11月3日，电动汽车制造商特斯拉在其官网上架了一些新品，其中包括一款“Model X-mas”圣诞毛衣和一款“Tesla…& Chill Blanket”毛毯，售价分别为65美元（约合人民币474.8元）、150美元（约合人民币1095.6元）。临近圣诞节，特斯拉也嗅到了西方重大节日的商机了，只不过这两款产品并没有在国内官网上架。

（图片来自特斯拉官网）

特斯拉的粉丝群体相当庞大，所以这家电车制造商旗下的周边纪念品都很好卖，此前Cyberwhistle哨子补货好几轮都被抢光，二手平台也有相当大的溢价空间。据小雷了解，特斯拉这款圣诞毛衣，只上架了1分钟，就已经处于缺货的状态了。

这两款“纪念品”都具有特斯拉的特殊图案，有充电桩、“S3XY”产品阵容以及Cybertruck等产品元素。据介绍，毛毯两面有压印的仿麂皮绒“T”标志，用手工提花针织打造，材料是100%可回收聚酯雪尼尔。而毛衣则由100%低过敏性丙烯酸制成，质地柔软舒适，敏感肌也能用。

（图片来自特斯拉）

让小雷感到意外的是，这件毛衣的定价居然还挺良心，不少大牌子的当季毛衣产品，差不多都是这个价格段，而且还有可能更贵，况且这还是圣诞节限定款。再加上特斯拉品牌以及特殊图案加成，性价比也算是很高了，只可惜目前是限量售卖，如果后期补货不能满足大家的需求，那么二手平台又要炒起来了。

不得不说，特斯拉的周边产品真是行走的广告牌，品牌方打广告不花钱，甚至还能倒赚消费者一笔，同时又能达到理想的宣传效果。在科技产品行业内能够做到这种地步的，恐怕除了特斯拉，就只有苹果了。这些周边产品的热销，正好印证了品牌的热度很高，受众面很广。

（图片来自特斯拉）

说到底，小雷并不认为这些周边产品是智商税，它们往往蕴含了一个品牌的文化底蕴，产品的真实用途是其次，品牌效益、收藏价值才是主要。如果特斯拉的毛毯和圣诞毛衣在国内上架，照样会很好卖。

（封面图来自特斯拉）