

奇瑞天门山溜车撞护栏！挑战路虎神迹失败，技术差or营销赌太大？

来源：林健靖 发布时间：2025-11-22 17:16:15

商悟社 | 张志雪

最近天门山又上热搜了，但这次不是因为云海仙境，而是一辆汽车“栽”了！



11月12日，一段网传视频在全网疯传：奇瑞风云X3L(图片|配置|询价)在攀爬天门山天梯时，突然溜车，直接撞坏了路边护栏。视频里那一声巨响，看得人头皮发麻！

很快就有媒体跟进求证，景区工作人员给出了回应：这是汽车品牌方搞的挑战活动，景区只是租了场地，万幸的是没造成人员受伤。但关键问题来了——直到现在，奇瑞汽车官方连一句表态都没有，就这么冷处理了？

先给没听过天门山天梯的朋友科普下，这地方可不是随便能“撒野”的。150米垂直落差，30厘米宽的湿滑窄台阶，平均坡度45°，局部甚至超过60°，总长近300米，堪称“公路界的地狱难度”。用业内的话说，“连进口越野车都鲜少挑战”，可见其凶险程度。



说到这儿，就不得不提2018年的路虎。当年路虎某车型硬是穿过99道弯，爬上999级台阶，用9分51秒打破纪录，成为全球首款成功登顶天门洞的车型。那时候的路虎，可是凭这波操作圈粉无数，品牌调性直接拉满。

同样是挑战天门山天梯，为啥路虎能成，奇瑞却栽了？



说白了，这背后都是车企的“极限营销”算盘。现在汽车市场卷成什么样了？新能源崛起，燃油车承压，各大品牌都想搞点大新闻刷存在感。极限挑战这种方式，一旦成功，就能瞬间引爆话题，彰显车辆性能，比投千万广告都管用。但问题是，极限挑战的核心是“稳”，不是“赌”！

路虎当年的成功，绝不是一时兴起。据说提前做了几个月的准备，对车辆进行了专属改装，对路况做了反复勘察，甚至模拟了各种突发情况。而奇瑞这次，从溜车的视频来看，要么是车辆性能没扛住极端路况，要么是前期准备不足，风险评估不到位。

更让人看不懂的是官方的沉默。出了这么大的事，哪怕是发个声明说“正在调查原因”，也比装死强吧？这种冷处理，只会让消费者觉得品牌不负责任，反而砸了自己的口碑。

其实这事儿，不光是奇瑞的问题，更是整个行业的缩影。现在很多企业都迷信“博眼球式营销”，总想着靠一次惊险操作“一战成名”，却忘了营销的本质是“诚信”和“实力”。没有足够的实力支撑，没有完善的风险管控，再花哨的营销都是空中楼阁，迟早会翻车。

这事儿给普通人的启示也很实在：

1. 不管做什么生意、搞什么营销，别光想着“走捷径”。就像奇瑞这次，想靠极限挑战快速出圈，结果偷鸡不成蚀把米。脚踏实地做好产品和服务，才是长久之计。
2. 风险评估永远是第一位的。哪怕利润再高、话题度再足，只要风险超出可控范围，就坚决不能碰。普通人创业、投资也是一个道理，别被高收益冲昏头脑，先想清楚“万一失败了怎么办”。
3. 出了问题别逃避。做人做事都是如此，犯错不可怕，可怕的是不敢承担责任。及时

回应、主动解决，反而能赢得理解；一味冷处理，只会越抹越黑。

最后想问大家：你觉得奇瑞这次溜车是技术问题，还是营销决策失误？你看好这种“极限挑战式营销”吗？欢迎在评论区聊聊你的看法！

商悟社由资深媒体人张志雪创办，全平台内容分发，全网百万粉丝，若转载请写明来源。

HTML版本：[奇瑞天门山溜车撞护栏！挑战路虎神迹失败，技术差or营销赌太大？](#)