

小米“打孔机盖”风波，管辖权异议二审驳回背后自主品牌诚信考题

来源：韩贞仪 发布时间：2025-11-12 20:07:47

据媒体报道，一场围绕小米SU7 Ultra(图片|配置|询价)“碳纤维挖孔机盖”的宣传争议，近日在江苏省苏州市中级人民法院迎来关键节点——法院二审“驳回上诉，维持原裁定。”这场看似普通的消费者维权案，背后却是一场关于“宣传是否等于承诺”的诚信拷问，也是一面照出中国自主品牌成长路上“初心与商业”的镜子。

小米SU7 Ultra最低售价：52.99万起图片参数配置询底价懂车分暂无懂车实测空间·性能等车友圈2.4万车友热议二手车36.80万起 | 103辆

从一开始，小米SU7 Ultra就以“复刻原型车双风道设计”“直接导向轮毂，支持散热”为卖点，将一款选装价高达4.2万元的碳纤维机盖推至聚光灯下。然而，当第一批车主提车后拆解测试，却发现所谓“风道”不过是一纸空谈——内部结构与普通铝制机盖几乎无异，减重仅1.3公斤，散热性能未见提升。那一刻，车主们感受到的不仅是功能上的落差，更是一种被“技术神话”所辜负的信任。

小米汽车在事发后迅速回应，提出“改配铝盖”或“赠送2万积分”的方案，这一举措展现了小米面对用户反馈时的灵活与效率，但未能触及问题的核心——消费者要的不是补偿，而是诚实。当宣传脱离实际，当技术词汇“融入”营销话术，伤害的不仅是用户情感，更是一个品牌赖以生存的信任基础。

最终，一位律师车主选择通过法律途径维权，要求退还2万元定金，并按“退一赔三”原则索赔12.6万元及1万元律师费。江苏小米景明科技有限公司作为该案的第一被告，以小米汽车宣传主体在北京总部、侵权行为实施地在北京市大兴区为由提出管辖权异议，被一审法院驳回。后小米汽车上诉至江苏省苏州市中级人民法院，最终二审法院驳回小米上诉，维持原裁定。



在这场诉讼中，小米方面并未直接回应“是否虚假宣传”的实质性质疑，而是连续提起“管辖权异议”，主张案件应由北京大兴区法院审理。尽管法律赋予企业程序性权利，但这一举动是“拖延时间”还是合理诉求？尚未可知。正如车主所感慨：“明知会败，为何还要提？”——这不仅是程序与实体的拉扯，更是一场关于“企业如何面对错误”的价值观较量。

当一家以“技术为本”为企业精神的科技公司，踏入汽车这一高度复杂且责任重大的制造业时，是否真的做好了承担“每一句宣传语都可能成为法律责任”的准备？

小米SU7 Ultra最低售价：52.99万起
图片参数配置询底价
懂车分暂无
懂车实测空间·性能等
车友圈2.4万
车友热议
二手车36.80万起 | 103辆

作为中国自主品牌中的新生力量，小米汽车承载着无数国人的期待。从手机到汽车，从软件到硬件，小米的每一步跨越都牵动着市场神经。但越是如此，越不能忘记：汽车不是快消品，它关乎生命安全、家庭财产、长期使用。消费者对自主品牌的支持，源于信任，而非盲目。



今天的中国自主品牌已非昔日“吴下阿蒙”。比亚迪的刀片电池、吉利的雷神电混、长城的Hi4-T、蔚来的换电体系……这些实打实的技术突破，正在让世界重新审视“中国智造”。但越是这样，我们越要珍惜来之不易的声誉，越要警惕任何可能损害行业形象的“瑕疵”。

这场诉讼，不论最终结果如何，都已为整个行业敲响警钟：在智能电动车竞争白热化的今天，技术可以迭代，设计可以优化，但诚信一旦丢失，再炫酷的“黑科技”也难以挽回用户的信心。

民事裁定书

(2025)苏05民辖终■号

上诉人(原审被告):苏州小米景明科技有限公司,住所地江苏省苏州吴中经济开发区郭巷街道港曲路99号。

法定代表人:叶航军。

被上诉人(原审原告):■,男,■年■月■日出生,公民身份证号码■,汉族,住江苏省苏州市■。

上诉人苏州小米景明科技有限公司因与被上诉人■产品销售者责任纠纷管辖权异议一案,不服江苏省苏州市虎丘区人民法院(2025)苏0505民初■民事裁定,向本院提出上诉。

苏州小米景明科技有限公司上诉称:产品销售者责任纠纷属于侵权之诉,因侵权行为提起的诉讼,由侵权行为地或者被告住所地人民法院管辖。侵权行为地包括侵权行为实施地及侵权结果发生地。本案围绕的侵权行为是被上诉人所谓的“消费欺诈”行为。案涉的宣传信息系小米汽车科技有限公司通过互联网发布,而非上诉人发布。因此,侵权行为实施地为小米汽车科技有限公司住所地北京市大兴区。本案中,案涉车辆尚未交付,所以并无

院不予支持。依照《中华人民共和国民事诉讼法》第一百七十七条第一款第一项、第一百七十八条之规定,裁定如下:

驳回上诉,维持原裁定。

本裁定为终审裁定。

审 判 长 蒋 琦
审 判 员 严 拥 军
审 判 员 孙 晓 蕾



本件与原本核对无异



东梦汽车网
DONGMENGQICHEWANG

在“流量为王”的时代,真实和诚信才是最稀缺的资源。小米汽车作为中国自主品牌的重要一员,应当以更高的标准要求自己——不仅在产品研发上追求极致,更在宣传承诺上坚守真实。我们也呼吁所有自主品牌车企:中国汽车工业的崛起,不只是技术的崛起,更是品牌精神与商业伦理的崛起。唯有以诚待人、以实立信,才能真正赢得市场、赢得尊重。

这场“打孔机盖”风波,或许只是小米造车路上的一段插曲,但它所折射出的问题,却值得所有企业深思。我们期待小米能以此次事件为镜,真正成为中国智造的一张“诚信名片”。中国汽车产业的崛起,需要每一个自主品牌的努力,也包括——小米汽车!