

捷途旅行者：如何以“冠军基因”开启方盒子价值新时代？

来源：郑晴易 发布时间：2025-11-18 10:45:14

当“方盒子”造型从小众审美走向主流市场，捷途汽车用一场“旅行者之夜”给出了新答案。11月17日，北京雁栖湖国际会展中心的第四届旅行+大会上，2026款捷途旅行者与捷途旅行者C-DM双车联袂上市，不仅以燃油、电混双重进阶巩固“中国方盒子全球冠军”地位，更通过“序列化产品矩阵”“全场景技术赋能”“旅行+生态深化”三重动作，重新定义方盒子车型的“价值冠军”标准。

从“爆款单品”到“冠军家族”：以用户共创重构产品序列

捷途旅行者的成功，可以说是“用户导向”的必然结果。作为“方盒子时代”的开创者，旅行者系列仅用26个月就突破40万全球销量，畅销91国且连续20个月销量破万，这份成绩的核心，是捷途对“用户需求”的快速响应与深度共创，此次将“捷途山海T2”更名为“捷途旅行者C-DM”，正是最直接的体现。

更名背后，是捷途对用户声音的重视。此前不少用户反馈“希望电混车型归入旅行者序列”，品牌迅速响应并完成调整，既让产品矩阵更清晰，也让用户感受到“被重视”的参与感。



这种“双向奔赴”的共创模式，不仅让旅行者系列从“单一爆款”升级为“燃油+电混”的冠军家族，更标志着捷途从“卖产品”向“做用户生态”的跃迁。当“旅行者”成为一个可信赖的“IP符号”，其承载的就不再是单一车型，而是用户对“自由探索”的集体向往。

更值得关注的是，这一调整让奇瑞鲲鹏超能混动C-DM技术正式融入旅行者矩阵，填补了“方盒子+长续航电混+高阶智驾”的市场空白，对于用户而言，以后无需在“硬核越野”与“日常省油”间妥协。

燃油+电混双进阶：用33项硬核指标定义“价值冠军”

如果说销量是“市场认可”的证明，那么产品力就是“价值冠军”的底气。此次上市的2026款捷途旅行者与旅行者C-DM，分别以“6大第一、8大唯一、14大领先”和“10大第一、9大唯一、14大领先”的硬核配置，实现了“从销量冠军到价值冠军”的全面跨越。

其中，燃油款把“越野门槛”拉低到12万级。2026款捷途旅行者的核心优势，便是12.49万-16.49万的限时焕新价，让“硬核越野”变得“人人可及”。其搭载的鲲鹏动力2.0TGDI，配合行业唯一的XWD全自动智能四驱，无需复杂操作就能应对多种复杂路况；31000N·m/deg的车身扭转刚度、700mm涉水深度，性能比肩更高价位越野车型，却把价格控制在12万级，这意味着更多用户能以“平民价”享受专业越野体验。

同时，它并没有牺牲日常舒适性，10层舒适结构座椅、麂皮内饰、魔术电吸尾门营造豪华感，副驾女王座+二排小桌板适配家庭出行，15.6英寸2.5K中控屏+16GB运存确保车机流畅度。这种“越野不硬核，舒适不妥协”的平衡，精准击中了“既想周末撒野，又要日常通勤”的用户需求。

而电混款则补上“方盒子”的最后一块短板。限时焕新价15.29万-20.99万的捷途旅行者C-DM，解决了方盒子车型“油耗高、续航焦虑”的传统痛点。依托鲲鹏超能混动C-DM技术，它实现1300km超长综合续航，日常通勤用电成本低，长途自驾无需频繁补能；1.5TD+三电机组成的四擎四驱系统，配合32000N·m/deg车身刚度，保留硬核越野性能，做到“省油不省劲”。

更关键的是其智能化的升级。华为乾崮ADS 4高阶智驾系统+高通8255芯片+24GB运存，能实现复杂路况的智能预判与辅助驾驶，降低长途驾驶疲劳；科大讯飞星火AI大模型让人机交互更自然，补上了“方盒子车型智能配置弱”的短板。对追求“科技感+长续航+越野”的用户来说，这是“一步到位”的选择。

两款车型还同步优化外观：新增“深海蓝”配色，燃油款升级R19轮毂与直瀑尾灯，电混款则通过15处细节焕新平衡力量感与精致度，让“方盒子”不再只是“硬朗”的代名词，更兼具现代审美。

不止于车：以“旅行+”生态让“向往落地”

捷途的野心，从来不止是“卖好一辆车”，而是构建“以车为核心的旅行生态”。截至目前，捷途已在全球布局3000余座捷途驿站，链接360家联盟伙伴，通过“+好物、+潮改、+权益、+驿站”四个维度，把“旅行”从“购车后的附加体验”变成“购车时的核心价值”。

对用户而言，这意味着“买旅行者，不止是买一辆能越野的车，更是买一张‘全球旅行通行证’”：无论是自驾途中的驿站补给、专属旅行路线推荐，还是车辆的潮改服务、售后保障，捷途都已提前铺垫。这种“车+场景+服务”的生态闭环，让“向往就前往”不再是口号——当用户驾驶旅行者出发时，背后有一整套生态体系支撑，无需担心“路上没保障，玩得不尽兴”。

而7年204万全球销量的“捷途速度”，正是这一生态的最好背书。从聚焦“旅行+”赛道的差异化选择，到以用户共创完善产品矩阵，再到用生态深化体验，捷途走的是一条“不跟同质化内卷，只跟用户需求同行”的路。

总结

2026款捷途旅行者与旅行者C-DM的上市，本质上是捷途对“方盒子车型”的又一次定义：它不再是“小众造型的玩具”，而是“兼顾性能、智能、舒适、生态”的全场景出行伙伴；不再是“燃油或电混二选一”，而是“燃油保基础，电混拓边界”的家族化选择；不再是“孤立的产品”，而是“链接旅行生态的入口”。

对于汽车行业而言，捷途证明了“差异化赛道”的可能性。当多数品牌在同质化竞争中内卷时，它聚焦“旅行+”，用产品力+生态构建壁垒；对于用户而言，捷途用“12万级越野、15万级电混智驾”的价格，让“高端体验”实现平权。

从“中国方盒子全球冠军”到“价值冠军”，捷途旅行者系列的进阶，或许能给行业一个启示：真正的“冠军”，从来不是打败对手，而是读懂用户，并用持续的技术与生态创新，让用户的“向往”真正落地。

HTML版本：[捷途旅行者：如何以“冠军基因”开启方盒子价值新时代？](#)