

福特发布全新品牌主张“到哪儿都能玩起来”

来源：蔡孟富 发布时间：2025-11-23 23:44:11

每次车展，福特的展台都尤为不同。11月21日，福特品牌携旗下多款重磅车型登陆3.2馆，以“放天性，去野行”为主题打造“户外主题乐园”风格展台，在产品、技术与生活方式三条线并行展现品牌的探索向外、进阶向内。

“Ready Set Ford”：一个新的品牌主张，一条更清晰的道路



福特中国正式发布全新全球品牌主张“Ready Set Ford——放天性，去野行”。灵感源自起跑口令“Ready, Set, Go”，核心意图是当用户准备出发，福特要成为加速他们探索的那股“推力”。

主张背后，来自福特强调的百年探索历史、全球赛事冠军经验、技术积累体系，以及全球用户规模等四大底层能力。同时，以“赛级野、硬核野、探索野、休闲野”四级用户分类，重新梳理品牌在越野与户外生活方式领域的定位。

全球首款“全地形露营SUV”——福特智趣烈马预售开启

智趣烈马无疑是福特展台的焦点。车型基于“福域”原生智能新能源架构打造，在露营、轻越野、长途通勤等多场景中进行深度定义，提出“可城、可玩、可野”的使用逻辑。新车分为增程版和纯电版，预售价从22.98万到28.28万元

福特把智趣烈马定位为“场景解决方案”，并提出“十二项同级唯一”的产品策

略——真正试图把“外出生活”做成一个体系，而不仅是一辆车。可升降车顶加上一键成床，让车宿场景从“能凑合”变成“能放松”。前后电控机械差速锁（增程版）在新能源方盒子中比较罕见。还有1220km综合续航和6.6kW外放电以及多功能尾门“山野厨房”系统，让车本身成为目的地装备。

智能化硬件配备激光雷达和越野360系统，车内提供70英寸AR-HUD，将智能并入越野，这也是行业趋势。此外，福特明显强化了“智能露营”方向，路书系统与无人机联动、3D卫星地图等功能，更像是想把“探险工具”做成“内容生产工具”。

福特新蒙迪欧：从运动轿车走向“动感大轿车”

另一款首发亮相的是新蒙迪欧。相比技术堆叠，福特在这代车型上更强调“悦己与悦家并存”的定位。轴距2945mm空间更大、520L后备箱，“真五座”定位更明确。动力系统来自第五代EcoBoost发动机最大261马力，最大扭矩408N·m，匹配8AT。并首次搭载新一代SYNC®+ 智行系统，标配8155芯片，全新UI，语音助手升级为VA 4.0。安全方面拿了中保研三项全G、航母级马氏体钢A柱，全系标配Co-Pilot360。而新增的“赤霞红”和“沧海蓝”也让这代蒙迪欧更偏向年轻与都市审美。

“探索野行”，福特的野分层更清晰。福特在本届车展把几乎整个户外体系带来了。“硬核野”有福特烈马、游骑侠Ranger；“赛级野”有新F-150猛禽；“探索野”有探险者、锐界L；“休闲野”则是领裕、领睿以及全新智趣烈马。

可以看出，福特强调的不再是“能走多远”，而是“去哪儿都能玩得起来”。从燃油到新能源、从个人到家庭、从露营到极限越野，福特在中国市场构建的“4层野 + 36境场景”体系首次集中呈现，让消费者对这个品牌的未来更加期待。

HTML版本：[福特发布全新品牌主张“到哪儿都能玩起来”](#)