

捷途双车上市1249万起，7年卖200万辆的销量密码？

来源：余佩颖 发布时间：2025-11-24 00:26:20

11月17日，捷途汽车在北京举办了旅行者之夜暨第四届“旅行+”大会。在这场活动上推出了两款新车，2026款捷途旅行者上市，限时焕新价12.49万元—16.49万元，并提供6重购车好礼。捷途旅行者C-DM，限时焕新价15.29万元—20.99万元，提供7重购车好礼。

7年200万的销量

奇瑞汽车常务副总裁张国忠在会上说：七年前汽车行业里，好多品牌都在同质化竞争，捷途选择了一条与众不同的起跑线，聚焦“旅行+”生态。就因为捷途选对了方向，跑出了让人吃惊的“速度”，企业数据显示，截止2025年10月底，全球买捷途车的人已经有2046086位了。要知道，它只用了7年就卖了200万辆。细分到每一年来看，2022年捷途卖了18万辆，2023年涨到31.5万辆，2024年直接突破56.8万辆，2025年前9个月又卖了45.96万辆，远远超越了整个车市5%左右的增长速度。



要说撑起“捷途速度”的主力，那肯定是旅行者系列。这系列算是把“方盒子”车型带火的鼻祖，据统计，捷途汽车只用26个月，全球销量就突破了40万辆，成了全世界卖得最快的方盒子车。现在它已经卖到91个国家，连续20个月每个月都能卖1万辆以上，“中国方盒子全球冠军”这个名头，确实没白叫。

产品矩阵更清楚

这次大会上，有个事儿特别受关注：“捷途山海T2”车型正式改名“捷途旅行者C-DM”，归入旅行者系列。企业声称这是认真听取了用户的意见，快速响应市场需求。这么一改，旅行者系列就既有燃油车，又有电混车，产品布局更加完整了。

奇瑞汽车总裁助理、捷途国内营销中心总经理张纯伟说，这事儿是“跟用户一起商量出来的，是双向奔赴的结果”。从价格和定位来看，调整之后的旅行者系列分工很明确：2026款捷途旅行者主打燃油车市场，捷途旅行者C-DM则装配了奇瑞的鲲鹏超能混动C-DM技术，俩车一起覆盖了12到20万元价格区间。

而且这两款车的实力各有侧重和互补。2026款捷途旅行者搭载鲲鹏动力2.0TGDI发动机，装配了XWD全自动智能四驱系统，车身抗扭能达到31000N·m/deg，涉水深度也能到700mm，越野能力很在线。而捷途旅行者C-DM搭载了1.5TD发动机加三个电机组成四擎四驱系统，车身抗扭更强，能达到32000N·m/deg，满油满电综合续航为1300km。

在智能配置上，2026款捷途旅行者配置了15.6英寸的2.5K中控屏，还有16GB的运行内存，满足流畅运行。捷途旅行者C-DM的智驾版，装配了高通8255芯片，运行内存升到24GB，还带华为乾崮ADS 4高阶智驾系统和科大讯飞星火AI大模型，开着更省心。

“旅行+”生态不是噱头

捷途汽车卖得好除了配置，还有“旅行+”生态。从捷途成立开始，就围着“人、车、旅行场景”研究，通过“加实用好物、加个性改装、加专属权益、加旅行驿站”这四个方向，搭起了一套完整的生态体系。据企业公布，如今在全球已经建了3000多个捷途驿站，跟360家企业成了合作伙伴，开发了上万种旅行用得上的好物，还和176家高品质露营地合作，不管去哪儿玩，都能找到方便。

据企业数据，全球已经有超15万人享受过“旅行+”的专属权益，总共体验次数突破了1000万人次。而且“旅行+”生态和捷途汽车还能互相帮衬，这些丰富的旅行权益又让车子更有吸引力，形成了“捷途车高销量到车主享受权益带来了更多人愿意买捷途车”的良性循环。

企业表示，捷途在国外也在推进“旅行+”生态。数据显示，如今捷途在海外有2000多家销售和服务网点，总共卖了超55万辆车，在阿联酋、卡塔尔这些国家特别受欢迎，在厄瓜多尔、乌拉圭等地方，捷途在国内品牌里的受欢迎程度也是第一。能卖到91个国家，再加上在全球建的3000多个驿站，也让“中国方盒子全球冠军”这个称号更有分量。

写在最后：

从本次活动看出，捷途并不满足于只当“销量冠军”，而是要往“价值冠军”方面上走。捷途用7年时间证明，在细分赛道上做精做透，不仅做好车也要发展相关联的生态建设，就能既卖得多，又发展得稳。现在捷途已经有200万用户了，随着2026款捷途旅行者和捷途旅行

者C-DM的上市，捷途既有了燃油车，又有电混车，在技术、生态、用户服务这些方面也有了自己的优势。这种实实在在搭建起来的竞争力，可能就是中国汽车品牌能在全球市场越来越有话语权的關鍵。

HTML版本：[捷途双车上市1249万起，7年卖200万辆的销量密码？](#)