### 小米SU7 Ultra舆情分析报告

#### 一、概述

小米SU7 Ultra作为小米汽车冲击高端市场的旗舰车型，自发布以来引发了广泛关注。其强大的性能配置、豪华的设计以及极具争议的碳纤维双风道前舱盖问题，成为舆论讨论的核心焦点。本报告基于多渠道舆情数据，对小米SU7 Ultra的网络评价进行综合分析，涵盖正负观点占比、主要争议点及市场反馈。

#### 二、网络舆情评价

##### （一）正面评价

**性能表现**

* 小米SU7 Ultra搭载了三电机系统，最大马力达到1548PS，0-100km/h加速时间仅为1.98秒，最高车速可达350km/h。这些数据使其在性能上媲美顶级超跑，受到消费者和媒体的高度认可。
* **出处**: [AM车镜](https://new.qq.com/rain/a/20250228A05Q4U00)

**豪华配置**

* 内饰方面，大面积使用Alcantara®超细纤维面料与碳纤维材料，搭配专属座舱配色和刺绣工艺，为用户带来极致的豪华体验。标配24K金碳纤维车标更是彰显奢华气质。
* **出处**: [搜狐汽车](https://m.sohu.com/a/864808742_121798711/?pvid=000115_3w_a)

**技术创新**

* SU7 Ultra配备了宁德时代麒麟Ⅱ赛道专用高功率电池包，支持5.2C充电倍率，电量从10%充至80%仅需11分钟。这一技术突破被认为是新能源汽车领域的重大进步。
* **出处**: [网易新闻](https://m.163.com/dy/article/JPGACB7G0527CF51.html)

**市场反响**

* 上市后订单量迅速突破1万台，展现了强大的市场吸引力。标准版售价52.99万元较预售价格大幅下降近29万元，进一步激发了消费者的购买热情。
* **出处**: [腾讯新闻](https://new.qq.com/rain/a/20250228A05Q4U00)

##### （二）负面评价

**碳纤维双风道前舱盖争议**

* 多位车主和博主质疑碳纤维双风道前舱盖的实际功能，认为其无法有效引导空气至刹车系统或产生下压力，更多是“装饰品”。部分实验显示，鼓风机对着开孔吹风时纸巾毫无反应，进一步加剧了质疑。
* **出处**: [网易号](https://c.m.163.com/news/a/JV4LAVSR052781GQ.html?referFrom=)

**虚假宣传指控**

* 部分车主因不满碳纤维机盖的功能性问题，联合起诉小米汽车涉嫌虚假宣传，要求退一赔三。维权群人数已超过70人，并计划通过司法途径解决。
* **出处**: [搜狐汽车](https://m.sohu.com/a/896861515_121074763/?pvid=000115_3w_a)

**补偿方案不被接受**

* 对于未交付订单提供改配铝制前舱盖服务，以及赠送2万积分的补偿措施被认为诚意不足。许多车主表示，2万积分与4.2万元选装价格差距过大，且改配需重新排队等待30-40周。
* **出处**: [界面新闻](https://m.jiemian.com/article/12749993.html)

**安全隐患担忧**

* 3月29日发生的高速爆燃事故导致三人遇难，再次引发公众对新能源汽车安全性的关注。尽管事故原因仍在调查中，但事件对小米SU7 Ultra的品牌形象造成了负面影响。
* **出处**: [识微科技](https://m.civiw.com/resources/20250424142859308)

#### 三、正负观点占比分析

根据梅花数据舆情监测团队的统计（2025年5月12日-5月18日），小米SU7 Ultra相关舆情声量总计54,695条，其中：

**正面观点占比**：约14.14%

* 主要集中在产品性能、豪华配置和技术创新等方面。

**负面观点占比**：约85.86%

* 负面舆情主要围绕碳纤维机盖争议、虚假宣传指控、补偿方案不满以及安全事故等话题展开。

#### 四、主要争议点总结

**碳纤维机盖功能性问题**

* 宣传中强调的“双风道高效导流”功能未能得到验证，导致消费者对其实际价值产生怀疑。

**虚假宣传与法律风险**

* 消费者对小米汽车是否存在误导性宣传提出质疑，可能面临集体诉讼的风险。

**售后服务与客户关系管理**

* 补偿方案被认为缺乏诚意，且沟通方式存在改进空间，影响了品牌形象。

**安全性与信任危机**

* 高速爆燃事故暴露了新能源汽车在碰撞安全和电池保护方面的潜在隐患，削弱了消费者对品牌的信任。

#### 五、结论与建议

##### （一）结论

小米SU7 Ultra凭借其卓越的性能和豪华配置，在市场上取得了显著成功，但也因碳纤维机盖争议、虚假宣传指控和安全事故等问题陷入舆论漩涡。总体来看，负面舆情占据主导地位，品牌声誉面临一定挑战。

##### （二）建议

**加强透明沟通**

* 针对碳纤维机盖争议，应通过权威机构测试并公开结果，以消除消费者疑虑。

**优化补偿方案**

* 提高补偿力度，例如增加现金赔偿比例或缩短改配等待周期，以提升客户满意度。

**强化安全管理**

* 加强车辆安全设计，特别是在高速碰撞场景下的电池保护机制，避免类似事故再次发生。

**积极应对法律风险**

* 妥善处理消费者投诉，避免事态升级为大规模诉讼，同时完善营销策略，杜绝夸大宣传行为。

#### 六、参考文献

* AM车镜. (2025). [小米SU7 Ultra上市分析：性能猛兽的市场冲击与营销策略](https://new.qq.com/rain/a/20250228A05Q4U00)
* 搜狐汽车. (2025). [小米SU7Ultra震撼发布：24K金碳纤维与赛道级性能的巅峰之作](https://m.sohu.com/a/864808742_121798711/?pvid=000115_3w_a)
* 网易新闻. (2025). [小米SU7 Ultra上市分析：性能猛兽的市场冲击与营销策略](https://m.163.com/dy/article/JPGACB7G0527CF51.html)
* 界面新闻. (2025). [深夜致歉！小米汽车回应SU7 Ultra排位模式及碳纤维双风道前舱盖争议](https://m.jiemian.com/article/12749993.html)
* 搜狐汽车. (2025). [一周舆情监测：小米SU7 Ultra前盖争议事件](https://m.sohu.com/a/896861515_121074763/?pvid=000115_3w_a)
* 识微科技. (2025). [小米SU7高速爆燃事故舆情分析报告](https://m.civiw.com/resources/20250424142859308)