ด สมบูรณ์ เมืองสิริขวัญ Sneakerhead ชื่อดังของเมืองไทย และ บอล กันตพัฒน์ สิริเกียรติยศ Creative Director ผู้ก่อตั้งแบ รนด์ Sneaka Villa สตาร์ทอัพชั้นนำของเมืองไทย

นอกจากนี้ยังมีดารานักแสดงขวัญใจวัยรุ่น ตัวแทนคนรุ่นใหม่ นำโดยหนุ่ม เฟม ชวิน ลิขิตเจริญพงษ์ สาวสวยเสียง ไส เปียร์ เดอะวอยซ์ ภัทรนันท์ รัชภมวงศ เนิตไอดอลวัยใส สนุก รัชย์ชนก สายสวัสดิ์, ออม ฌัญภรณ์ สิริเกียรติยศ, อาชิ อาชิตา สิริปัญญาพนธ์ และ Youtuber สาวเก่งมากความสามารถ สัม มารี เออเจนี เลอเลย์ ที่มาร่วมเผยแพร่ สไตส์ความเป็นตัวเอง พุดคุยแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับแรงบันดาลใจ และเปิดมุมมอง แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการ ดีไซน์ของโดโยต้า และ สニーカー จากนั้นปิดท้ายกิจกรรมแรกด้วยการ Workshop ขั้นตอนการสร้างสรรค์งานดีไซน์ ์ Clay Model และ Sketch Design ให้ทุกคนได้สนุกกับการทดลองปั้นรถยนต์ด้วยดิน ที่ใช้ในการพัฒนาการ ออกแบบจริง และการสเก็ตภาพการออกแบบรองเท้าสニーカーด้วยตัวเอง

เตรียมพบกับกิจกรรมถัดไป Design for Future ในเดือนตุลาคม-พฤศจิกายนนี้ สามารถติดตามข่าวสารกิจกรรมได้ที่ [www.thestylebytoyota.com](http://www.thestylebytoyota.com) และ Facebook The Style by TOYOTA กิจกรรมดีๆ ฟรี!!! ไม่เสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด