

订单造假，车辆贬值，车企骚操作太多，竟全让车主买单！

来源：蔡雅萍 发布时间：2025-11-14 14:10:03

当年房地产那股“大干快上”的歪风还是吹到了汽车圈，愣是把一个讲究技术与质量，慢工出细活的传统制造业也玩成了“快节奏、高周转”。

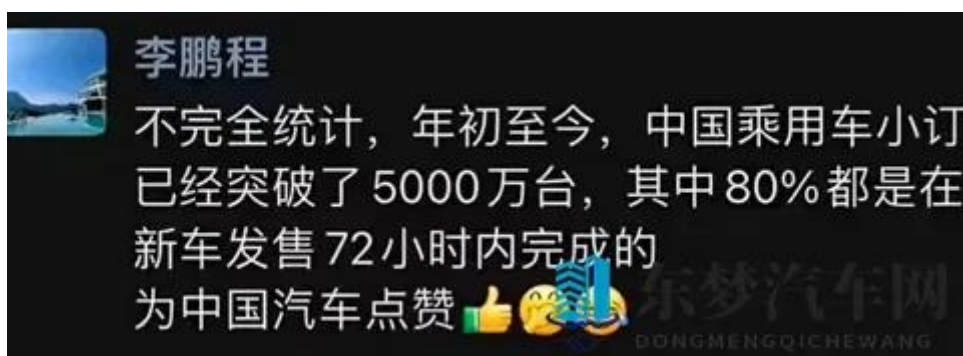
在此首先声明，绝对没有任何唱衰中国汽车工业的意思，实在是车圈当下的浮夸之风太过分，比之当年的房地产恐怕都是有过之而无不及，不吐不快。

当年，楼房前面但凡有个小水塘，就敢叫嚣“一线湖景，尽收眼底”。



如今，汽车只要配置辅助驾驶功能，就敢宣传“高阶智能驾驶”。

当年，楼盘每逢开盘，必定是万人摇号、千人疯抢，房子没有不售罄的。



如今，新车只要上市，预定系统必定遭遇瘫痪崩溃，订单没有不过万的。

就这数据还算是保守的，勉强强强只能算是起步线，现在10万、20万的订单都已经喊出来了。



吴佩

25-8-30 19:05 资深汽车达人

发布于 浙江



现在有广告公司策划“小订过万”，发布会前几个月就策划好了。

一是让消费者觉得爆款，二是哄领导开心。

但是，躲得了初一躲不了十五，隔不了几个月就交付了，最后谁没穿内裤还不是暴露了，几个月后进入平销期，都藏不住的。

明知道“狼来了”只能用三次，为什么还要用。

我不是具体指谁哈，朋友们不要对号入座，我就是说说行业现象，大家都克制一点好，省得媒体和用户在真假信息里雾里看花。



Model 3最低售价：23.55万起图片参数配置询底价懂车分4.02懂车实测空间·性能等车友圈35万车友热议二手车7.98万起 | 1403辆

大定小定喜报刷屏

有车企高管吐槽：“现在新车发布，上市2小时、24小时、72小时，如果不公布有2万台以上的订单，出门都不好意思跟人打招呼。”

是不是很熟悉的话术？

当年房地产营销就是这么干的，“什么？你开盘才来了几百号人，房子还有一半没卖掉，你们怎么混的啊？！”

.....

严重怀疑是不是当年那帮搞房地产营销的人都跑过来搞汽车营销了，要不怎么全是熟悉的味道、熟悉的配方？

最近，某知名汽车品牌营销负责人爆料：2025年至今，上市或者开启预售的新车小订总量已经突破：

5000万台！

新车发售真有这么火爆？

oh, my god!

这真是一个历史性的数字，要知道整个2024年我国乘用车总销量才2756.3万辆。同志们，缺口巨大，全国人民都得再加把油啊。

那么，车企为什么要在订单数据上注水呢？而且似乎乐此不疲，生怕落后？一个媒体人一语道破了其中玄机：

一是让消费者觉得是爆款，二是哄领导开心。

而且，“小订过万”这种戏码，其实早在发布会前几个月就由广告公司提前策划好了。主打一个自说自话，自欺欺人。

“小订”相当于诚意金，通常在5000元以内，表示消费者的购车意向，但可以随时反悔退款。

广告营销“套路”太深

一辆新车上市，订单动不动不是过5万，就是破10万，但等到交付、进入平销期，一个月销量只有几千，难道消费者看不出来，领导不懂，公司不明白？

他们是觉得消费者傻，领导蠢，还是公司水？

不，他们是揣着明白装糊涂！

编数据的是为了完成KPI，领导需要业绩来获得升职，更上一层楼，公司也需要一个个热销神话，好向市场讲故事。

既然大家利益一致，谁又愿意去戳破这个泡沫呢？至于消费者信不信，无所谓，能骗一个是一个。

假作真时真亦假，真作假时假亦真。

这是典型的“劣币驱逐良币”，潜心造车的不如嗓门喊得高的，一边是专注技术、花了功夫却少人关心，一边是炫点新词、编点数据就流量泼天。

长期以往，还有哪家车企愿意花功夫、砸重金去搞研发？市场上还会有好的汽车产品吗？消费者还会买单吗？车企能可持续发展吗？我们好不容易在新能源赛道积累起来的优势还能存在吗？

前段时间，网络上出现了“车圈恒大”的说法，但愿车圈没有恒大。

#新能源汽车# #电车# #订单# #汽车#

HTML版本： [订单造假，车辆贬值，车企骚操作太多，竟全让车主买单！](#)