

“国民好车” 10万元内唯一换电车型 此前7819万元天价竞拍者已悔拍

来源：叶颀筠 发布时间：2025-11-19 12:49:55

当电商巨头跨界造车的浪潮愈发汹涌，京东联手广汽、宁德时代打造的“国民好车”埃安UT super，在一场充满争议与热度的预热后正式登陆市场。作为10万元价格区间内唯一搭载换电技术的纯电动车型，它不仅试图改写经济型纯电市场的竞争格局，更承载着三方跨界合作的产业实验使命。而此前其001号特别版拍出7819.34万元天价后竞拍者悔拍的荒诞剧情，既为新车上市赚足了流量，也引发了市场对营销边界与产品实力的深层讨论。

一场100元撬动7819万的营销闹剧：悔拍背后的流量博弈

故事的序幕始于10月22日下午，京东拍卖平台上线了“001特别版京东国民好车”的竞拍活动，以“1元起拍+万元新车礼包”的组合拳迅速点燃市场热情。没有复杂的参与门槛，仅需100元保证金即可加入竞拍，这一低门槛规则如同投入舆论池的石子，瞬间激起千层浪。活动上线后，围观人数呈几何级增长，最终吸引超26万人驻足关注，出价次数更是高达2.3万次，平均每分钟近百次出价的节奏，让这场竞拍俨然成为全民参与的线上狂欢。



竞拍初期，价格仍在合理区间浮动，但随着部分参与者的“非理性出价”，局势逐渐失控。从几十万到上百万，再到千万级别的报价刷屏，最终竞价定格在7819.34万元的天文数字——这一价格较新车10万左右的预估售价，溢价幅度高达780倍，相当于用劳斯莱斯的价格拍下了一台经济型家用车，荒诞程度超出想象。更令人玩味的是，这场天价竞拍从一开始就暗藏“反悔机制”：根据平台规则，竞拍成功者若放弃购买，仅需扣除100元保证金，未拍中者则可全额退还保证金。如此之低的违约成本，让不少网友直言“这就是花100块钱过把‘千万富豪’瘾的游戏”。

果不其然，这场轰动全网的天价竞拍最终以“悔拍”收场。京东后续回应称，高价成交并非平台本意，已尝试联系出价者，若用户未能完成支付将妥善处理，同时表示会向出价最接近发布价的用户赠送车辆以表歉意。尽管平台试图平息争议，但舆论场上的讨论并未停歇。有网友质疑这是一场精心策划的营销炒作，100元保证金的规则设计并非漏洞，而是故意降低参与门槛以制造热度；也有消费者表示，这种“博眼球”的方式消解了品牌信任度，让人对产品本身的实力产生怀疑。不可否认的是，这场闹剧成功让京东“国民好车”在上市前就成为顶流，但其背后暴露的营销边界问题，也为新车的市场征程埋下了隐忧。

10万内唯一换电车型：产品力能否支撑跨界野心？



抛开营销争议，京东“国民好车”埃安UT super的产品本身，确实具备打破市场格局的潜力。作为10万元价格带内独一份的换电车型，它精准击中了经济型纯电用户的核心痛点——充电慢、续航焦虑。新车基于宁德时代“巧克力换电块”技术，采用车电分离模式，官方宣称可实现99秒极速换电，远超同级别车型30分钟以上的快充时长。对于网约车司机、通勤族等高频用车人群，以及无固定充电桩的用户而言，“补能比加油还快”的体验无疑具有极强的吸引力。

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5.78万起 | 17辆

在核心参数方面，新车展现出诚意满满的配置：CLTC工况续航可达500公里，长续航版本更是突破600公里，搭载100千瓦电机与54.036千瓦时磷酸铁锂电池，兼顾动力与安全性。智能配置上，全系标配京东Alpha智能座舱系统，高配车型升级为Alpha Pro版本，支持L2+级自动驾驶辅助功能，在智能交互与驾驶便利性上向高端车型靠拢。价格定位则延续“国民”属性，基础版5.98万元起，长续航版7.98万元，顶配智能驾驶版8.98万元，完全覆盖5-10万元的主流经济型纯电市场，与比亚迪海豚、五菱缤果等竞品形成直接竞争。

