

## 雷军为小米车主做专属伞 定价169元

2025年8月3日，小米科技创始人雷军在微博上抛出一则温馨消息：“最近好多地方都在下雨，我们为小米车主做了把专属伞！”这款名为Xiaomi Life晴雨伞闪电黄的产品，定价169元，8月4日在小米汽车App开售，迅速引发热议。据黑子网报道，这把伞不仅设计贴合小米汽车SU7的风格，还完美适配车内储物空间，开售当天订单火爆，网友却对“169元一把伞”展开激烈争论，有人直呼“智商税”，也有人觉得“颜值即正义”。

这款专属伞的设计亮点满满。伞面采用SU7同款闪电黄内衬，搭配黑色外层，撞色设计时尚吸睛。伞柄印有“Ultra”标识，表面高光喷涂，手感细腻。功能上，它具备UPF50防晒等级，高密度疏水涂层让雨水一甩即干，还支持一键开合，单手操作方便。更贴心的是，伞的尺寸专为小米汽车全系前排门板储物格设计，收纳无缝贴合。小米还提醒车主，高速行驶时建议将伞放车门下层，避免飞出，细节处透露出对安全的考虑。雷军的这波操作并不简单。

2025年夏季，全国多地暴雨频发，车主对雨具需求大增，雷军精准捕捉这一痛点，推出专属伞，既实用又强化了品牌归属感。开售当天，社交平台上小米车主纷纷晒单，称“撑着这把伞，感觉车和人都更有范儿了！”有车主表示，这把伞不仅是雨具，更是小米车主身份的象征，169元的定价虽不低，但“买个品牌认同也值”。然而，169元的定价也引发了不少争议。普通晴雨伞市场价多在30-50元，小米的“品牌溢价”让部分网友直呼“太贵”。

有人调侃：“雷总这是把车卖亏了，靠卖伞补回来？”还有网友对比劳斯莱斯价值10万元的车载伞，笑称：“169元算啥，雷总还算厚道！”针对质疑，小米回应，这款伞采用高品质材料，经过车规级测试，成本远超普通伞，且可用1690积分兑换，等于给忠实用户“免费”福利。雷军也在微博幽默回应：“我们不只卖伞，还卖一份专属的归属感！”这把伞的背后，是小米汽车生态链的又一次试水。2024年3月，小米SU7上市，凭借高性能和亲民价格迅速走红，但也遭遇过风波。

3月29日，一辆SU7高速事故引发对智能驾驶的质疑，雷军迅速承诺优化技术。如今，这把专属伞被视为小米重塑用户信任的一步。此前，小米推出169元的车载纸巾盒也曾引发热议，雷军解释其为“车规级”产品，成本高。如今，这把伞延续了类似逻辑，瞄准车主生活场景，强化品牌黏性。业内人士分析，雷军的周边战略是应对汽车行业“内卷”的无奈之举。小米SU7上市时，雷军坦言“每卖一辆车都在亏本”，利润率低迫使车企在周边产品上找突破。

类似地，蔚来的胶囊太阳镜卖329元，特斯拉的高尔夫伞卖269元，都是品牌溢价的体现。小米的169元伞看似小众，实则精准筛选核心用户愿意为品牌买单的“米粉”。网友对这把伞的态度两极分化。支持者认为，169元换来高颜值和实用性，性价比不低，反问：“你买苹果145元的抛光布不也心甘情愿？”反对者则吐槽：“就是普通伞贴个Logo，凭啥卖这么贵？”还有人调侃：“雷总下一步是不是要出169元的车载雨衣？”无论如何，这把伞的热销证明了雷军的营销功力，微博转发量超10万，评论区热闹非凡。

从车载纸巾盒到专属伞，雷军用一件件周边产品，将小米汽车从“交通工具”变成“生活方式”。这把169元的伞，不仅为车主遮风挡雨，也为小米品牌点亮了话题热度。未来，小米汽车的生态版图会否继续靠“周边”出圈，网友们已经开始期待雷军的下一招。

原文链接：<https://hz.one/baijia/雷军专属伞-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/雷军为小米车主做专属伞 定价169元.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>