

# 魏牌V9X上市反馈快报

—— 基于100条真实VOC



是谁在关注魏牌V9X?

魏建军「以身入局」，终身代言：魏牌V9X能否重建信任、逆转口碑？

哪些亮点让他们“连声叫好”？哪些争议让他们“举棋不定”？



# 研究概况与口碑总览

## Research Overview and Reputation Summary

- **样本范围：**100条关于魏牌V9X的评论，时间覆盖魏牌V9X预售期（2026年4月）至上市后（2026年5月）的用户评论
- **特别说明：**样本中自述“试驾/到店/锁单”的内容占比有限；大多数为围观者/潜在购买者的预期判断，因此本报告在身份表述上统一使用“网友/关注者/讨论者/潜在购买者/围观者/口碑发布者”

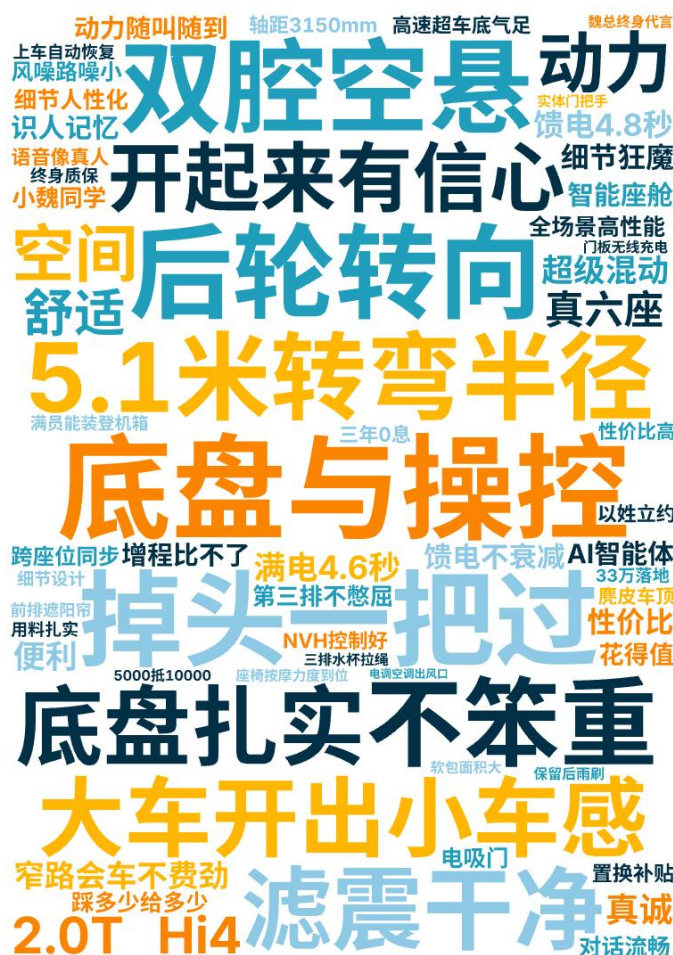
### 魏牌V9X从预售到上市初期的口碑倾向

(N=100)

情绪类型	占比	主要聚焦维度
正面	约55%	后轮转向+双腔空悬全系标配、2.0T Hi4动力强劲、空间真六座、细节人性化、魏建军终身代言
中立	约25%	价格与配置权衡、版本差异、品牌保值率担忧
负面	约20%	低配与高配差异、外观设计“拼凑感”、255窄胎、品牌断代风险、蓝山老车主背刺

(基于文本情感词与否定/抱怨信号的规则标注，偏保守：含明显优缺点并存者更易归为中立)

#### 正向高频词



#### 负向高频词



# 核心发现

## Key Findings

### 01. 魏牌V9X击中的，是相信长城机械素质、拒绝为新势力浮夸溢价买单，但又对魏牌历史“心有余悸”、态度复杂的务实中产

- 多为事业稳定的社会中坚，家庭结构以多人口家庭为主，从合资或长城系（哈弗、魏牌）升级而来，熟悉长城系（蓝山/坦克/摩卡）的底层技术实力，也在横向对比理想L9、问界M9、比亚迪大唐EV，是典型的“参数党进阶版”
- 他们信：2.0T Hi4、后轮转向、双腔空悬——长城在机械素质上从来没输过。他们不迷信华为光环或理想“奶爸”标签，愿意花35万买一台“实实在在的大车”，拒绝为“冰箱彩电大沙发”的过度包装付出过高溢价
- 但他们更怕：蓝山保价协议成废纸、摩卡三年贬值75%、VV系列说停就停。魏牌的“停产史”比任何竞品都致命。这群人不是买不起，是不敢买——他们怕的不只是车不好，更怕“今天买，明天绝版”
- 评论多见长篇幅技术拆解（后轮转向角度、Hi4挡位、胎宽、空悬类型），以及强烈的“被长城割过韭菜”的身份叙事。“我是23款蓝山原价车主”、“摩卡性能版31.5万落地，现在值8.8万”这类开场白高频出现

