

双车齐发破局方盒子红海：捷途旅行者的冠军跃迁之道

来源：连育如 发布时间：2025-11-23 13:43:05

雁栖湖畔的星光，不仅照亮了旅行爱好者的狂欢夜，更映照着中国汽车品牌在细分市场的战略突围。11月17日，捷途汽车以“向往就前往”为主题的第四届旅行+大会上，2026款捷途旅行者与捷途旅行者C-DM双车联袂上市，标志着这个“中国方盒子全球冠军”正式从“销量王者”向“价值标杆”全面跃迁。在方盒子细分市场已成红海的当下，捷途的此次动作，绝非简单的产品迭代，而是一场以用户共创为核心、以技术生态为护城河的战略升维。

“捷途速度”的底层逻辑：从差异化赛道到生态壁垒

七年前，当行业陷入同质化竞争的泥沼时，捷途选择了“旅行+”这条“非主流”赛道。正如奇瑞汽车股份有限公司常务副总裁张国忠在发布会上所言：“捷途洞察到，汽车不仅是交通工具，更承载着用户对自由、对探索、对新生活的向往。在看似饱和的红海之旁，总有通往用户内心的蓝海。”这份对用户需求的精准锚定，成为“捷途速度”的最初密码。



数据是最好的佐证：成立仅7年便收获超204万全球用户，成为中国品牌中 fastest 达成200万辆销量的车企；旅行者系列更以26个月破40万辆的成绩，刷新全球方盒子车型销量纪录，畅销91国且连续20个月销量破万。这份成绩单的背后，是“产品+生态”的双重驱动。捷途并非单纯售卖汽车，而是通过3000余座驿站、360家联盟伙伴构建的“旅行+”生态，将交通工具转化为“旅行生活解决方案”，这种“车即场景入口”的思维，让其在用户心智中建立

了难以复制的壁垒。

序列化更名背后：用户共创的“冠军家族”逻辑

本次大会最具深意的动作，莫过于将“捷途山海T2”更名为“捷途旅行者C-DM”。这一调整绝非简单的品牌标签更换，而是捷途“以用户为中心”理念的极致体现。正如奇瑞汽车股份有限公司总裁助理、捷途国内营销中心总经理张纯伟所言：“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。”

在方盒子市场竞争加剧的当下，用户对“正统性”与“系列化”的认知需求日益凸显。捷途敏锐捕捉到这一信号，通过更名将电混车型归入旅行者序列，既回应了用户对“冠军家族”的身份认同，也完成了“燃油+电混”的产品矩阵闭环。这种“用户呼声即战略指令”的快速响应，让旅行者系列从单一爆款升级为“冠军家族”，形成12-21万元价格带的全覆盖。当竞品仍在单打独斗时，捷途已通过序列化布局构建起“集团作战”优势，这正是其从“销量冠军”向“价值冠军”跃迁的关键一步。

双车齐发的价值突围：技术平权与场景全能

2026款捷途旅行者与C-DM的上市，精准击中了当前方盒子市场的三大痛点：智能配置不均衡、越野与舒适难以兼顾、新能源车型续航焦虑。2026款旅行者以“6大第一、8大唯一、14大领先”的产品力，延续燃油方盒子的硬核基因——鲲鹏2.0TGDI+行业唯一XWD全自动四驱，31000N·m/deg扭转刚度与700mm涉水深度，让“人人皆可越野”从口号变为现实；而15.6英寸2.5K中控屏、10层舒适座椅等配置，则消解了传统硬派越野“牺牲舒适换性能”的刻板印象。

捷途旅行者C-DM则以“长续航华为乾崮智驾方盒子”的定位，实现了三大核心体验的融合：奇瑞鲲鹏超能混动C-DM技术带来1300km综合续航，解决新能源越野的里程焦虑；四擎四驱系统+32000N·m/deg扭转刚度，确保越野性能不打折；高通8255芯片+华为乾崮ADS 4高阶智驾，让智能科技不再是高端车型的专属。这种“硬核性能+智能平权+续航自由”的组合，让其在15-21万元价格带形成“降维打击”优势。

捷途：方盒子市场的“价值重构者”

当多数车企仍在方盒子市场比拼“造型硬朗度”“参数堆料”时，捷途已通过双车上市完成了“价值重构”。它用“旅行+”生态定义了方盒子的“场景价值”，用序列化布局定义了“家族价值”，用技术平权定义了“用户价值”。从雁栖湖畔的星光到全球200万用户的认可，捷途旅行者系列的跃迁之路证明：中国汽车品牌的竞争，早已超越单一产品的较量，进入“生态+用户+技术”的综合实力比拼时代。

随着双车的全面铺开，捷途不仅将巩固“中国方盒子全球冠军”的地位，更将为行业树立“细分市场价值跃迁”的新范本。毕竟，当一辆车能同时满足“城市通勤的智能舒适”“周末

越野的肆意撒野”“长途旅行的生态保障”时，它早已不是单纯的交通工具，而是用户向往生活的“同行者”——这正是捷途旅行者系列最核心的价值密码。

HTML版本：[双车齐发破局方盒子红海：捷途旅行者的冠军跃迁之道](#)