

為什麼小米的第一款車要叫SU7？

自小米發佈首款汽車SU7以來，相關討論在各大平台幾乎沒停過。

作為小米造車的開山之作，SU7的命名也引起很多人的好奇。

小米官方給出的解釋是：SU，代表SpeedUltra，即極端速度，不造慢車。但為什麼是「7」，連雷軍本人也表示不理解。

雷軍自己吐槽：「我也不明白國內車圈，大家的車為什麼都叫7系。後來我也跟著大家改成7。」

隨手一搜，確實汽車行業的「7」系車遍地都是。

傳統汽車行業有寶馬的7系，奧迪的A7、Q7，以及馬自達的CX-7等；新能源車行業更是遍地開花：新上線的騰勢N7、智界S7、享界S7、領克07、小鵬P7、極氪007……

從什麼時候開始，7幾乎成了新能源車的通用型號？

為什麼很多新能源汽車命名都要用7？

傳統汽車時代，汽車車型還是按照順序排列的。

寶馬7系的7，就是老老實實從1開始排到的，1系-6系都是中小型汽車，7系恰好是寶馬品牌的旗艦車型，對標奔馳S級，屬於高檔系列。

後出現的奧迪汽車，為了對標寶馬，也在A系列中同樣對車型排序。

雖然奧迪在寶馬的7繫上抬了一手，讓數字更大的A8對標7系，但A7也被劃定到高檔車型範圍中。

與車型層次相對應，越高檔的車型尺寸往往更大，因此，大多標以「7」的車型，通常屬於較大型的C級或B級中型汽車中的高檔車型。

對小米等新能源汽車來說，可以通過命名中的數字7，與寶馬7系、奧迪A7的高檔形象產生聯想，提升消費者認知，同時標明自己的C級車型尺寸。

為什麼消費者看到小米SU7可能會聯想到寶馬7系？

有兩個支撐理論。

錨定效應理論認為，人們在對某人某



事做出判斷時，易受第一印象或第一信息支配。

而關聯學習理論認為，在面對新事物時，個體能夠將兩個信息之間的關聯來形成對新事物的認知與學習。

具體而言，傳統汽車多年的市場教育已經讓用戶們形成了習慣認知。比如看見S就想起奔馳的最高檔S系列，看見7就想到著名的寶馬7系，進而將小米SU7與這兩種豪華車型的高檔形象聯繫起來，形成對SU7的第一印象——高檔C級車型，繼而強勢影響後續的認知與購買行為。

同理，備受爭議的保時捷同款外觀、邁凱輪同款前車燈、林肯同款尾燈也是追求這樣的效果。

進一步說，首款汽車錨定了7系的高端定位，可以保證整個系列車型的價值水準。後續就可以根據市場和行業情況靈活調整產品線，向下可以再推出SU5、SU6作為親民款B級車型，向上可推出SU8、SU9系列作為頂配

款D級車型。同系列無論哪款車型都不會至於落到SU5以下聽起來比較低端的車型序列中。

其次，單從數字層面看，7這個數字具有很強的存在感，可以幫助提升品牌認知。

易得性直覺原理（availability heuristic）是人們在做決策和評估概率時的一種常見思維方式，人們往往會依據某類事情是否容易被想起以判斷該類事情發生的概率，當一個事件或信息被推測發生概率越高，就越受人們重視。簡言之，人們會重視那些更容易想到的信息。

數字7，就是1-10中最容易被想到的數字。

心理學與神經科學領域專業交流網站Psychology & Neuroscience Stack Exchange曾有用戶發起一個非正式的調查，要求人們在1到10之間隨機選擇一個數字。結果顯示，7是最常被選中的數字，儘管這個調查因樣本數量較小不具備統計學價值，但還是體現出人們對數字7的偏愛。

中央財經大學社會與心理學院心理學系副教授竇東徽對竇讀解釋道，這就像讓人們想一種蔬菜，大家往往想的是「白菜」、想一種水果大家通常想到「蘋果」一樣，7可能是人們心中簡單數字「原型」。

米勒原理也佐證了這一點。1956年，心理學家米勒在論文《神奇的數字7加減2：我們加工信息能力的某些限制》中提出代表短時記憶的容量的「7±2」法則，也就是說，消費者短時間內只能處理5-9個單位的信息。數字7恰好位於這個範圍的中心位置，因此它在信息處理中佔據了一個「甜點」位置，既不過多也不過少，恰到好處。

