

李想越有礼貌 理想汽车销量越下滑

来源：张文勇 发布时间：2025-11-11 23:32:56

自从李想不再爆粗口、怼友商以来，理想汽车销量似乎变得每况愈下。

李想在社交媒体最狂妄的2023年，理想汽车全年销量同比增长达到182%。

去年年初因Mega被调侃成不吉祥的物品后，李想社交媒体停更近2个月，而后又在8月14日停更，直到12月11日恢复更新，整个2024年李想似乎开始刻意远离社交媒体——而且说话的语气也变得平和起来，但2024年理想汽车销量同比增长率为33%，不再遥遥领先，回归到了蔚来、小鹏一样的增长区间。

今年7月，李想开通某音账号，以解释他愤怒失态下说出的「听我讲完」的网络黑梗，表情平和且略带些许紧张，视频中还双手合十微笑着说「求大家放过」，不失礼貌的自嘲赢得了近20万的点赞。



但吊诡的是，李想个人素质表现得越好，理想汽车的销量似乎销量越差。今年6月销量同比下滑24%后，7月同比下滑进一步扩大，达到39.7%，8月销量同比下滑更是超过40%，就在刚刚过去的10月，理想汽车销量同比下滑38.2%，这也是理想汽车连续4个月销量同比下滑超35%。

以至于有网友调侃说：李想个人素质的表现和理想汽车的销量成反比。

当然，从另一个角度也可以这么解释，理想汽车的销量才是李想真正狂傲的资本——像大家热熟能详的「蓝山什么的随便搞，我们根本就不在意。」、「很多友商那仨瓜俩枣的销量，有啥可干的？被害妄想症呀？」、「这点作战都受不了，难道是巨婴吗？」这些虎狼之

词，都是李想在2023年理想汽车风头最盛的时候脱口而出的。



中国传统文化最讲因果，所以「积善之家，必有余庆；积不善之家，必有余殃」才为中国人所尊崇与敬畏。



李想

6-13 20:09

回复@辛浩hx:很多友商那仁瓜俩枣的销量，有啥可干的？报道事实想症呀？我们核心关注的一直都是BBA的盘子。//@辛浩hx:理想汽车销量是总公月中38%的友商，阴阳怪气还不让人对号入座。



东梦汽车网
DONGMENGQICHEWANG

但问题是，「果」往往具有滞后性，即便一个人狂妄也不会立刻得到教训的「反馈」，所以，人们往往是在出现不利于自己的境况出现，才会幡然醒悟；6月理想汽车首次出现销量同比下滑，7月李想就火速以低姿态低自嘲方式重启「人设」。

不过，一改往日形象李想个人视频账号的热度并不高，开通三个多月粉丝只有27万，最近三条视频的平均点赞仅6500多，与一些车企掌门人差距明显。

客观地说，李想如今表现出来的人设和他此前的人设，甚至和他内心真正的秉性是相悖的，所以他现在「演」的成分更多，自然无法产生很好的感染力。而在当下这个时代，真诚、自然才是玩转社交媒体的必杀技。

无论怎样，从狂妄到低调自嘲的转变，李想的人设与形象变得更好了，车界江湖的热点舆论与他的关系随之渐行渐远。即便是理想i8上市策划出反智的对撞东风卡车并把卡车撞得四轮离地，而且是李想在发布会现场播放并解释了这段视频，但舆论并没有发难李想，而是更多地指责理想汽车的「虚伪」。

从这一点上看，李想在理想汽车的公众认知中抽身成功，这与李想努力运营视频社交媒体密不可分，这对理想汽车和李想都是好事儿。

近日，上海街头Mega自燃再次把理想汽车推上风口浪尖；尤其是从见到车底出现火星到燃起熊熊大火不到10秒以及车内人员从副驾驶连滚带爬的狼狈逃生，让公众不仅对理想汽车的安全性提出了质疑，甚至对纯电动汽车自燃起来「太快了」感到了巨大的恐惧。

一周后理想汽车发布声明宣布主动召回超过1.1万辆Mega后，依然受到了舆论的肯定——能正视问题并主动召回，值得点赞。

李想象征性地转发了理想汽车的声明，并平和地发表评论说：这次召回是主动召回。事故调查需要时间，有时候一两个月都出不来。我们已经发现了导致事故的隐患，面对万分之一的风险我们不能等。事故可能是万分之一，但是生命只有一次，是百分之百。

Mega自燃召回，理想汽车需要付出不菲的召回成本，但带来的积极意义是，消费者开始重新审视与思考纯电动车的安全性。

Mega召回，对理想汽车的形象与未来发展是好事儿——不仅树立起了负责任的形象，而且让理想汽车变得更加具体与生动——附加意义是，无形中完成了进一步地「去李想化」。

至于理想汽车销量同比持续下滑，并非是理想汽车不行了，而是原来的理想汽车表现太

不正常，现在才是应该有的样子。

HTML版本：[李想越有礼貌 理想汽车销量越下滑](#)