

起售价499万，“网约车之王”抱紧京东“大腿”

来源：郑雅忠 发布时间：2025-11-20 12:22:12

淘汰赛日趋激烈，车企不愿轻易下牌桌，同时仍有跨界者虎视眈眈，盯上汽车蛋糕。于是，跨界联盟正成为行业新趋势。

11月9日晚间，广汽、京东、宁德时代三方合作车型 埃安 UT super正式上市，整车购买价格为8.99万元。若选择租电购买，起售价降至4.99万元，12月8日前租电购车的用户，电池月租金为399元/月。

埃安UT super可视作埃安UT的换电改版车型，尺寸与UT完全一致。相比UT，UT super只有一款车型配置，其电池品牌也从广汽旗下的因湃更替为宁德时代，电池能量提升至54.036kWh，续航从330km/420km提升至500km，并首次搭载华为云车机，其余则大体沿用售价8.98万元的UT 420 智豪版产品配置。

京东跨界汽车圈无疑是这次合作的最大亮点，也让这一改款车型天生带有互联网营销炒作基因。其先是引发“京东是否造车”的热议，随后其工厂下线的1号车，更是拍出了7819.34万元的天价。但实际上，京东并不参与制造，其也确认1号车竞拍者已放弃支付尾款，损失了100元竞拍保证金。



据官方介绍，京东将负责其用户洞察、渠道整合与全周期服务，广汽集团负责整车制造，宁德时代负责电池技术和换电生态。



在发布会上，京东集团副总裁、零售汽车事业部总裁缪钦表示，京东不但要利用自身大数据给出用户洞察判断，还会深入供应链，拿到最好的价格体系。在广汽的授权下，京东养车全国近4000家的门店和交付服务中心将长期提供售后服务，通过全渠道能力，整合买、用、养闭环。

无论是京东大张旗鼓介入汽车零售与服务环节，还是广汽和宁德时代首次推出面向C端用户的换电车型，都堪称一次全新的尝试。目前，800V高压快充+5C电池是行业主流，业内仅有 蔚来 一家跑通了换电模式，此番互联网平台、传统车企、动力电池巨头，三方跨界合作背后，各自用意何在？用换电降低购车门槛，用户是否能接受？

海通国际一份研报指出，三方能否形成可复制的盈利模式，仍依赖三方面，包括换电网络扩展速度与标准兼容性、用户体验与品牌信任的积累，以及三家在资金、运营及数据层面的协同深度。



目前，在京东搜索“国民好车”，即会跳出埃安UT super的商品栏和详情大图。11月9日当天，一名关注汽车的消费者说：“今天一天都在被京东的推广信息轰炸。”京东对此次合作的重视程度可见一斑。

按照车企惯例，新车上市后往往会公布订单成绩，用以制造火爆声势。不过，截至目前，埃安UT super暂未披露具体订单量。

承诺“不会造车”的刘强东 能卖好车吗

早在2021年，刘强东就已入局汽车圈。当年，京东与造车新势力天际汽车推出“京选好车”系列，首款定制车型ME5 PLUS上线京东平台销售，但这一跨界试水并无太多水花，天际汽车也逐渐销声匿迹。

京东仍不甘心，将重心从“卖车”转移到“养车”。2022年，其将线下服务连锁品牌“京车会”升级为“京东养车”，并在次年整合整车、车品、二轮及养车全渠道等业务团队，成立新的京东汽车事业部，主营业务即为汽车保养、维修、配件销售等后市场服务。

截至2025年10月，京东养车有超3000家自营门店，此外还有超过4.6万家合作店。

自2024年开始，京东开始密集接触整车厂，先后与 比亚迪 、 长安 、 岚图 、 东风日产 签署合作协议，涉及全渠道零售、汽车售后服务和配件供应链等，各家纷纷在京东商城上线自营旗舰店。与此同时，在线下渠道方面，其在石家庄、武汉、宁波、天津等地落子京东汽车新能源体验中心，集试驾体验、整车销售、配件、售后服务、车主活动等多元化生态于一体。

