

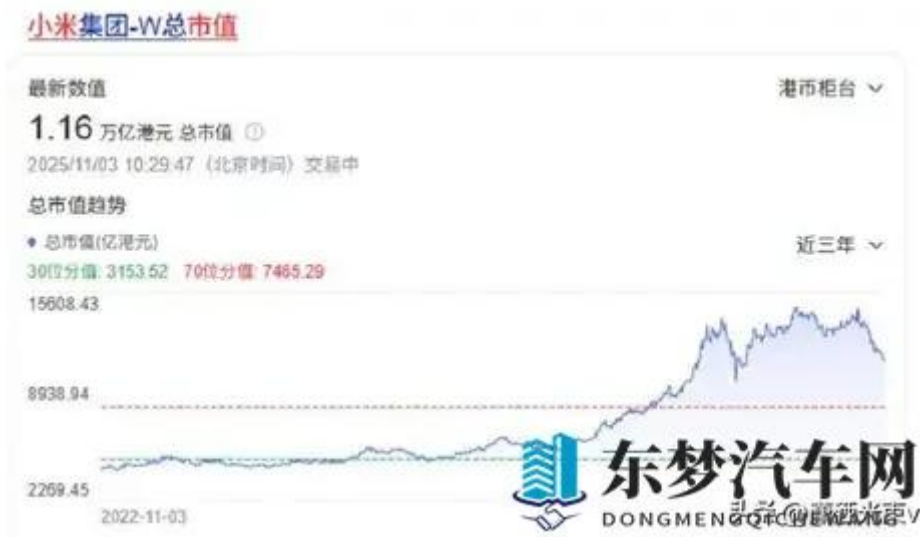
小米股价腰斩，用户集体维权，信任崩塌谁之过

来源：蔡宛臻 发布时间：2025-11-13 07:23:59

去年八月小米YU7(图片|配置|询价)刚上市时，订单数量一下子冲到二十八万多台，场面看起来挺红火，可是到了实际交车阶段，每月只交付了六千多台，剩下的车主都在排队等待。官方最初说好从八月开始陆续交车，结果有部分车主等了超过五十周还没提到车，这种情况确实让人难以接受。

更让人意外的是，小米公司突然要求部分用户在七天内支付全部车款，否则定金不再退还，这一做法在行业中并不常见，通常都是车辆交付后再结算尾款，九月份就有242名车主因此联合起诉小米公司，成为造车新势力中首例大规模定金纠纷案件。

生产排单的做法显得混乱，小米公司没有按照用户下单的先后顺序安排生产，反而优先处理价格更贵的高配版本，那些便宜的型号则一直被往后推迟，这让许多用户感到不公平，过去消费者选择小米产品，是看重它的高性价比和品牌情怀，现在却变成谁花的钱多谁就能先拿到货，这种变化让老粉丝们心里很不是滋味。



过去小米依赖米粉支持品牌，现在这些老用户反过来向公司寻求解释，许多人当初购买产品是因为相信小米拥有供应链优势，能够避免像其他新兴企业那样只做表面承诺，结果发现小米连基本的产品交付都难以保证，这让用户的信任感迅速崩塌。

看看蔚来和理想这些车企，预售推迟了会主动补偿用户、发布进度通知，至少让人心里有个底，小米这边呢，要么不吭声，要么只会催人付款，沟通方式实在直接生硬，这不只是产能跟不上，根本是没把用户体验放在心上。

有人说华为工厂生产进度慢或芯片供应不足，但没人能证实这一点，华为采用智选模式轻装上阵，交付反而更稳定，这说明技术实力强不等于就能造出好车，小米可能高估了自己的资源整合能力，现在用户关注的重点不是参数高低，而是能否按时提到车，如果连这点都做不到，再好的宣传也是白费力气。



HTML版本：[小米股价腰斩，用户集体维权，信任崩塌谁之过](#)