

捷途创新旅行+，进阶‘方盒子’越野新价值

来源：陈柏湖 发布时间：2025-11-21 08:43:58

11月17日，捷途汽车在北京雁栖湖国际会展中心举办第四届旅行+大会，正式发布了2026款捷途旅行者与捷途旅行者C-DM。

在“方盒子”车型市场持续火爆的背景下，捷途汽车通过燃油与电混双线布局，以“旅行者”系列化战略开启了从“销量冠军”到“价值冠军”的转型之路。随着山海T2正式更名为旅行者C-DM，捷途展示了其对用户需求的快速响应能力，而其构建的“旅行+”生态正逐渐成为差异化竞争的核心壁垒。

“方盒子”赛道持续升温 捷途双车战略占据细分市场



在当前汽车市场同质化竞争加剧的背景下，“方盒子”硬派越野车型正成为新的增长点。根据乘联会数据，2024年硬派越野车型销量同比增长超过40%，其中兼具城市舒适性和越野能力的“轻越野”车型表现尤为突出。捷途旅行者系列仅用26个月实现全球销量突破40万辆，连续20个月月销破万，充分证明了这一细分市场的巨大潜力。

本次发布的2026款捷途旅行者以12.49万至16.49万元的限时售价，进一步巩固了其性价比优势；而捷途旅行者C-DM则以15.29万至20.99万元的价格区间，切入新能源越野赛道。这种“燃油+电混”的双线布局，不仅保持了在传统市场的竞争优势，还迅速抢占新能源市场，展现了捷途对市场趋势的精准把握。

从“用户共创”到“序列化” 捷途重构品牌护城河

值得注意的是，本次大会上捷途宣布山海T2正式更名为旅行者C-DM。这一举措不仅是简单的命名调整，更是捷途“用户共创”理念的深度实践。在竞争日益激烈的汽车市场，能够快速响应用户需求、及时调整产品策略的能力，正成为品牌的核心竞争力。

奇瑞汽车股份有限公司总裁助理张纯伟表示：“向往就前往，一起见证‘中国方盒子全球冠军’捷途旅行者开启新篇章。”这种与用户深度互动的品牌文化，使得捷途在七年内累计获得超过200万全球用户，创造了“捷途速度”的市场奇迹。

技术赋能构建产品矩阵 捷途开启“价值跃迁”新征程

在产品层面，两款新车展现了不同的技术路线。2026款捷途旅行者延续燃油车的优势，搭载鲲鹏动力2.0T GDI发动机，配合XWD全自动智能四驱系统，继续保持卓越的越野性能。而旅行者C-DM则依托奇瑞鲲鹏超能混动C-DM技术，实现1300公里综合续航，并搭载华为乾崮ADS 4高阶智驾系统，在智能化领域实现突破。

这种差异化技术路线的背后，是捷途对市场需求多元化的深刻理解。一方面，传统燃油越野市场仍有稳定需求；另一方面，新能源与智能化已成为不可逆转的趋势。捷途通过双技术路线并行，不仅满足了不同用户群体的需求，还实现了技术储备的全面布局。

“旅行+”生态构建新增长极 场景化体验重塑出行价值

在产品同质化日益严重的当下，捷途独创的“旅行+”生态正成为其差异化竞争的关键。通过在全球布局3000余座捷途驿站，链接360家联盟伙伴，捷途将汽车从单纯的交通工具升级为连接用户与生活场景的移动空间。

这种生态化战略的深层逻辑，是通过构建“人-车-场景”的闭环，提升用户粘性和品牌忠诚度。在汽车消费从“拥有”向“体验”转变的背景下，捷途的“旅行+”生态不仅创造了新的商业模式，更重新定义了汽车产品的价值内涵。

结语

随着2026款捷途旅行者与捷途旅行者C-DM的联袂上市，捷途汽车正在完成从单一爆款到冠军家族、从销量追逐到价值创造的战略转型。在“方盒子”市场竞争日趋激烈的背景下，捷途通过产品矩阵化、技术多元化、生态场景化的组合拳，展现了对市场趋势的深度洞察和快速响应能力。其“旅行+”战略所构建的差异化竞争优势，或许将为整个行业提供新的发展思路——在技术趋同的时代，基于用户真实需求构建的生态体系，才是品牌最坚固的护城河。