而人們在面對需要回憶數字時，往往傾向於選擇那些在心理加工中佔據優勢位置的數字，7的最佳位置使得它在眾多數字中更容易被想起，也就更受到消費者重視。選擇數字7命名可以幫助確保小米汽車在消費者心中有更強的存在感，從而提高品牌的識別度和偏好。

為什麼「7」能代表更高級？

「7」除了在人們心中更有存在感，還可能更有高級感。大多標以「7」的車型，通常會被劃入高檔車型。為什麼「7」會給人更有高級感的感受？竇東徽給出了進一步解釋。

首先，在文化心理中，數字7具有特殊的意義。

西方文化中，7被視為一個幸運數字，這一概念深植於多種文化傳統和信仰之中，例如，「Lucky 7」成為賭場和彩票中吉祥的象徵。

童話故事中耳熟能詳的七色花、白雪公主的七個小矮人，他們的出現即代表逢凶化吉、事事順遂。

白雪公主與七個小矮人 | 圖源：電影《白雪公主和七個小矮人》截圖

在東方文化中，7也代表一種完整、標準和幸運。

北斗七星被認為是指引方向和命運的星群，象徵著指引和保護，被視為吉祥、幸運的象徵。

佛教裡的「救人一命勝造七級浮屠」，七級浮屠是最高等級的7層佛塔，是佛教修行的最高層次，7象徵著最高級別，體現了在精神和道德層面的最高級別。

此外，7也與生活的各個方面緊密相關，比如一周的七天、彩虹有七色等，這些都是7在日常生活中代表完整性的體現。

「七分靠打拼」、「辨材須待七年期」（唐·白居易《放言》五首之三）反映了7作為衡量和評價的一個標準，也與耐心、努力和時間關聯。

因此，數字7在日常生活中不僅具有積極的、正面含義，而且在跨文化的背景下，被普遍認為是一個吉祥和幸運的數字。這種普遍的正面情緒和文化意義，使得7成為承載各種象徵和期望的理想選擇。運用數字7，不僅能夠吸引消費者的注意，還能夠傳遞出一種

品質保證以及對幸福生活的美好寄托，從而在激烈的市場競爭中脫穎而出，扛起「高級感」的大旗。

其次，作為數字的7也有自己的高級感。竇東徽解釋道，7是一個質數（即不能被除自身和1之外的整數整除），帶給人一種獨立、獨特、能力出眾、卓爾不群的感覺，如著名影視角色睿智英勇、身手矯健的「特工007」。

此外，因為「7」在10以內的數字中超過中值5，對應「中等以上」的直覺，同時「7」又沒有達到「10」的飽和態，類似「友情以上，戀人未滿」的定位，造就了「高端但又有提升空間」的觀感。

現實中，除了車系命名習慣用「7」代表高端系列或車型之外，其他消費行業也會用7取名，塑造高端形象。曾是中國第一男裝品牌七匹狼、中高檔男裝品牌柒牌男裝都是典型代表。

7這麼好用，數字界的當紅炸子雞非7莫屬。

「這是中國的民族品牌，是中國人、中國企業製造的、世界上最智能的新能源汽車，為我們中國汽車工業爭得榮譽」。李曉林這樣說。

小米SU7上市即大賣，這款擁有與保時捷Taycan極度相似外觀與性能的車型，指導價格僅為保時捷Taycan的四分之一左右。被網友戲稱為「平民版保時捷」，汽車行業的「大牌平替」。

另一邊，由於在電動化轉型中相對遲滯，過去一年，保時捷中國區成為其全球業務中唯一下滑的市場。

「中國的新能源車在合理的價格區間內已經做得相當成功，但在豪華車領域還沒有一個真正脫穎而出的贏家。」保時捷中國總裁及首席執行官柯時邁（Michael Kirsch）認為，保時捷仍然有很大的機會。

