

捷途旅行者双车上市，这波“方盒子”是啥操作？

来源：王佳仪 发布时间：2025-11-18 23:47:52

知嘹汽车/费德

方盒子车型市场早已杀成红海，价格战打得车企们肉疼，用户也挑花了眼。在这个同质化严重的赛道，捷途旅行者双车选择此时入局，是突围新招还是无奈跟风？当“越野”成为新的内卷关键词，消费者真正需要的究竟是什么？或许，答案不止于车本身。

雁栖湖畔的这场“旅行者之夜”，捷途汽车到底在搞什么名堂？2026款捷途旅行者与旅行者C-DM双车联袂登场，燃油与电混双线出击，这是要在中国车市的“方盒子”热潮中再添一把火。



七年200万销量，捷途凭什么？

七年时间，全球狂销200万辆——这个从奇瑞体系里杀出的“黑马”，究竟靠什么在竞争惨烈的中国汽车市场杀出重围？捷途旅行者系列26个月卖出40万辆，连续20个月月销破万，出口91个国家和地区，在14个国家拿下方盒子车型销冠。这些数字背后，是捷途对“旅行+”定位的精准把控。

更值得玩味的是，捷途在全国布下的3000多座驿站网络。从加油、检测到救援，这套服务体系正在构建一个独特的出行生态。当传统车企还在拼配置、比价格时，捷途已经悄然织起了一张覆盖G318等热门路线的大网。这步棋，下的不只是车，更是整个出行生活方式的棋局。

新车升级：诚意之作还是挤牙膏？

2026款捷途旅行者的变化值得细品。前格栅更立体、装饰灯暗化处理、全新R19轮毂，再加上那个深邃的深海蓝配色——这些外观上的微调，显然是为了在方盒子扎堆的市场中保持新鲜感。而车内九处力量派拉手、钻石纹理实体按键的回归，则是对用户实用需求的直接回应。

智能层面的升级更是耐人寻味。15.6英寸大屏配16GB运行内存，整合智能AI模型，这套系统能否真正实现“流畅不卡顿”？四驱系统的强化、底盘金属护板的加持，还有8AT版本原厂就配的拖车钩和AT轮胎——这些越野硬配置的升级，显然是要堵住那些“城市玩具”的质疑声。

混动版的旅行者C-DM更是野心毕露。华为智能驾驶系统的加持，号称能实现“类人驾驶体验”；魔皮内饰、压缩机冰箱、电吸尾门这些配置，明显是要在硬派外观里塞进豪华体验。但问题是，这套混动系统能否在越野场景下依然稳定输出？

燃油版12.49万起，混动版15.29万起——捷途这波定价算得上良心。在方盒子车型动辄20万+的市场里，这个价格无疑具有杀伤力。

用户生态，能否成为捷途的护城河？

这场大会最值得玩味的，不是新车发布，而是捷途展示的用户生态。年度十大改装达人的评选、全球46万人次的共创活动、近十万条用户建议被采纳——这些数字背后，是捷途构建的独特用户关系。当传统车企还在闭门造车时，捷途已经把用户变成了产品经理。

旅行+战略的四个维度——好物、潮改、权益、驿站，正在形成一个完整的商业闭环。从APP商城到联盟伙伴折扣，从定制改装到驿站服务，捷途卖的早已不是车，而是一整套旅行解决方案。这种生态的构建，或许才是其七年200万辆销量的真正密码。

写在最后

捷途旅行者双车的上市，标志着这个以“旅行”为名的品牌进入了新阶段。在燃油与电混并行，对于渴望诗和远方的消费者来说，捷途提供的不仅是一辆车，更是一张通往旅行生活的入场券。至于这张入场券，到底值不值这个价，还是要靠市场来定夺。

知嘹汽车原创文章，如需转载请联系我们

图片来源于网络，如侵权请联系作者删除

HTML版本：[捷途旅行者双车上市，这波“方盒子”是啥操作？](#)