这意味着，以售后市场为切入口，京东正在打造一个“买、配、养、用、换”的全生命周期汽车消费生态闭环。

这与刘强东此前多次表态一致：“京东不会自己做汽车，要围绕汽车后市场发力。”在

卖车这件事上，于电商江湖摸爬滚打20余年的京东，其优势在于7亿多活跃用户的消费数据、自建庞大的物流体系，以及遍布全国的养车门店，但一个疑问始终在于，他们真的能卖好车吗？

一位车企市场营销人士对腾讯汽车《远光灯》分析称，线上卖车缺乏实体体验，消费逻辑与其擅长的快消品不同，京东试图构建的“线上成交+线下服务”模式，在真正落地时也面临权责不清、体验感割裂以及库存运营的资金链压力，目前主推的埃安UT super，和现有车型配置相似，最大区别在于换电模式，但消费者是否能够接受仍是未知数。

汽车咨询机构里斯战略咨询也在一篇研报中认为，京东造车新模式跳出传统车企长供应链一体化生产逻辑，转而将汽车拆解为“车体模块+电池模块”并进行排列组合，能根据需求波动快速做生产响应，又具备应对竞争的定价弹性。

“但风险在于门店覆盖不够体验脱节，此外汽车品类需求分层复杂，抓大放小的规模化生产难以覆盖定制化和个性化需求，导致最终错失消费者下单的临门一脚，销量难达预期。”上述文章写道。

10月27日，京东汽车宣布启动“国民好车”交付中心全国招募计划，将联合全国范围内的优质4S店、汽车交付中心及综合服务中心，构建集销售、交付、售后于一体的服务网络。京东将为交付中心提供供应链支持和线上线下的流量、营销支持。此外，京东养车也宣布投入10亿资源发起“一县一店”养车合伙人招募计划，深耕县域市场。

原型车不及预期 “网约车之王”想抱住外援“大腿”

2025年2月，埃安UT上市，售价6.98万元起，定位准A级纯电小车。时任广汽集团埃安营销本部负责人肖勇曾信誓旦旦地表示，埃安UT如果不能实现月销1万台以上、甚至1万5千台以上都不敢自己叫爆款，“我可以负责任地讲，我的野心是至少要做到这个级别里的前三”。

埃安UT所在的A0级市场，蛋糕相当丰厚。去年10月同价上市的吉利星愿，在2025年前9月累计交付超35万台，登顶中国单一车型销量榜首；属于A00级、目前同样6.98万元起的比亚迪海鸥，在今年6月宣布其上市27个月累计达成百万销量。

相比之下，埃安UT虽然尺寸更大，但在销量上尚有差距，基本徘徊在月销5000台左右。近年来，广汽业绩持续承压。财报显示，今年前三季度，广汽集团销量共计123.76万台，同比下滑7.21%；净利润为-43.12亿元，同比下滑3691.33%。尽管净利润的暴跌受到上年同期如祺出行港股上市估值溢价的影响，但依然体现出广汽合资品牌优势减退、自主品牌未见起色的困境。

2024年年末，广汽宣布开启三年“番禺行动”，计划在2027年实现自主品牌销量200万辆，占集团总销量60%以上。此后，广汽改革动作不断，具体包括打造经营型总部、实施自主品牌一体化运营、导入IPD再造产品开发流程体系、推进干部人事改革等。

广汽埃安高层也迎来换帅。今年3月，广汽埃安总经理古惠南正式退休。目前，埃安未再设总经理职务，由广汽埃安党委书记李文英临时负责经营工作。此后，广汽埃安副总经理兼埃安营销本部负责人也从肖勇更替为原广汽三菱负责人杨龙。

作为营销换帅后的新动作之一，“网约车之王”广汽埃安于11月1日在北京举办了用户节，据悉此后还将拓展到更多城市。杨龙在发言中表示，广汽现在组建了一个用户洞察部，专门去了解用户需求，从而来定义产品，埃安的营销团队也都在做转型，希望能够通过用户洞察来改进品牌营销策略、产品和服务，“广汽埃安的方向是‘国民好车’，具体而言，要做到极致的性价比，并升级服务体系，包括线上和线下平台的搭建”。

对于为何选择埃安UT super作为与京东的首款合作车型，他告诉腾讯汽车《远光灯》，在电商平台上，价格是关键因素，埃安想找一款高品质、潮流、符合年轻人需求，且价格能打到比较合适位置的产品，“我们的口号是买车像买电器一样方便，就是这个理念”。