如今，保時捷的電動化轉型已經開始提速，在即將到來的2024北京國際車展上，保時捷首款純電動SUV Macan將公佈國內售價。

錢昆打油詩

看日出

甲辰元宵愛妮行，
機上喜見日出景。
一輪紅日冉冉升，
灑向天際一片金。



《達圖爾傳》 第二部《奔騰年代》

特朗德政府對於蔣氏政權同樣非常上心，畢竟中國是二戰後五大戰勝國之一，和美蘇英法一起主導了聯合國。雖然國家窮的叮噠響，但勝在人多地大，富人多的是！特朗德關注著中國的一舉一動。首先，紅色蘇聯和節節勝利的中共是美菲共同的敵人。其次，特朗德經歷過一個政權倒塌所帶來的財富轉移。政治上算是拉盟友一把，經濟上還可能薅一把羊毛，何樂而不為呢！

第29章 雷霆（第3節）

菲尼亞對中國情況的瞭解比美國更實在！對國際形勢的發展，特朗德顯示出非同一般的遠見。他並沒有把希望寄托在李宗仁這個假總統頭上，而是直接與蔣介石聯繫，請他訪問菲尼亞「面商遠東大局」。

1949年7月10日，蔣介石乘「中美號」專機，從台北飛抵菲尼亞正式展開訪問。此時蔣介石尚處於下野狀態，中華民國的元首是李宗仁。蔣介石發了一個聲明：「本人以中國國民黨總裁的身份，將建議並要求中國政府對中菲聯盟加以充分的支持。」這個巧妙的轉換，避免了黨首和一國總統會談的尷尬，也使得會談能夠自然地進行下去。

各懷心事的蔣介石與特朗德相見恨晚。

會談的主題先是中菲關係，然後就是遠東國家共同反共的大計。會談中兩人還對中、菲、韓三國的反共聯盟進行了規劃。會談後，兩人發表了《聯合聲明》，在肯定兩國關係，展望經濟和文化合作未來後切入正題：「鑒於共產勢力之嚴重威脅，余等認為遠東國家應立刻成立聯盟，加強合作互助，以反抗並消除此種威脅。」《聯合聲明》主題鮮明的提出在亞洲建立反共聯盟。

不過這個主題並沒有引起太高的關注度，美國對菲尼亞還是不上心，蔣氏政權又風雨飄搖。連會議都沒參加的南韓李氏政權正處在北朝鮮的威脅之下，雖然對他們兩人的《聯合聲明》不滿，但也顧不上和他們扯這麼多沒用的。

蔣介石之所以和菲尼亞眉來眼去，一是對退守台灣信心不足。二是美國人不斷攪和台灣的人事，想讓親美的吳國楨和孫立人，分別主導台灣的政治和軍事，蔣介石極具危機感，在徹底肅清反對勢力之前，他不敢把台灣當成最終的落腳地。隨著國民黨海軍不斷向解放軍投降，中共海



軍力量已經暫時超越了國民黨海軍，蔣介石更是驚恐萬狀，生怕解放軍馬上發起渡海作戰，因此更不敢專心於台灣。

流亡到哪裡呢？直接去美國，這必將被美國控制。去日本，日本已經被美國完全掌握。至於英國、法國等西方國家，距本土太遠，很可能一去就再也回不來。最現實的退路肯定就是南亞，南亞諸國離台灣最近、最方便來往並利於將來反攻大陸的就是菲尼亞。

當菲尼亞政府召開新聞發佈會時，媒體第一反應就是，蔣介石是不是尋求菲方幫助提供一個落腳地。當記者問特朗德會不會允許中國在菲尼亞建立流亡政府時，他的回答是：「如果蔣氏提出計劃，我們勢將不加拒絕。」這個回答弄得城府頗深的蔣介石非常尷尬，他並沒有在公開場合表達過要流亡。

菲尼亞的公開表態，隨即讓中國、菲尼亞的媒體炸了鍋，連篇累牘地開始報道蔣氏集團流亡的動態，似乎蔣介石真要成為亞洲的戴高樂一樣。於是很多中華民國的資本家、大地主、軍政官僚紛紛將資產轉移到菲尼亞。特朗德又適時地在報紙上補了一句：「同意蔣政府及重要親信提前來菲」。氣得蔣介石暗罵此人不懂政治，但又不好發作，只好含糊地應付了過去。

狡兔三窟，除了菲尼亞之外，蔣介石還要預備一個地方，於是看上了韓國。美國扶持的李承晚集團面臨蘇聯和北朝鮮的強大壓力，朝不保夕，急切需要外部援助，國民黨政權是其最好的外部助力。如果提出去韓國建立流亡根據地，想必李承晚也會同意。

（二九四）