

捷途旅行者双车上市：方盒子市场迎来“燃油电混通吃”破局者

来源：毛怡君 发布时间：2025-11-23 19:31:53

在北京雁栖湖国际会展中心的灯光下，捷途汽车第四届“旅行+”大会没有流量明星站台，也没有过度渲染的情怀故事，却藏着方盒子细分市场的重要变化：2026款捷途旅行者（燃油版）与捷途旅行者C-DM（电混版）同步登场，把这个原本贴着“小众越野”标签的品类，拉进了“兼顾家用与探索”的大众视野。

七年200万销量的底气：踩准“场景刚需”而非“堆配置”

发布会上，奇瑞常务副总裁张国忠披露的一组数据格外亮眼：截至2025年10月，捷途仅用7年（86个月）便实现全球累计销量204.6086万辆，成为中国汽车品牌中最快达成这一成绩的企业。回溯2017年捷途刚成立时，紧凑型SUV市场已被哈弗、长安等巨头占据，若扎堆拼参数、拼价格，几乎没有突围可能。



捷途选择了一条差异化路径：不紧盯“城市通勤”红海，而是瞄准用户“想出去玩却没合适车”的痛点。当时市场上，硬派越野（如Jeep牧马人）价格高且不适合日常使用，城市SUV虽时尚却难以应对复杂路况。捷途偏偏要做“两者之间的车”，还搭建了“旅行+”生态——如今已在全球布局3000余座捷途驿站，链接360家联盟伙伴，能解决户外停车、补给等实际问题，甚至能提供露营装备支持。

这种“车+场景”的组合，最终落地到旅行者系列上。数据印证了其成功：该系列仅

用26个月便实现全球累计销量突破40万辆，创下全球方盒子车型最快破此纪录的成绩，产品覆盖91个国家，连续20个月月销破万。相较于靠“网红设计”短期冲量的车型，旅行者能稳住销量，核心是抓住了一群“既要又要”的用户——他们不愿为偶尔的越野买“油老虎”，也不想为日常通勤放弃探索的可能。

从“山海T2”到“旅行者C-DM”：更名是听用户话的实在行动

此次发布会最受关注的细节之一，是原“捷途山海T2”正式更名为“捷途旅行者C-DM”。这个变化看似只是换了个名字，实则是用户反馈倒逼的结果。此前与捷途销售沟通时便发现，不少客户看到“山海T2”会疑惑：“这和旅行者有啥区别？长得差不多，是不是只换了动力？”这种认知混淆，已切实影响到用户下单决策。

捷途国内营销中心总经理张纯伟在现场直言：“就是用户提得多了，我们才决定归到旅行者序列里。”这话听着简单，在车企中却并不容易实现——很多品牌的产品命名、序列划分常由“总部拍板”，很少会因用户疑问调整。此次更名，不仅解决了“叫什么”的认知问题，更让捷途在方盒子市场首次摆出“燃油+电混”的完整阵容：12万-16万元的燃油版面向偏爱传统越野的用户，15万-21万元的电混版则服务于“城市省油、周末撒野”的家庭用户，价格带刚好覆盖大部分家用SUV的主流预算。

双车产品力：没搞“花里胡哨”，全是用户能摸到的实在

两款新车的差异设计，精准对应了不同用户的需求。先看2026款旅行者燃油版，核心思路是“让普通人也能轻松越野”：搭载的鲲鹏2.0T GDI发动机，配合行业唯一的XWD全自动智能四驱系统——此前试驾老款时便发现，这套四驱无需手动调节模式，遇到烂路会自动切换，对不熟悉越野的人十分友好。31000N·m/deg的车身扭转刚度、700mm的涉水深度，这些参数不是“堆数据”，而是能切实应对郊外坑洼路段的硬实力。

捷途旅行者C-DM则更懂“家用+探索”的平衡。1300km的综合续航，基本能满足北京到上海的单程出行，无需中途频繁找充电桩；由1.5TD发动机+P2+P2.5+P4三电机组成的四擎四驱系统，动力响应比燃油版更灵敏，市区堵车时跟车也更平顺。智能配置上，智驾版搭载的高通8255芯片搭配24GB运行内存，车机操作几乎无延迟；华为乾崮ADS 4高阶智驾系统，在高速上能自动跟车、变道，过弯角度计算精准，跑长途能大幅减轻驾驶疲劳。

细节设计也满是诚意：两款车均配备10层舒适结构座椅，麂皮内饰触感细腻，魔术电吸尾门无需用力关闭；燃油版新增9处“力量派拉手”，越野时能帮助乘客保持平衡，副驾一键放倒女王座与二排小桌板，带家人出行时实用性拉满；电混版则对外观进行了15处质感优化，比如调整格栅线条使其更柔和，日常开出去不会显得“过于硬派”，兼顾了家用场景的审美需求。

价格与权益：不是“低价走量”，是“同价里给更多实在”

此次双车的定价策略很务实：2026款捷途旅行者限时焕新价12.49万-16.49万元，覆盖1.5TD探索至2.0TD XWD征服等版本；捷途旅行者C-DM限时焕新价15.29万-20.99万元，包含129km至211km XWD华为乾崑智驾等版本。这个价格不是“最低”，但性价比突出——既覆盖了主流家用SUV的预算区间，又在配置上给到了同价位少有的越野、智能体验。

购车权益也没玩“套路”：燃油版提供焕新礼、膨胀礼、质保礼、金融礼、流量礼、高定礼6重权益，其中质保礼覆盖核心部件，能降低用户后期养车成本；电混版在此基础上新增充电礼与智享礼（含智驾系统基础服务权益），送的充电桩和智驾服务都是用户日常能切实实用到的，不像有些品牌的权益满是“满减券”“折扣券”，看着丰富却不实用。

对行业的影响：方盒子市场要“从小众变主流”了

在此之前，方盒子车型一直是“小众品类”：要么是奔驰G级这类高端车型，普通人难以企及；要么是偏硬核的款式，家用属性较弱。捷途此次双车上市，相当于把方盒子车型的“入门门槛”拉到12万元区间，还兼顾了家用与越野需求，这很可能吸引更多家庭用户、户外爱好者尝试这个品类，推动方盒子市场从“小众爱好”向“主流选择”转变。

技术层面，捷途旅行者C-DM搭载的鲲鹏超能混动C-DM技术，也为行业提供了新思路：越野不一定依赖大排量发动机，电混系统同样能实现“硬核性能+低油耗”的平衡。后续或许会有更多品牌跟进推出类似产品，最终受益的还是消费者。

对捷途而言，双车上市后，旅行者序列成为“既能打越野，又能做家用”的核心产品，再加上“旅行+”生态的支撑，有望进一步巩固其“中国方盒子全球冠军”的地位。不过，后续能否稳住优势，还需看交付后的实际口碑——比如电混版的续航是否能达到宣传水平、智驾系统在复杂路况下的表现如何，这些都需要时间验证。

总的来说，捷途这次双车上市，不是简单的“新品发布”，而是给方盒子市场提供了一个“兼顾实用与探索”的新选项。对于那些想“一车通吃城市与郊外”的用户，这两款车或许真的是个值得考虑的选择。

HTML版本： [捷途旅行者双车上市：方盒子市场迎来“燃油电混通吃”破局者](#)