除了与京东、宁德时代合作外，今年以来，广汽寻找外援动作不断。9月，广汽与华为联合打造的品牌“启境”正式发布，定位为高端智能新能源汽车品牌，全系列、全栈搭载华为乾崮智能化解解决方案，首款车型预计明年年中推出。此次发布的埃安UT super亦首搭华为云车机。

押宝换电模式 曾毓群亲自找车企谈合作

在动力电池领域，宁德时代的地位难以撼动。韩国研究机构SNE Research统计，今年前8月全球动力电池市场份额高达36.8%，维持全球第一地位。“卖车不如卖电池”，宁德时代前三季度归母净利润更是同比增长36.2%至490.3亿元，甚至超过了已披露的国内上市车企前三强总和——比亚迪、奇瑞和长城加一起的同期净利润才463.3亿元。

不过，对于曾毓群来说，“宁王”的野心不止于只做电池生产商，他还希望转型成为充换电运营服务商，完成从锂矿资源开发、电芯研发制造与销售，再到电池回收的业务闭环。

早在2022年，宁德时代发布“EVOGO”换电品牌，正式进军换电赛道，但此后两三年，该业务只在零星的城市试点运营，并未大规模铺开，仅与滴滴合资切入网约车场景。2024年底，曾毓群在为旗下“巧克力”乘用车换电业务站台时，首次表态，“到2030年，换电、家充和公共充电桩将三分天下”，并立下目标，2025年要自建1000座换电站，长期目标直指3-4万座规模。至此，其换电业务开始急剧加速。

2025年3月，蔚来旗下萤火虫品牌新车官宣接入宁德时代的换电网络，曾毓群还斥资25亿元战略投资蔚来能源，甚至外界传言其有意谋求蔚来能源的控股权。随后在4月的上海车展上，宁德时代与一汽、长安、北汽、奇瑞、广汽共同发布10款巧克力换电新车型，均为销量规模最大的入门和中级车型产品。

不过，事实上，早在2024年5月，蔚来即与一汽、广汽等7家车企达成换电联盟，李斌还

喊话希望广汽埃安尽快用上蔚来换电体系。时至今日，广汽与宁德合作的埃安UT super已经上市销售，而蔚来换电联盟的进展寥寥。2025年9月，李斌在一场内部沟通会上透露，“目前还在规划车型，不希望拿现有车型去改，属于中远期规划，我们也没有那么着急上车，更多还是比较长期的服务收入。”

财新援引知情人士称，三年前，曾毓群只是试水换电模式，近两年，汽车行业价格战愈演愈烈，宁德时代也不得不被迫降价。2024年，他意识到，如能自己运营电池资产，就不需要再与车企陷入无休止的议价，对车企来说，换电模式能够降低购车门槛，开辟另一种方式与比亚迪竞争。鉴于宁德时代和车企比较容易达成新形式的合作关系，曾毓群改变态度，不断主动给换电业务加码，目前达成合作的企业都是他亲自“一家一家去谈”。

中国电动汽车充电基础设施促进联盟统计称，从换电站规模来看，截止到2025年9月，蔚来以3537座遥遥领先，其次为奥动（778座）和易易互联（389座）。10月21日，宁德时代宣布全国巧克力换电站突破700座。不出意外，等到年底，其将成为仅次于蔚来的第二大规模换电站公司。

技术与品牌溢价下，宁德时代动力电池正供不应求，但要想赚到充换电生意的钱，难度极大。

去年，电池包标准化问题已经解决，宁德时代推出了20号和25号两种标准换电电池，包括磷酸铁锂42度、三元版本52度和70度电池包，可以适配A0级、A/B级车。但更为重要的是，只有卖出足够多的换电车型，才能支撑起换电站跑马圈地的自建和运营成本。

比曾毓群下手更早的李斌曾在今年9月透露，蔚来目前换电服务的盈亏平衡点约为日均60单，现在平均每站约30多单，虽然已有20%的站点达到了盈利水平，但整体均值距离盈利目标还有一定差距。

HTML版本：[起售价499万，“网约车之王”抱紧京东“大腿”](#)