

COMUNICADO DE PRENSA

JETOUR presenta "Ridge of Steel", la nueva identidad visual de la Serie G

- Creada por la reconocida diseñadora Paula Scher, el concepto refleja el espíritu de exploración y conquista que distingue a la Serie G.
- Integra inspiración en paisajes de alta montaña, una tipografía exclusiva y un lenguaje gráfico orientado a fortalecer el carácter todoterreno, tecnológico y premium de la Serie G en los mercados internacionales.
- Esta nueva propuesta forma parte de la estrategia global de JETOUR para consolidar el posicionamiento premium de la Serie G.

Ciudad de México, 24 de julio de 2026.- JETOUR presentó oficialmente "Ridge of Steel", la nueva identidad visual de la Serie G, desarrollada bajo la dirección de la reconocida diseñadora gráfica Paula Scher. Este lanzamiento marca una nueva etapa en la evolución de la Serie G y forma parte de la estrategia global de la marca para fortalecer su posicionamiento dentro del segmento premium de vehículos todoterreno híbridos.

Desde el debut mundial de G700, Paula Scher se integró como consultora artística de la Serie G, desempeñando un papel clave en el desarrollo del concepto creativo. La presentación de esta nueva propuesta representa un paso importante en la consolidación de una imagen con mayor proyección internacional.

Reconocida como una de las diseñadoras gráficas más influyentes del mundo, Paula Scher ha desarrollado proyectos para marcas internacionales de software, banca y joyería, entre otros sectores, lo que convierte esta colaboración en su primera participación de gran alcance con una marca automotriz.

El origen de "Ridge of Steel"

Tomando como referencia las imponentes montañas del Himalaya, Paula Scher desarrolló una propuesta gráfica concebida para transmitir fortaleza, ambición y el espíritu de exploración que caracteriza a la Serie G.

"Cuando vi el vehículo por primera vez, comprendí inmediatamente el potencial que ofrecía el G700. Me inspiré en el Himalaya, en sus imponentes cumbres y en la majestuosidad de la naturaleza. Ese paisaje transmite un espíritu de ambición y desafío. La idea 'Ridge of Steel' (cresta de acero) refleja perfectamente esas cualidades con gran fuerza, es fácil de reconocer y recordar", comentó Paula Scher.

Para Ke Chuandeng, presidente de JETOUR International, esta contribución representa un paso más en la evolución de la Serie G y en la consolidación de una identidad de marca con proyección global.

"Nuestro objetivo con la Serie G ha sido posicionarla entre las principales marcas globales de vehículos todoterreno, combinando tecnología de vanguardia con una identidad auténtica.

Buscamos construir una marca premium especializada en vehículos híbridos todoterreno para una nueva era", afirmó.

Diseño para una identidad global

Además de la propuesta gráfica "Ridge of Steel", Paula Scher desarrolló una tipografía exclusiva para la Serie G. Su diseño incorpora líneas limpias y formas geométricas que transmiten fortaleza, precisión y equilibrio, permitiendo mantener un sistema visual consistente en los distintos mercados donde la marca tiene presencia.

Con esta colaboración, JETOUR incorpora una de las firmas más reconocidas del diseño gráfico internacional, para fortalecer el concepto creativo de la Serie G y consolidar una identidad diferenciada que acompañe la evolución de su portafolio premium a nivel internacional.

Para conocer más sobre JETOUR G700 y el resto del portafolio, visita el sitio www.jetoursoueast.mx