

京东携手广汽推499万换电车，面向网约车市场探索行业新生态

来源：吴嘉秋 发布时间：2025-11-21 15:42:07

京东联手广汽与宁德时代，于昨晚正式推出埃安UT Super电动车，并携带其独特的定价与商业模式引发关注。

新车分为两种版本：租电版售价4.99万元，买断版售价8.99万元。这款车型要划重点的是它并非传统电动车，而是一款主打换电功能的新能源产品。



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 | 27辆

来源网络

这种销售模式有着鲜明特点：消费者在租电版中，购买的仅是车辆本身，电池归属宁德时代，且用户需每月支付399元的电池租金。



一辆租电版车，5年的租赁总成本加车价约为7.4万元，相比直接买断版则便宜1.5万元。这种换电租赁的设定让人眼前一亮，不过也存在许多实际的问题，用户在二手转手时电池归属问题未能解决，可能会影响车辆的交易价值。

从功能模式上来埃安UT Super并非一款以高配置和多功能为主打的车型。其宣传重点在宁德时代的电池技术支持下，实现500公里的续航，以及换电站快速完成电量补充。

相比传统充电模式，换电的便利性无疑是亮点。这种归属宁德时代的换电方式意味着车主需依赖其换电站分布，而目前换电站数量仍处于发展初期，全国仅有几百座，计划到2026年扩展至120余座城市的2500座换电站，与传统加油站或充电桩相比，这一数量在覆盖率上仍然偏低，局限性较为明显。



来源网络

市场定位上，这款车的特点很明确——面向营运市场，尤其适合网约车司机的需求。续航长、换电快、成本低是其核心卖点，而对于普通消费者来说，这些特性未必能完全契合日常需求。

车辆的内饰、智能辅助配置、车机关联功能等均未被高调宣传，可能意味着整体在舒适性与高端感上有所牺牲，从而更加聚焦实用性和价格优势。对于大多数家庭用户而言，是否能够接受一辆类似网约车定位的电动车，还需进一步观察市场反馈。

从京东的参与来此次造车合作采取了轻资产模式，其角色定位清晰：负责销售渠道、用户运营与生态整合。

京东依托自有流量、庞大的物流体系及会员资源，将汽车销售、养护、换电服务等环节直接绑定到京东生态系统中。这种模式与雷军的小米生态思路颇为相似。

京东更强调自身作为服务提供商的定位，而非传统意义上的汽车制造商。京东的战略目标显然不只是通过卖车获利，而是希望以产品为驱动，吸引用户深度参与其生态，形成长期消费关联。

来源网络

这种轻资产合作模式也存在挑战。埃安UT Super是否能够完美融入京东生态，并凭借服务质量站稳脚跟，仍需用户体验与市场检验来给出答案。

目前京东提供了如180天价格保护、99秒换电等服务承诺，但实际落地效果有待观察，尤其是换电站的覆盖率是否能够满足用户需求。

在售价吸引力与功能性之间，京东的这款车确实给市场带来了新的竞争思路。但消费者在购买前需要理性评估，其中包括几个关键问题：你是否能够接受每月支付租金，且电池永远不属于自己？

你是否愿意选择一辆定位偏营运市场、配置较为普通的代步工具？你是否愿意将自己的用车生活完全绑定在京东生态中？只有在明确这些问题后，才能判断这款4.99万元的产品是否是理想之选。

来源网络

来埃安UT Super将“换电模式”与市场细分紧密结合，尝试开辟新的商业路径。而它能否改变新能源市场格局，撬动更多用户需求，依然需要后续时间来检验。

但可以确定的是，这场造车布局的核心，绝非单纯的产品竞争，而是一次产业生态的试探。至于你是否愿意成为这场试验的参与者，答案终究掌握在自己手中。

HTML版本：[京东携手广汽推499万换电车，面向网约车市场探索行业新生态](#)