



小米汽车退热之后

◎ 记者 吴迪

小米汽车首发时的热度正在逐渐消退。

7月9日,国内新势力销量周榜照常发布,小米以3700辆的周销量(7月1日至7日)排名第六,较此前24小时内大定(预定小米SU7需5000元订金)破8万辆的成绩,当前的周销量表现不算优秀。

回顾近2个月小米SU7的周销量可以发现,5月6日至12日,小米单周销量仅1105辆,此后8周的平均周销量约为2500辆,其中5月27日至6月2日、6月3日至9日连续两周出现下滑,后续又逐渐提升至3700辆。

面对不稳定的销量表现,小米正寻求方法加速提量。小米集团公关部总经理王化曾回应:“作为一个汽车新品牌来说,目前仅有单款车型,而且目前全国交付中心数量十分有限,每周还能上交付量排行榜,交付压力当然是极大的。”

瞄向增程

7月9日,有媒体曝出小米的第三款车型为增程SUV,计划于2026年上市,表明小米也盯上了增程市场。

作为目前各家新势力加速抢占的主要市场之一,此前入局增程市场的车企并不多,长城高管甚至直言“增程是落后技术”。

虽被称为新能源中的“过渡车型”,但凭借

其灵活的补能方式以及远超当前纯电的续航里程,增程车型得到众多消费者青睐。理想便是第一个吃到增程红利的新势力车企,多款增程车型布局直接助力了公司的销量和盈利能力。

随后加入的问界凭借快速增长的销量再次证明增程车型在当下新能源市场中的地位。深蓝、零跑、阿维塔、智己都陆续宣布加入增程阵营。

乘联会数据显示,6月国内增程批发量为11.6万辆,同比增长113%,而纯电批发量仅同比增长5.6%至55.9万辆,总量虽有差距,但增程的增长速度远超纯电。同时,当月新能源批发结构中,纯电、狭义插混、增程的占比分别为57%、31%、12%,去年同期,三者占比分别为70%、23%、7%,纯电的份额正被增程与插混抢占。

叠加强国内新能源政策变动,乘联会秘书长崔东树认为,目前低端小型电动车萎缩,纯电动走势疲软,增程式和插混会持续走强。

小米选择布局增程或因当下销量受到挑战。

市场竞争加剧后,单款车型“闯天下”将愈发艰难,此前小米第二款车型被曝为纯电SUV,预计2025年正式上市,有网友称见到小米“伪装车”外观酷似法拉利FUV,但该消息被小米官方否定。

盘古智库高级研究员江瀚认为,随着越来越多的企业涌入新能源汽车领域,市场竞争将变得更加激烈,小米需要制定有效的市场策略,

提升品牌影响力和市场份额。

此次预告的增程车型或是小米为突破当前销量困境的一大计划。

问题浮现

有数据统计,3月28日上市72小时内,小米汽车均店累计大定为1800辆至2000辆,锁单量约35%至40%,以小米汽车首批59家门店计算,该时间段内,小米SU7的大定量约10.6万辆至11.8万辆,锁单量约3.7万辆至4.7万辆。

彼时,小米SU7的交付等待周期最长达31周(近8个月),为了加速交付,小米宣布自6月起开始双班生产。小米科技创始人雷军曾表示,在保证今年10万辆的交付基础上,公司正尝试冲击12万辆。

这意味着,若以上市时订单转化率达到了100%计算,小米仍计划今年将10万辆左右的订单量全部交付完成。明年起,公司交付数据将依赖于上市后的销量表现。回顾自4月以来的周销量情况,小米汽车的表现并不理想。

4月,小米的单周销量最高2403辆,最低1095辆,未能延续上市期间的热度;5月,小米的单周销量最高2696辆,最低1105辆;6月首周为2100辆,月末也仅实现单周销售3300辆。

一位原本对小米汽车感兴趣的消费者告诉《国际金融报》记者:“上市后我便前往门店,但试驾约不到,看车要排队,最后告诉我提车要等半年,只能放弃。”

为此,记者曾在小米SU7上市后走访上海地区内多家小米门店,因新车过于火爆,店内看车开启限流,从销售口中了解到,彼时标准版车型的预计交付周期为20至23周,Pro版本为19至22周,Max版本长达28至31周。

交付时间过长,成为不少消费者放弃小米汽车的原因之一。等到这一问题随着双班生产

的开启有所缓解,小米的热度却又开始下滑。

上市三个月后,记者再次走访发现,小米店内已不再拥挤,前来看车的消费者更多是来了解小米当前的交付时间与促销方案。上海浦东区小米门店内销售秦皇(化名)告诉记者,自5月开始看车已无需排队,即便是工作日晚上与周末也不需要。