从生产与交付保障来看，新车在京东合肥智能工厂与广汽埃安长沙智能生态工厂同步量产，首批产能规划年产30万辆，采用零库存订单式生产模式，确保用户下单后快速交付。京

东还将其电商领域的优势延伸至汽车销售服务，推出“线上下单、全国送车、金融分期、上门售后”的闭环服务，试图将家电级的便捷购物体验移植到汽车消费场景，打破传统4S店的销售模式壁垒。这种“产品+服务”的双重创新，成为新车区别于传统燃油车与其他纯电车型的核心竞争力。

三方联手的产业实验：机遇与挑战并存的跨界之路

京东“国民好车”的诞生，并非单一企业的孤军奋战，而是京东、广汽、宁德时代三方优势互补的产业实验。三者分工明确：广汽负责整车研发与制造，依托其多年积累的汽车工业技术保障产品品质；宁德时代提供核心的电池与换电技术，推动换电标准的市场化落地；京东则聚焦销售、服务与生态整合，凭借庞大的线上流量、完善的物流网络和丰富的零售经验，打通汽车消费的“最后一公里”。这种跨界合作模式，既规避了京东在整车制造领域的短板，又让广汽与宁德时代获得了直达消费者的渠道优势，形成1+1+1>3的协同效应。

然而，这条跨界之路并非坦途。当前国内换电模式仍面临基础设施不足的核心瓶颈，截至2025年8月底，宁德时代巧克力换电站仅建成512座，且主要集中在34座一二线城市，三四线及以下地区的覆盖率极低。对于下沉市场的用户而言，即便车辆支持换电，也可能面临“有车无站”的尴尬局面，99秒换电的优势难以兑现。此外，换电模式的商业模式可持续性仍需验证：蔚来已在高端市场跑通换电服务，但高昂的建站成本与运营成本导致盈利困难，而京东“国民好车”面向的经济型市场，用户对服务价格更为敏感，如何在控制成本与保障服务质量之间找到平衡，是三方需要共同解决的难题。

市场竞争的白热化也为新车带来不小压力。10万元级纯电市场是当前新能源汽车领域的红海，比亚迪凭借垂直整合优势占据半壁江山，吉利、长安、五菱等传统车企加速推新，新势力品牌也纷纷下沉布局。这些竞品在续航、智能配置、价格等方面各有优势，且已积累了成熟的用户口碑与销售网络。京东“国民好车”作为后来者，虽然凭借换电技术与电商服务形成差异化，但要在存量竞争中突围，还需要时间验证产品可靠性、服务完善度以及用户对新模式的接受度。

结语：流量过后，终将回归产品本质

从7819万元天价竞拍的流量狂欢，到10万内唯一换电车型的亮相，京东“国民好车”的上市之路注定充满话题性。这场跨界实验不仅是京东从3C家电向大件消费品领域扩张的重要一步，也是新能源汽车行业“技术+渠道”创新的一次大胆尝试。天价竞拍的悔拍闹剧或许能带来短期流量，但长期来看，产品力才是立足市场的根本，换电网络的扩张速度、服务体系的完善程度、用户口碑的积累，将决定这场跨界实验的最终成败。

对于消费者而言，10万元内的换电车型无疑提供了新的购车选择，尤其是在一二线城市有换电需求的用户，不妨期待其实际使用体验；而对于行业来说，京东“国民好车”的出现，或许能加速换电模式的普及，推动新能源汽车补能体系的多元化发展。当流量的喧嚣褪去，

市场终将回归理性，唯有真正解决用户痛点、具备核心竞争力的产品，才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟，而京东的跨界造车之旅，才刚刚拉开序幕。

需要我整理这款车的详细参数对比表，或分析不同城市换电站覆盖情况，帮你判断是否值得入手吗？

HTML版本：[“国民好车” 10万元内唯一换电车型 此前7819万元天价竞拍者已悔拍](#)