

PROJECT DESIGN BY
REFORM



捷途T3设计方案探讨

硬派SUV市场分析

OFF-ROADER & CROSSOVER MARKET ANALYSIS

国内SUV大类市场



「硬派越野市场占比极小」



友商官方数据



*数据来源于官方大定72小时中1万台数据占比

「普通用户占主导」

「硬派越野改装风格」



当下，硬派越野市场产品风格较为单一，且多以产品功能化改装为主，难以满足以日常城市用车为主的新一代越野用户的风格喜好和用车需求

捷途T3具有极高的场景兼容能力，更倾向于满足大量城市SUV用户以及新一代越野用户的需求，在产品定义上T3具有显著优势，具备**多样化风格定制**的潜力，以满足更广泛的受众群体的需求和喜好，从而与其他竞品**在外观上形成明显差异**，进而提升T3**市场份额**和捷途**个性化的品牌形象**



硬派越野
+ 城市SUV



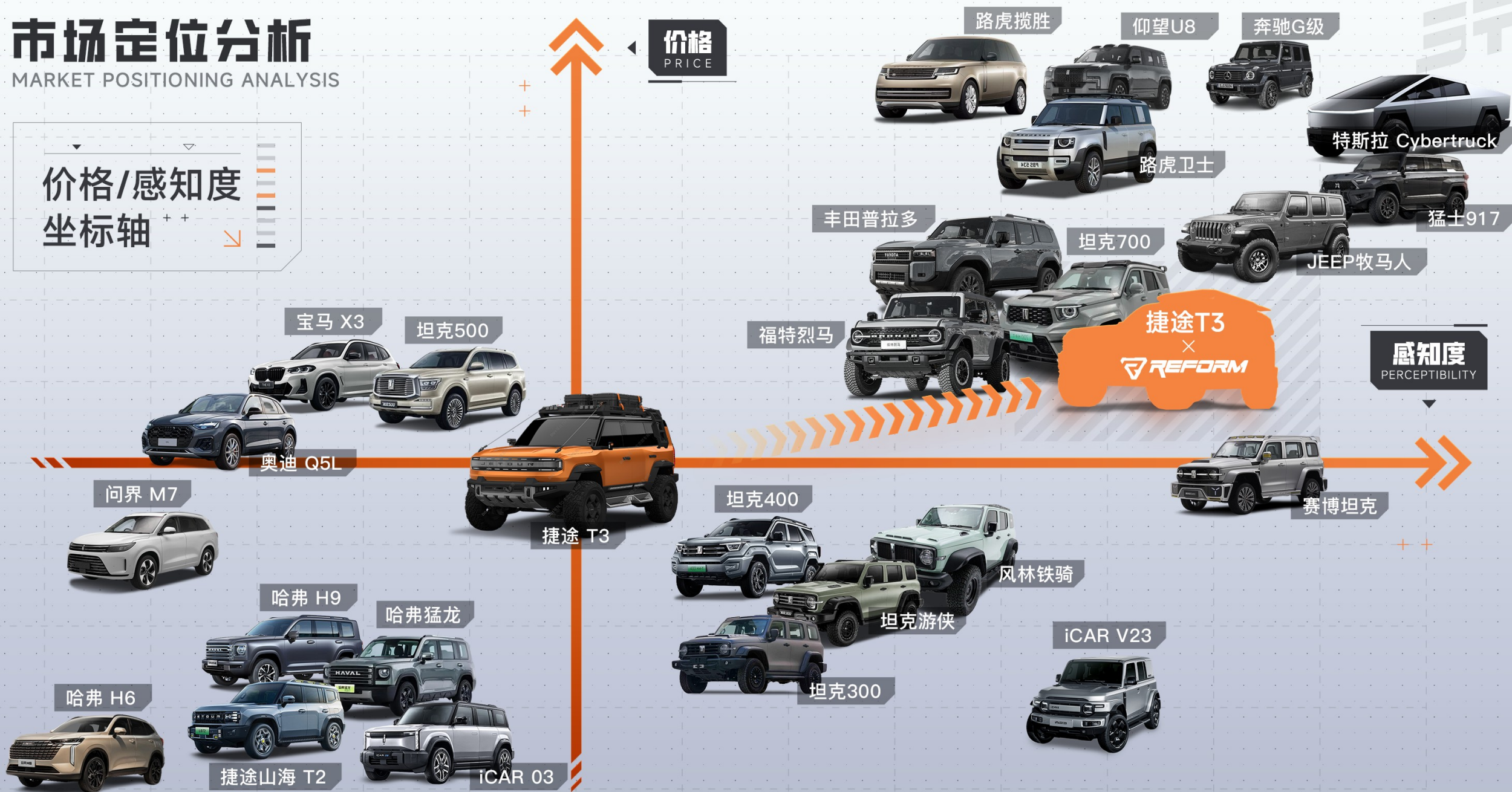
市场定位分析

MARKET POSITIONING ANALYSIS

价格/感知度
坐标轴

价格
PRICE

感知度
PERCEPTIBILITY



改动范围

SCOPE OF CHANGES

在不改变原车红区边界以及硬派SUV的产品核心定义的前提下，同时以保证项目的**经济性**为设计原则，沿用捷途部分功能性生态件，提升T3整体的**外观感知度**，实现多种细分人群的风格需求，为新一代越野用户带来**情绪价值提升**