此外,秦皇透露,目前小米SU7的试驾也相较空闲,尤其是工作日,来店内看车的消费者基本可以直接要求试驾体验。

除交付速度外,质量问题的曝光也成为消费者观望的又一因素。

4月,有已提小米SU7的车主在网上发文称,小米汽车充电遇到问题,车辆自动开盖无法正常使用;5月,一位车主提车当天仅行驶39公里,新车便出现故障,中控系统显示“驱动系统故障,无法挂挡”;同月,一车主称,提车不到1个月,新车两次在高速路上智驾失灵,无法行驶……

新车质量、驾驶安全一直是购车者优先考虑的因素,对于“新入行”的小米,多次因故障问题登上热搜后,欲购买小米的消费者更多选择观望。

一位退单用户告诉记者:“我是因为对象喜欢才下单,平时她自己开车上下班,现在看到新车存在各种问题,为了安全,不得不慎重考虑。”

销售承压

热度下滑带来的连锁反应是,前端销售的日子变“苦”了。

上海地区小米汽车销售叶凡(化名)对此深有体会。作为一名前蔚来汽车销售,因为是忠实“米粉”,叶凡在小米宣布招聘汽车销售后便放弃蔚来的高薪跳槽小米。

他告诉记者,本以为凭借在蔚来做销售的经验,来到小米后收入不会低,但是工作几个月下来发现,一切都没有想象中那么顺利,不论是卖车提成还是卖车体验,小米都与蔚来差异不小。

其坦言,小米上市当天用户都是线上锁单,这笔订单被公司平均分配给了前端销售。“当时,我被分到了100单,但这不是白捡的”,叶凡说,获得这个赚钱的机会之后,他还要靠自己的努力去卖车。

据了解,小米卖车提成被平分为两部分,顾客锁单会有一笔提成,剩下提成要等到后期顾客提车。这也意味着,叶凡的100单订单也仅是拿到了一半的提成,若想拿到后续提成,叶凡需要等所有订单完成提车。

“这也是我苦恼的一点,自5月以来,小米

汽车的热度便有所下降,最直观体现就是来门店买车的人大幅度减少,如果想拿到100单后续的交车提成,我必须干到年底。”叶凡表示,在蔚来,卖出去一辆就有一辆的提成,不会被拆分。而如今,一个月卖车的提成甚至都赶不上在蔚来卖一辆多。

记者了解到,蔚来一辆车的提成在2000元至3000元不等,售价较低的蔚来ET5与蔚来EC6提成会稍微低一点,展车和试驾车的提成更高,按照叶凡的说法,其一个月卖6—8辆小米汽车,拿到的提成尚不足2000元。

叶凡表示,小米每个月也会有销售KPI,不过目前满足一个月卖10辆的难度并不大,只是随着热度的下滑,未来小米车好不好卖还不确定,“这就像一场赌局,我现在也是身不由己”。

二手涨价

在与叶凡的交流中,记者了解到,此前网上疯传的二手小米SU7涨价出售真实存在。

他告诉记者,“小米现在是没有展车出售,当前的二手小米SU7很多都是车商,黄牛通过抢单或购买早期订单,成为最早一批的车主,车况新,行驶公里数也不多,如果着急提车且不介意二手车的话,二手小米SU7会是更好地选择。”

据了解,当今二手新能源汽车涨价出售的仅小米一家,不少行业人士吐槽,以前新能源车落地打七折,小米却需要加价买车。

究其原因,主要是小米SU7提车周期太久,不少消费者为了尽早体验,选择花费千元购买“全新”二手小米SU7。

同时,小米对于首车权益的限定不同于其他车企。每家新能源车企业都会给予首任购车车主不同权益,该权益仅有首任购车车主享用,而小米的首任购车权益是由该车享用。例如,小A作为ET5的首任车主,享用该权益,若将车转手过户,成为二手车后,该权益不再生效,若小A拥有小米SU7的首任车主权益,新车转手过户后,第二位车主仍可享用该权益。

购买二手小米SU7除了能提早享用外,甚至可以将车外租赚取租金。此前有报道称,小米SU7节假日一天租金高达3000元,而其竞争对手特斯拉Model 3一天租金不过300元;保时捷Taycan也仅用1500元至2500元。按此计算,若小米SU7租期满档,一个月的收益高达6万元。

不过,随着小米汽车的双班生产启动,这类“早鸟福利”将逐一消失,小米SU7将回归汽车本质。

降温之后,小米汽车显然也需要思考“流量”以外的生存之道。

