

第一财经再次发文评论“大字吸睛小字免责”

来源：张伶月 发布时间：2025-11-19 08:43:14

1月10日，@第一财经发文以《“大字吹牛，小字免责”：车圈营销乱象，正在裹挟消费者》为标题，评论了当下车圈各种“遥遥领先，反复洗脑；大字吸睛，小字免责；饥饿营销，订单注水；不抢就没，周榜内卷”等各种虚假、夸大和不实营销套路。

图片由AI生成

大字吹牛、小字免责，车圈营销乱象一

第一财经 2025年11月10日 12:16 上海



文中重点指出某款热门车型为了宣传车身强度宣称全系标配某超强钢，而小字写着某超强钢是指材质项目名称；该车0-100千米每小时加速时间是2.98秒，但括号内标注不含起步时间等等。

出当互联网公司跨界进入汽车制造业后，原本简单朴素的车圈营销方式被打破，一系列营销怪象随之层出不穷，令人眼花缭乱。当营销造势的浮夸之风盖过造车的核心本质后，接连出现的安全事故技术缺陷一步一步的蚕食着消费者的信任。

不知道对此各位看官怎么看，欢迎评论区留言讨论！

