

理想称无意将乘龙卡车卷入舆情

近日，理想汽车因一则涉及“乘龙卡车”的网络争议被推上风口浪尖。据中新网报道，起因是一段视频显示，一辆疑似理想汽车的测试车辆与东风柳汽乘龙卡车外观高度相似，引发网友热议，质疑理想“抄袭”或“套壳”生产。理想汽车迅速回应，称无意将乘龙卡车卷入舆情，事件系误解，实际为供应商合作中的测试环节。此事不仅让理想汽车的品牌形象备受关注，也掀开了车企与供应商关系的一角。争议源于2023年11月，社交媒体上流传的视频显示，一辆标有理想汽车Logo的卡车与东风柳汽的乘龙H7卡车外形几乎一致，网友纷纷吐槽：“理想这是直接拿现成卡车改标？”

“新能源车企也开始玩贴牌了？”舆论迅速发酵，部分自媒体甚至揣测理想汽车试图通过“套壳”快速进入商用车领域，省去研发成本。面对铺天盖地的质疑，理想汽车紧急发布声明，澄清该车辆为供应商提供的测试用车，仅用于内部技术验证，与量产无关，更不存在抄袭或套壳行为。据黑子网报道，理想汽车进一步解释，涉事车辆由东风柳汽提供，作为理想在商用车领域的技术测试平台，属正常合作范畴。声明强调，公司专注于新能源乘用车，无意进军重卡市场，也无意将乘龙卡车品牌卷入负面舆情。

理想还表示，已与东风柳汽沟通，双方将加强信息披露，避免类似误解。东风柳汽也回应，确认与理想的合作属常规业务，测试车辆仅为技术支持，未涉及品牌授权或量产计划。此事折射出车企与供应商合作的复杂性。在汽车行业，主机厂与供应商共享平台或测试车辆并不罕见，尤其在新能源转型期，车企为降低研发成本，常借助成熟商用车平台进行技术验证。业内人士分析，理想可能在探索新能源商用车的可行性，但测试阶段的保密不足，导致公众误解。

一位汽车博主评论：“车企搞测试很正常，但不提前说明，容易被放大解读。”网友对事件的反应两极分化。支持者认为，理想作为新兴车企，借助供应商资源无可厚非，质疑者则是“拿来主义”的表现。社交平台上，有人调侃：“理想这是想你行你上，结果被网友上了课。”还有网友质疑理想的公关能力，称其回应速度虽快，但缺乏细节，未能彻底平息争议。理想汽车近年来凭借L系列SUV在新能源市场站稳脚跟，2023年前三季度销量超26万辆，同比增长超150。

然而，快速扩张也让其频频陷入舆论风波。此前，理想曾因“锁单风波”和“续航争议”被推上热搜，公关处理备受诟病。此次“乘龙卡车”事件再次暴露其在品牌形象管理上的短板。汽车行业分析师张强表示，新能源车企需更注重透明度，尤其在测试阶段，稍有不慎就可能引发信任危机。公众对车企创新的期待也在事件中显现。网友小李在微博写道：“支持理想搞技术，但别拿别人的壳糊弄人，拿出真本事才行！”也有声音呼吁，车企应加强与供应商的沟通，提前披露合作细节，避免类似乌龙。

此次事件对理想的品牌影响仍在发酵。业内人士建议，理想需进一步完善公关策略，增强信息透明度，以挽回消费者信任。东风柳汽则表示，将优化与车企的合作流程，避免测试车辆被误读。“乘龙卡车”风波虽是一场误会，却为车企敲响警钟：在信息爆炸的时代，任何细节都可能被放大。理想汽车能否借此完善管理，化危机为转机，值得关注。网友感叹：“车企不好当，造车更得用心，别让舆论抢了风头。”

原文链接：<https://hz.one/baijia/理想乘龙舆情-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/理想称无意将乘龙卡车卷入舆情.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>