

均价34万的小米汽车，一个月卖48万辆，谁在为雷军买单？

来源：吴明宜 发布时间：2025-11-19 19:26:16

10月份的新能源车市，依旧是“神仙打架”。比亚迪一骑绝尘，特斯拉稳居高位，华为问界火力全开。而在一众品牌之中，小米汽车——这个今年才正式交付的新势力，竟然以48,654辆的月销量，稳稳跻身前十。更让人惊讶的是：小米汽车的平均成交价达到34万元。这可不是十几万的代步车，而是真正进入中高端新能源市场的价格区间。问题也随之而来：小米车卖这么贵，到底是谁在买？

一、从“手机思维”到“豪车定价”：小米的豪赌逻辑

在汽车圈，小米的出现堪称“带着流量下场”。雷军那句“造车是我人生最后一次创业”让无数米粉心潮澎湃。但当小米SU7发布后，不少人第一反应是：“这车怎么这么贵？”



34万元的起步价，意味着小米直接越过了入门市场，把竞争对手瞄准了特斯拉Model 3、极氪001、蔚来ET5这些选手。这对一个“新手玩家”来说，是冒险的选择，但雷军显然有自己的算盘——小米汽车不是要靠“低价走量”，而是要靠**“科技旗舰”**的形象打入高端市场。

从宣传策略上也能看出端倪：小米没有刻意主打节能、空间，而是围绕“性能、智能、生态”三大关键词反复强化。0-100km/h加速2.78秒、800V高压平台、8295座舱芯片、澎

湃OS互联生态，这些亮点几乎全是“科技信仰”的堆叠。

全部	轿车	SUV	MPV	新能源
2025年10月	零销量	价格	厂商属性	品牌
6		元UP 比亚迪/中型SUV 3.74-5.99万 参数 图片 懂车分 车友圈	19,813	询底价 二手车
7		Model Y 特斯拉/中型SUV 26.35-31.35万 参数 图片 懂车分 车友圈	19,488	询底价 二手车
8		途观L 上汽大众/中型SUV 14.79-23.19万 参数 图片 懂车分 车友圈	19,230	询底价 二手车
9		哈弗大狗 长城汽车/紧凑型SUV 9.09-12.49万 参数 图片 懂车分 车友圈	18,875	询底价 二手车
10		探岳 一汽-大众/中型SUV 13.39-20.99万 参数 图片 懂车分 车友圈	17,721	询底价 二手车
11		问界M8 华为/新势力/大型SUV	17,484	询底价 二手车

换句话说，小米不是在卖车，而是在卖一种“科技体验感”。买小米车的人，买的不是交通工具，而是智能时代的“第一台超级终端”。

这些回帖亮了



宇宙第一人德文布克

2025-11-10 16:56:39 发布于湖北

结论:小米销量比问界多!

小米汽车, 48654

赛力斯汽车, 48700, 其中包括SF、蓝电等品牌3000+销量, 所以问界销量在45000左右



亮了(40)

回复

查看评论(2)



二、销量爆发的背后：三类人撑起了这4.8万辆

有人戏称，小米汽车“全靠米粉撑着”，但真相没那么简单。从当前的用户画像来看，小米的买家主要分为三类：

第一类：科技追随者。这部分人往往是小米生态链的深度用户，手里可能有小米手机、小米电视、小米手环、小米空调。他们认的是“小米品牌的技术逻辑”，而不是单一产品。当汽车也能无缝连接智能家居、手机导航自动同步、甚至语音控制家电时，这种跨生态的体验对他们来说几乎是“降维打击”。

第二类：高知新中产。这部分用户往往不是传统意义上的“米粉”，但他们对科技、设计、驾驶体验有要求。他们不想跟风BBA（奔驰宝马奥迪），也觉得特斯拉的设计“冷冰冰”。小米汽车在设计上融合了运动感与科技感，同时雷军式的“情绪价值”营销，也正好戳中了这类人的消费心理——他们要的不只是出行工具，而是一种身份符号。

第三类：理性玩家和投资者。这群人看的是“潜力”。他们认为小米具备全栈自研、资金实力雄厚、品牌号召力强，有成为“中国版特斯拉”的可能。一些人买车甚至带有“收藏”或“投资”心态——“反正早买早享受，保值不行也能当情怀。”

三、小米为什么能卖得动？

在同价位竞争激烈的新能源市场，小米的成功并非偶然。一方面，小米的品牌势能积累已久。过去十年，它通过手机、AIoT设备建立了庞大的用户生态，这意味着它的汽车几乎天然自带千万级流量入口。

另一方面，小米的用户沟通能力远超传统车企。从发布会到交付日，从工厂直播到用户社群，雷军几乎把造车这件事变成了一场全民参与的“科技综艺”。消费者不仅是买家，更是见证者、传播者。这种“情绪绑定”，正是传统车企最缺乏的。

此外，小米的交付能力也超出预期。此前新势力往往陷入“交付难、售后慢”的泥潭，而小米借助自身供应链优势与代工体系，交付节奏极快——这直接提升了市场信任感。

四、这波热度能持续多久？

不可否认，小米现在的销量含有“首发红利”和“情绪红利”。但市场最终拼的，仍是产品实力与服务体验。

随着更多对手发力，比如极氪007、小鹏P7+、智己L6等车型价格下探，小米必须用更完善的服务、更强的生态绑定，去守住这些高忠诚度用户。毕竟，34万元的价位意味着消费者要求更高，他们不只是买情怀，更买品质。

从目前走势来看，小米有望在年底冲击月销5万辆。如果能稳住这条线，小米汽车的品牌基础就算真正站稳。

元UP最低售价：7.48万起最高降价：1.00万图片参数配置询底价懂车分3.42懂车实测空间·性能等车友圈8.2万车友热议二手车5.58万起 | 62辆五、结语：小米车的买家，其实买的是一种信仰

所以，当有人问“均价三十四万的小米车，谁在买？”答案其实很简单：买的是信任雷军的人，买的是科技的梦想，买的也是国产新能源的一种自信。

他们不一定在乎升值与否，也未必需要炫耀品牌，他们只是想开一辆能与自己手机“对话”的车。在这个意义上，小米卖的不是车，而是一种生活方式。

HTML版本：[均价34万的小米汽车，一个月卖48万辆，谁在为雷军买单？](#)