机盖
HOOD

前杠
FRONT BUMPER

车门饰板 + 侧踏改色
DOOR SILL TRIM & SIDE STEP COLOR

侧爬梯
SIDE CLIMBING LADDER

翼子板 + 轮眉
FENDER & FENDER FLARE

后杠改色
REAR BUMPER COLOR

轮毂 + 轮胎
WHEEL

设计改动范围

设计边界

DESIGN BOUNDARIES



基于「捷途品牌调性」、延续包T3「原车特征」设计出具有「差异化」的造型

满足「法规」和「保留原车功能机标定」、「缩短」研发及测试周期

着重研发具有「高感知」的部件匹配「消费者预期」增加「市场竞争力」

EMOTIONAL VALUE RATIO

BRAND

SALES



创造具有「情价
比」的产品，赋能
「品牌」及「销量」

风格感知度

STYLE PERCEPTIVENESS



硬核越野



科技未来



风格构成

30%

硬核

70%

科技

用户分析&设计灵感

CUSTOMER ANALYSIS & DESIGN INSPIRATION



DESIGN CONCEPT

处于**探索自我**阶段，同时在寻求能够平衡工作、生活和**个人兴趣**的生活方式

热衷发展兴趣爱好，如**露营、旅行**等，拥抱主流文化的同时希望自己拥有**与众不同**的标签

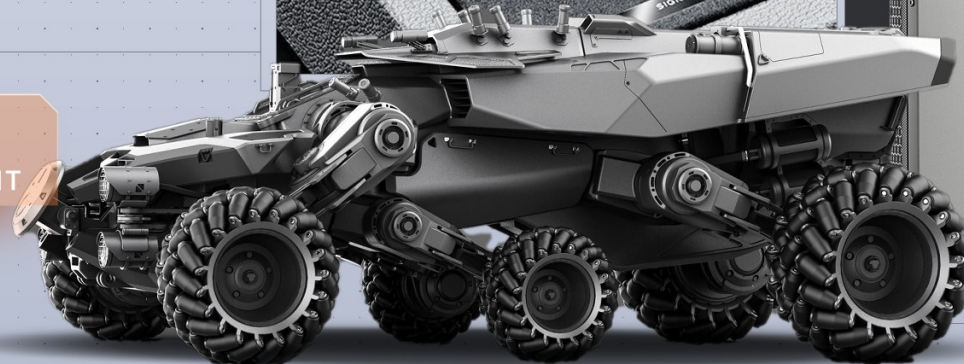
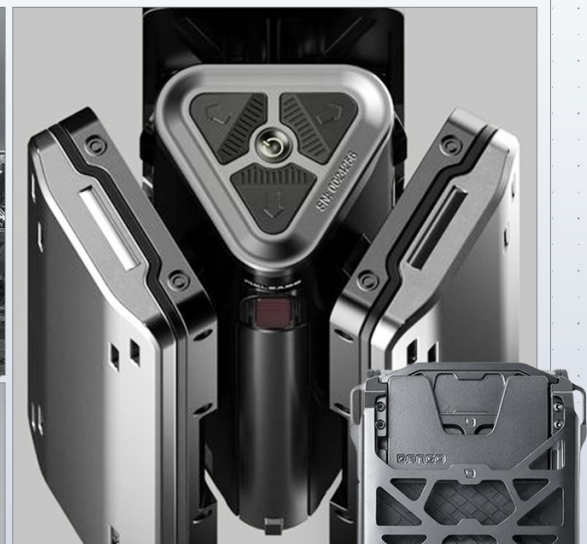
倾向于具有**个性化特征**的产品，既重视功能性和实用性又关注精致感和创新性

「充满活力」
FULL OF VITALITY

「品味独到」
DISTINCTIVE TASTE

越野新秀
OFF-ROAD NEWBIE

「独立精神」
INDEPENDENT SPIRIT





SPACE

EDITION



00 SPACE
JETOUR
CUSTOMIZED EDITION

00 SPACE
JETOUR
CUSTOMIZED EDITION





小书包

像素转向灯

装饰进气口

预装绞盘位

可拆降阻挡板

20寸轮毂

发光帖

侧灯

后排升级独立航空座椅
且具备零重力功能体验





PROJECT DESIGN BY

REFORM



THANKS **FOR** WATCHING