

刘强东新车，给雷军上了一课

来源：郭娇珊 发布时间：2025-11-20 16:05:55

刘强东的“国民好车”（埃安UT Super），实则给雷军上了堂“跨界造车的生态课”，核心差距在战略逻辑、风险控制和用户闭环三大维度。

一、给雷军的3个关键启示

1. 敬畏行业边界，不硬套3C思维：汽车的核心是安全而非参数，雷军“大号手机+四个轮子”的认知，导致小米SU7因重颜值轻安全（如事故中存疑的电动门把手）、把用户当“迭代测试员”引发召回，而刘强东直接采用机械式安全门把手、70%高强度钢车身，避开安全红线。

2. 轻资产整合，避开重投入陷阱：小米砸重金自研全链条，扛下制造、品控等风险；京东则联合广汽造车身、宁德时代供电池，自己聚焦用户定制（C2M模式）和服务，53秒下线效率+无百亿级建厂压力，用“结盟”替代“硬刚”。



500公里
续航



埃安UT super
震撼发布

500公里
续航

99秒
极速换电

华为云
车机

埃安UT super 租电购买价 49,900元

补2000元
购车补贴
补贴10000起 9至地户12月31日前完成提车

领2500元
京东E卡
补贴1000起 补贴用户平均补贴2500元

≈¥45,400
双11限时租电购买价
东梦汽车

3. 抓准用户全周期，不止卖车更卖服务：小米缺失后市场布局，而京东靠3000家自营养车门店、4万家合作网点，搭配宁德时代99秒换电+千座换电站规划，打通“选-买-用-养”闭环，解决补能、维修等核心焦虑，这正是小米的短板[object Object]。



二、核心差异：造“车” vs 造“生态”

- 雷军的逻辑：把汽车当“硬件产品”，靠堆配置、高营销抢占市场，却忽视汽车的安全属性和长期服务需求；



- 刘强东的逻辑：把汽车当“生态入口”，用10万级定价（限时4.99万租电起）精准击中年轻人，靠数据洞察需求、靠服务留存用户，重构汽车消费链路。

HTML版本： [刘强东新车，给雷军上了一课](#)