

最低价499万，刘强东搅动车市风云

来源：蔡宛臻 发布时间：2025-11-19 04:34:44

作者 | 邱鑫浩

来源 | 邱处机

刘强东往新能源汽车市场扔了一枚“深水炸弹”。

11月9日晚，京东携手广汽集团、宁德时代正式发布了“国民好车”埃安UT super。



这款备受期待的车型以电池租用购车价仅4.99万元、整车购买价8.99万元的震撼价格亮相，远低于市场预测，瞬间震碎了行业眼镜。

一

“价格屠夫”出世



埃安UT super的定价堪称一场“价格革命”。

作为电商巨头跨界造车的首秀，该车型以惊人的低价让消费者跃跃欲试。而且通过各种补贴优惠后，该车型实际入手价格还可以更低。



据京东汽车公布的价格方案显示，截至2025年12月31日前完成补贴申购的前15000名下定用户，可享受政府补贴与品牌专项补贴。

选择电池租用方案的用户可获得2000元/台的补贴，而前1000名租电购车的京东PLUS会员还可获赠价值2500元的京东E卡。

叠加这些权益后，租电版实际到手价能低至4.54万元；整车购买叠加4000元补贴后到手价仅8.59万元。

这一价格大幅低于此前市场预期的10-12万元，让同级别车型感受到了巨大压力。

埃安UT super由京东携手广汽集团、宁德时代联合打造，整合了三方的核心优势资源。

在制造端，埃安UT super由广汽埃安生产。智能方面，首发搭载“广汽华为云车机”，提供TB级的云端存储空间和2万+的应用程序；安全配置上，配备“倒车哨兵”功能与540度全景影像，采用机械式半隐藏门把手。

在电池层面，宁德时代为这款“国民好车”注入了“续航自由”的核心动能。埃安UT super搭载的宁德时代巧克力电池，以500公里超长续航实现“一周一充”，并支持99秒极速换电。

而京东则承担埃安UT super的线上独销角色。同时，京东将其在电商领域积累的海量用户数据、消费行为分析能力，直接赋能于产品定义阶段。

这是一种从市场端反向驱动生产端的模式，让京东无需背负重资产制造的巨大投入与风险，却能深度影响甚至主导一款产品的诞生。

京东汽车营销负责人陆欢表示，京东的角色是“生态整合者”，不直接参与制造，但深度介入用户洞察、销售渠道与服务体系的构建。

重构汽车消费体验

埃安UT super“线上定制+线下提车”的销售模式，彻底颠覆了传统的汽车销售方式。

即日起，用户只需在京东APP搜索“国民好车”即可预约试驾、支付定金。同时，用户可在APP选择车身颜色、配件及养护套餐，线下通过3000多家京东养车门店及合作网络完成提车、保养等服务。

这种采用电商渠道线上独销，一站式配齐的汽车消费模式，对于汽车行业来说是一次巨大的变革。

为消除用户的后顾之忧，京东、广汽与宁德时代还联合推出了返现、增值、价保三大权益。

其中最引人注目的是“180天价保”承诺——所有在2025年12月31日24点前完成购车的用户，无论选择电池租用方案的购车价与月租金，还是整车购买价，若在提车后180天内发生降价，均可获得10倍差额赔付。

这一举措，有效解决了消费者担心刚买车就降价的顾虑。

AION UT最低售价：6.68万起最高降价：0.30万图片参数配置询底价懂车分3.38懂车实测空间·性能等车友圈1.6万车友热议二手车5.68万起 | 29辆

在增值权益方面，截至12月8日24点前，租电购车的用户电池月租金由499元/月限时降至399元/月，PLUS会员更可享最高2000元的换电服务费减免；而整车购买用户加入巧克力换电网络，则减免699元/年的电池管理服务费，并赠送价值299元的电池检测服务。

同时，前5000名下定用户还可享超值特价购新车礼包权益，以及前1000名下定用户专享的京东保新车车险8折优惠。

此外，在11月30日前下定的话，因车辆生产、运输等非用户因素，导致延期跨年交付的购置税，可享受全额补贴；而12月8日24点前下定的电池租用用户，若在3年内决定买断电池，已支付租金可100%抵扣电池费用。

三

京东的野心

埃安UT super的定价，彻底打破了电动汽车的价格“底线”，将对整个汽车市场产生深远的影响。

有分析认为，京东把卖手机的“套路”搬到了汽车行业，通过低价策略和优质销售服务吸引消费者，或将重塑10万级电动车市场格局。

据了解，京东在打造这款车时，充分运用了自身在用户洞察方面的优势。京东调研数据

显示，83%的用户期待价格低于10万元，94%重视大空间与座椅舒适性，99%将安全视为首要考量，96%关注续航与补能效率。

这些洞察，被精准传导到产品的研发和制造环节。

陆欢还透露，京东已制定“国民好车”标准，符合标准的车型将陆续上线，且会根据用户多样性推出不同品类车型。例如，后续可能推出SUV、MPV等车型，满足家庭出行、代步通勤等场景需求。

京东进军汽车领域的野心，不止“卖车”那么简单，还有这一耐用品的庞大“养车”需求。

从日常洗车到保养，从改装维修到坏车救援，从车险业务到自家“京安途”商品（如轮胎、润滑油）……目前，京东养车自营门店逾3000家，合作店则超4.6万家。

以低价推出埃安UT super，再到覆盖购车、用车、养车全周期的权益组合，京东重新定义了什么叫做“国民好车”。

虽然不是自己生产，不过跨界企业仍需对造车有所敬畏。4.99万元的起售价短期内固然能够吸引眼球，但汽车产品的长期竞争力仍取决于品控水平与用户体验。

（全文完）

HTML版本： [最低价499万，刘强东搅动车市风云](#)