

为什么智己LS9敢“全系皆Ultra”？

来源：许玉婷 发布时间：2025-11-15 07:06:04

印象中，一辆新车的所有版本都是Ultra，即便放在“9系”旗舰大型SUV的维度看，目前也有且只有智己LS9。

11月中旬，智己LS9上市，共推出两款Ultra车型，版本最大的区别仅是搭载55kWh、66kWh电池（66Ultra版带四门电关闭）；像灵蜥数字底盘3.0，配备四轮转向、双腔闭式空悬、矢量四驱、800V架构、512线激光雷达、三零重力座椅、21.5寸二排娱乐屏等驾控、智能、豪华配置，两个版本都一致。值得一提的是，在上市首发期内，25扬B&O音响、老板位机械臂按摩、21英寸轮毂、电动踏板等全部都免费送。

“无差别配置”，依然是熟悉的智己配方，发布会上光列标配，就长长罗列了一堆，甚至有网友笑称把供应商名录都贴出来了。但配合32.28万/35.28万元的售价，确实是很香。也可以笃定的说，智己LS9是当下9系混战中，倾注最多诚意的SUV，拿着问界M9体量和产品力卖问界M7价位，在智己LS9之前的诸位都没那么狠，试问，后来者还有机会超越么？

其实，9系旗舰SUV主要是面对家用市场，商务接待场景次之，是智己“体验高门槛、价格低门槛”策略最受乐的群体。果然，官方公布上市25分钟，智己LS9大定突破5000台，足以证明智己汽车联席CEO刘涛的眼光和判断准确：“既然要做旗舰，那么不能有任何短板，而且必须有超级明显的长板。”



智己LS9

上市25分钟 大定突破

5000台



 东梦汽车网
DONGMENGQICHEWANG

“超级明显的长板”，还不只一个，这断不能以“堆料”就把智己“代际领先”的信念

抹杀。我们应当思考的是，为什么智己可以做到、也敢做到“标配Ultra”，“高体验低价格”是否能走通大型SUV的商业闭环。

“我们把十年来最新的技术，最强的生态合作伙伴，都用在了这款车上。”这应该也是智己把LS9定位为“上汽旗舰”的根本原因。站在品牌和技术角度，智己就是要给用户最好的，但考虑到商业竞争，控制成本依然是LS9的必修课；而此时，上汽的供应链体系就给LS9创造了很多条件，上汽70年的造车底蕴、跨代际的技术创新、最强大的合作伙伴资源都是智己把LS9做出竞争优势的底气。

在LS9上的诸多技术，被讨论的最多的莫过于恒星超级增程系统，那块66kWh骁遥MAX增程专属电池依然是目前现货9系旗舰里最大的，其实背后的故事不少，上汽专门开发了恒星超级增程系统的AI能源管理算法，目的就是把油和电的分配算计到极致，最终LS9能达到1508公里的综合续航。

又比如，明年第一季度上市的智己LS9 Hyper版，会搭载百万豪车才有的线控转向技术。这是上汽和博世华域一起联手实现全线控转向系统的优先落地，并成为国内首个通过中汽中心验证的线控技术。供应商既得到了验证尖端技术的机会和稳定的订单，而智己则获得了优先搭载和差异化技术领先，因为与华域的深度绑定，也能把成本控制的很有竞争力。

试想想，如果此刻没有相当的体系实力，背后没有Momenta、宁德时代、博世华域、B&O这些顶级玩家作为支撑，没有让人拒绝不了的“高体验和低价格”，后来者智己LS9是杀不出重围的。所以，新车把双腔空悬、四轮转向、512线激光雷达这些全做成标配，还能保持极具竞争力的价格，就是向那几家爆款9系发动“进攻”。

这已经不是简单堆料、拼参数的被动价格战了，而是用一种全新的体系生态，对传统的造车成本结构进行了降维打击。更何况，在智己汽车成立的五年内，每一辆车都是这种“体系共创”、“科技普惠”的打法，而集大成的智己LS9上市，这也许是“量变”引起“质变”的一个支点。

今年10月，智己汽车销量1.3万辆，已经连续两个月销量过万；今年前10月，智己汽车销量为5.57万辆，同比增长17.4%，虽与头部自主电动品牌相比仍有差距，但释放出来的品牌成长势能，跟以前不一样，消费市场对智己技术的认可度也上了一台阶。尤其是9月发布了搭载恒星增程的新一代LS6，“大电池增混”的差异化卖点打响名堂。而此时满配的LS9上市，有望与LS6形成增程赛道的合围，将品牌月销量稳态在万辆以上。那么在2026年你死我活的竞争中，智己会有更多主动权，开拓增程赛道也更事半功倍。

HTML版本：[为什么智己LS9敢“全系皆Ultra”？](#)