

紫气东来 逢绿必贵，坦克品牌全家族亮相广州车展

来源：林家沛 发布时间：2025-11-23 00:39:17

本次广州车展，坦克品牌以“新潮酷 新越野”为核心主题，携全系车型矩阵强势登陆，通过文化赋能、技术创新、用户共创，展现了其在高端越野市场的领军地位与未来发展方向。

全新坦克400以敦煌紫车色亮相，其灵感源于莫高窟壁画中沉淀千年的深邃紫调，既承载“紫气东来”的祥瑞寓意，又与岭南文化的开放包容形成共振。而全新坦克500的敦煌绿车色则传承了壁画“逢绿必贵”的传统美学，结合新中式豪华设计语言，将皇家宫殿的庄严风骨转化为现代越野车的东方豪华感。



更具象征意义的是坦克300极地版的全球首发。该车型以“极地荣耀”为设计理念，在座椅头枕嵌入南极长城站经纬坐标的“极地印记”，车身采用“极地锋芒”拉花与“极地橙”车色，将极地探险精神与用户身份认同深度绑定。这种文化赋能策略不仅吸引了年轻消费群体的情感共鸣，更通过“紫气东来”“极地荣耀”等文化符号，将越野车从单纯的交通工具升华为文化载体，实现了从“产品出海”到“文化输出”的跨越。

在技术维度，坦克品牌通过多元化动力系统与专业级越野装备的组合，构建了覆盖全场景的越野解决方案。坦克300极地版首次提供2.4T柴油高性能发动机与2.0T汽油高功率发动机双动力选择，其中柴油版在-40℃极寒环境下仍能稳定启动，配合AT全地形越野轮胎、9500磅无线遥控绞盘、2.5吨牵引资质等极境专享装备，解决了严寒环境下的用车痛点。而全新坦克500搭载的Hi4-Z功率分流架构，实现了201km纯电续航与4.3秒零百加速的性能突

破，在高端越野市场树立了“电动化+高性能”的新标杆。

全新坦克400采用凌厉直线与立体型面构建的机甲造型，打破了传统SUV的设计边界，其“未来感”与“潮酷属性”精准击中年轻消费群体的审美痛点。上市两周即实现近5000台的终端成交量，验证了设计创新对市场需求的强大拉动效应。

坦克300极地版的全球限量300台预订模式，是用户共创战略的典型实践。该车型从设计理念到配置选择均融入用户多维共创成果，如极地场景适应性装备、个性化拉花设计等，既提升了产品的竞争力，也增强了用户的忠诚度与归属感。这种“用户参与设计”的模式，突破了传统车企“单向输出”的研发逻辑，形成了“需求洞察-共创开发-价值共享”的闭环生态。

从极地探险到城市通勤，从专业改装到日常使用，用户不仅购买车辆，更融入一个包含文化体验、技术交流、社区互动的立体化生态体系。这种生态体系不仅提升了用户粘性，更通过口碑传播与社区运营，形成了“品牌-用户-文化”的良性互动循环。

在中国越野车市场，坦克品牌市占率已突破50%，成为无可争议的领军者。这一成就的背后，是品牌对高端越野市场的精准定位与战略纵深布局。通过文化赋能提升品牌溢价，通过技术创新构建技术壁垒，通过用户共创深化市场渗透，坦克品牌形成了“三位一体”的竞争优势。更值得关注的是其全球视野。正如广州这座城市在传统与潮流中不断向前，坦克品牌正以“新潮酷 新越野”的生命力，在全球越野技术高地上突破外资垄断。从敦煌色彩到极地印记，从机甲美学到Hi4-Z架构，坦克品牌正在用中国智慧重新定义越野车的价值标准，让中国越野被世界看见。

HTML版本： [紫气东来](#) [逢绿必贵](#)，[坦克品牌全家族亮相广州车展](#)