

小米YU7保值率吊打友商？又是一场数据营销秀？

来源：张志伟 发布时间：2025-11-12 23:10:55

小米YU7(图片|配置|询价)发布不到半年，就被某机构评为“2025年Q3国产新能源车保值率第一”——一年保值率99.4%。

如果你能独冷静下来仔细推敲，会发现这条“新闻”里藏着好几处逻辑漏洞：调查样本是啥？99.4%是怎么算出来的？上市都没一年，这“一年保值率”是怎么来的？



我善意的理解这不是小米的营销手段，但我知道当下新能源圈的成熟玩法：把“不确定”包成“确定”，把“猜测”包装成“权威”，再用热搜和媒体放大。本文今天就来拆解一下新能源行业的那些“营销路数”。

01 “一年保值率”，半年就算完？

近日，多家媒体转载称——由某数据机构发布的报告显示，小米YU7一年保值率为99.4%，问界M8为97.2%，理想MEGA为95.5%，小米YU7位列国产第一。

然而，小米YU7正式发布为2025年6月26日，问界M8于2025年4月16日上市。两车上市还没满周岁，相差甚远，二手市场也还尚处于成型初期。



多篇转载只引“威尔森（Wilson）发布报告/大数据机构”的表述，但多数转载未披露具体方法论、样本期、样本量或是否经过第三方验证。换句话说，媒体给出了结论，却省略了最关键的“怎么算”。



专业上，保值率通常需要基于真实交易或残值模型： $\text{二手车成交价} / \text{新车参考价} = \text{保值率}$ 。

关键在于成交样本够不够、是否代表市场、是否剔除了特殊样本（展车、0公里车、企业库存）。

当样本不足时，业内做法包括“模型拟合”、“以车系转车型”或用其他因子估算——但这些必须透明披露。否则就是“凭感觉做榜单”。（注：行业保值率数据规范也要求在样本不足时披露方法与修正因子）。

机构称小米YU7成国产新能源车保值率第一。（新浪科技）

02 这不是意外，这是行业套路

把事件放大看，几条链条反复出现——这是行业通用的“数据营销工具包”：

提前造势→小样本/体验车→模型外推新车刚上市，品牌便与第三方数据机构合作，用有限样本跑模型，得出“预期保值率”或“预测残值”，然后大肆宣传。消费者只看标题，不看方法论。热搜与流量运营代替真实讨论平台算法（或“代运营”）把刻意制造的话题推上热搜：评论少、互动少的热搜并不少见。热搜成为“制造公众感知”的工具，而不再是自然讨论的镜像。0公里二手车/虚报销量来美化数据行业内的真空被“规则漏洞”填补——例如“0公里二手车”被部分经销体系用来虚增销量或美化数据（先办保险或先过户再转手），随后被监管点名整治。类似的“数据游戏”一直存在，并非孤例。（新浪财经）“预测性”数据的合法灰色地带预测/估算性质的数据尚难界定为虚假宣传，但当它直接影响消费者决策（比如金融回购承诺、保值承诺挂钩分期方案）时，消费者的风险极高。03 这套“算术游戏”，行业已经玩了好多年

“数据造势”，这套算数游戏行业一直在玩，只需三个动作。

造榜单：先找个机构，包装成“行业研究报告”；

造热搜：花几万块上热搜榜，配合媒体标题党；

造舆论：让粉丝自动传播，完成口碑闭环。

就这样，一份PPT报告摇身一变成了“全国数据”，一个样本模型成了“国家级调研”。

2025年起，监管部门加强对汽车营销违规、虚假宣传和网络不良信息的整治（包括打击利用网络流量做不实营销的行为）。有公开报道指出：主管部门发起专项行动，要求厂商与平台整改误导性宣传。

然而，虚假或误导性的数据宣传往往在传播链条上快于监管反应。榜单一出，热度就形成；证伪和追责的节奏却慢很多。

结果是：短期内“认知红利”归厂商，被误导则由消费者自己买单。

04 消费者在用真金白银买“虚拟数据”

其实，整个新能源行业的“数据乱象”早就不是新闻。

“预估保值率”变成卖点：把模型预测当成事实宣称，误导不够懂行的消费者。

“0公里二手车”造假销量：通过预先办牌、办险把库存车算成销量，放大市场热度（监管已点名并整顿）。

“零风险回购/保值承诺”实则附加苛刻条款：部分保值承诺只在极其特定条件下成立（如：里程、车况、回购渠道受限）。

流量代运营与水军操作：用付费流量和组织化账号推话题，上热搜进而被媒体二次传播，形

成“真假难辨”的公众舆论场。

对消费者而言，买车不只是交通工具，是家庭重大支出。

如果相信了这些营销套路，最终损失的不只是几万块，而是整个决策逻辑。

对行业而言，假数据泛滥，意味着“信任溢价”被掏空，真诚厂商反而被噪声淹没。

长此以往，中国新能源汽车行业就会陷入“流量循环”——营销越虚，消费者越不信任，行业越焦虑。

05 国家亮剑！新能源虚假宣传的“遮羞布”被扯掉了

今年8月13日，国家开始对新能源汽车的“吹牛营销”下狠手！

市场监管总局联合工信部发布征求意见稿，直接给行业虚假宣传划下红线——续航虚标、辅助驾驶吹成自动驾驶、性能数据掺水这些操作，以后都要被重点整治。

这份政策精准戳中了行业积弊：

有的车企把实验室里的续航数据当日常通勤续航吹，冬季实测直接打六折；

有的把 L2 级辅助驾驶包装成“解放双手”，却隐瞒复杂路况的短板；

监管明确要求，企业宣传必须真实全面，不能玩文字游戏、不能暗示虚假功能，还会通过专项调查和技术认定，让夸大宣传无处遁形。

这波操作，也该让靠“数据注水”抢市场的车企醒醒了。

06 数据不是信仰，透明才是信任的起点

雷总说过一句话：“小米造车，是为用户造车。”

这句话没错，但希望有天我们看到的，

不是“99.4%的保值率”，而是“100%的诚实”。

科技应该让世界更透明，而不是更“算计”。

别让热搜替代真相，也别让数据成为流量的遮羞布。

毕竟，造车这件事，不该靠玄学——该靠真功夫。

欢迎点击关注「极客菌」

周一至周五，每日为您奉上前沿科技领域的深度观察。