

雷军称为小米车主做了把伞

2025年8月3日，小米科技创始人雷军在微博上发文，宣布了一则令人眼前一亮的消息：“最近很多地方都在下雨，我们为小米车主们做了把雨伞。”这把名为Xiaomi Life晴雨伞闪电黄的周边产品，专为小米汽车车主设计，定价169元，于8月4日在小米汽车App正式开售。据黑子网报道，这款雨伞一经推出便引发网友热议，不仅因其实用性，还因其背后体现的小米品牌对车主生活的细腻洞察。这把伞也让人们对小米汽车的生态布局和雷军的营销智慧再次刮目相看。

这款雨伞的设计颇具巧思，完美契合小米汽车SU7的品牌形象。伞面采用与SU7车身同款的闪电黄内衬，搭配黑色外伞面，撞色设计既时尚又醒目。伞柄上印有“Ultra”标识，表面采用高光喷涂工艺，手感细腻，尽显高端质感。更贴心的是，雨伞尺寸专为小米汽车全系前排门板储物格量身定制，收纳方便，堪称车主专属。功能上，这款晴雨伞不仅防晒级别达UPF50，还能通过高密度疏水涂层实现水滴一甩即干，实用性拉满。更别提它支持一键开合，单手操作轻松自如，完美适配车主在雨天的使用场景。

雷军的这波操作并非心血来潮，而是小米一贯“用户至上”理念的延续。2025年3月，小米首款量产车型SU7上市，凭借高性能和亲民价格迅速成为市场焦点。然而，上市仅两周，一场车祸事故让小米汽车陷入舆论风波。3月29日，一辆SU7在高速上发生事故，引发公众对智能驾驶安全性的质疑。雷军迅速回应，承诺配合调查并优化技术，展现了危机公关的担当。此后，小米汽车通过一系列用户关怀活动重建信任，这次推出专属雨伞正是其中一环。

网友调侃：“雷总不光造车，还操心车主淋雨，真是贴心到家了！”这款雨伞的推出时机也颇为巧妙。2025年夏季，全国多地暴雨频发，车主对雨具的需求激增。雷军敏锐捕捉到这一痛点，迅速推出定制雨伞，既解决了实际问题，又借机强化了小米汽车的品牌黏性。8月4日开售当天，小米汽车App的订单量激增，不少车主在社交平台晒出“闪电黄”雨伞，纷纷点赞其设计和实用性。有车主表示：“这伞放车里太方便了，颜色还跟我的SU7绝配，雷总真是会玩！”

更有粉丝直言，这把伞不仅是雨具，更是小米车主身份的象征。不过，这把169元的雨伞也引发了一些争议。有网友质疑其定价偏高，认为普通雨伞几十元就能买到，169元未免“溢价”太高。对此，小米官方回应称，雨伞采用高品质材料和定制设计，成本远高于普通产品，且可用1690积分兑换，相当于为忠实用户提供了“免费”福利。还有分析人士指出，这款雨伞的意义远不止卖伞本身，而是小米汽车生态链的又一次试水。继SU7上市后，小米已推出车载充电器、专属车膜等周边产品，雨伞的热销无疑为未来的生态扩展打下基础。

雷军的营销策略也在这件事上体现得淋漓尽致。作为全国人大代表和科技圈“劳模”，雷军以高频互动和亲民形象著称。他的微博不仅是产品发布平台，更是与用户沟通的桥梁。8月3日的雨伞发文，短短几小时便收获数万点赞，评论区满是“雷总又懂我们了”的留言。业内人士分析，雷军通过雨伞这样的小物件，将小米汽车从“冷冰冰的科技产品”变成了“有温度的生活方式”，这种情感连接正是小米品牌的核心竞争力。值得一提的是，这不是雷军第一次为用户“操心”。

早在2020年，小米就曾推出过定制雨伞，定价99元，广受好评。如今，这把169元的“车主专属伞”不仅延续了小米的生活方式品牌定位，还进一步拉近了与车主的距离。有网友笑称：“雷总这是要让小米车主晴雨无忧，下一步是不是要出定制雨衣了？”总的来说，这把雨伞不仅是小米汽车对车主的一次暖心回馈，也是雷军品牌战略的又一妙招。在舆论风波后，小米通过细节关怀重塑形象，展现了从造车到生活的全链条布局。未来，小米汽车的生态版图如何扩展，雷军又会带来哪些惊喜，网友们已经开始拭目以待。

原文链接：<https://hz.one/baijia/雷军小米车主-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/雷军称为小米车主做了把伞.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>