### 02. 魏牌V9X关注者主要对比车型

#### ➤ 向上对比：理想L9、问界M9

用户认可V9X配置更全、价格更低，但品牌力、口碑与华为/理想差距较大。“华为这两字就是自带光环，不服气也不行”，V9X便宜10多万，但开出去别人认不认账，是用户心里过不去的坎

#### ➤ 平行对比：领克900、比亚迪大唐EV、小鹏GX

用户逐项拉表：后轮转向、纯电续航与充电、空间灵活性...等等。V9X的独有优势是2.0T Hi4馈电不衰减，以及更大的车身尺寸。但低配版400V+310km的续航成为相对竞品被“挑刺”的集中点

#### ➤ 向下对比：零跑D19

部分用户认为V9X定价仍偏高，“零跑D19 22万起，该有的都有”，且多花10万买魏牌，还不如买零跑便宜省心

V9X用“满配底盘+2.0T插混”和“33万买5.3米大车”的性价比锚点吸引用户，但低配版（400V+310km）在电压平台和纯电续航上与部分竞品存在落差，导致横向对比时用户容易动摇



蒋保信

烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创办人，专注于新能源汽车用户研究

如果您想加入“新能源用研联盟”社群，或者预约有关本报告的线上、线下交流，欢迎

联系我（个人微信：472449189；邮箱：jiangbaoxin@evlianmeng.com）

# 核心发现

## Key Findings

### 03. 用户最“上头”的亮点：长城独有技术，竞品学不来

- **2.0T Hi4超级混动，长城独门武器，满电馈电都强劲**：满电4.6秒、馈电4.8秒，增程车根本做不到。“有电龙没电虫”的痛点，被V9X一刀终结。这是网友反复提及、且竞品无法复制的技术壁垒
- **后轮转向+双腔空悬全系标配，大车开出小车灵活感**：5.3米车长，转弯半径仅5.1米，窄路掉头、地库挪车一把过，彻底告别“开大车像开船”
- **空间真六座，第三排不憋屈**：3150mm轴距，三排成年人可舒适乘坐，满员后备箱仍能装5个登机箱
- **续航扎实，补能无焦虑**：日常通勤一周一充，市区代步零油耗
- **AI智能体座舱**：原生AI支持识人记忆、跨座位同步设置，语音对话流畅度接近真人
- **细节满配**：前排遮阳帘、门板无线充电、三排水杯拉绳、电吸门+实体门把手并存、保留后雨刷，有网友称之为“细节狂魔”
- **价格与权益**：上市价比预售价降2.2万，叠加三年0息、终身质保等权益，网友认为“35万落地买到这些配置，性价比很高”

### 04. 最大的争议点：不是配置，是品牌

- **低配与高配差距略大**：低配为400V平台+310km续航，高配为800V+470km续航，部分网友因此质疑“全系标配”说法含水分
- **255mm窄胎与旗舰车身不匹配**：5.3米、2.9吨的全尺寸SUV仅配255mm胎宽，竞品多采用275mm以上胎宽，用户担心抓地力与刹车安全
- **外观设计缺乏辨识度**：前脸被指像零跑、尾灯像问界、侧面像理想，整体“缝合感”强，缺少魏牌独特的家族化语言
- **内饰“土气”，豪华感停留在堆料**：用料扎实但设计老气，橙色内饰被批“像暴发户”，空调出风口等细节与十几万的车同款，拉低档次
- 但以上所有争议，加起来都不如一个核心矛盾致命：**魏牌的“品牌负磁场”**。用户反复说的不是“车哪里不好”，而是“我不敢买魏牌”。停产史、保值率、背刺老车主——这些历史负债才是V9X最大的敌人

注：以上表述源自用户对官方宣传的接受与转述。上市初期尚未有大量真实装载实测，实际体验可能与宣传存在差异。本报告如实记录用户感知，不代表对客观事实的验证



蒋保信

烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创办人，专注于新能源汽车用户研究

如果您想加入“新能源用研联盟”社群，或者预约有关本报告的线上、线下交流，欢迎

联系我（个人微信：472449189；邮箱：jiangbaoxin@evlianmeng.com）

# 核心发现

## Key Findings

### 05. 用户的真实顾虑：不是“值不值”，是“敢不敢”

- **不敢冲首发：首批交付品控未知。**归元新平台首款车，尚无真实用户长测验证，担心小毛病、装配瑕疵，不敢冲首发当“小白鼠”
- **不敢买低配：低配体验“缩水”明显。**预算35万只能买低配，但400V平台+310kmCLTC纯电续航，与高配差距过大，担心“买低配后悔”，上顶配又超预算
- **不敢信品牌：品牌停产焦虑、保值率预期低。**三年保值率仅25%左右的阴影，担心V9X开几年卖车时亏损严重，不敢轻易下单，担心蓝山历史重演，“不想当绝版车主”
- **不敢赌交付：交付周期不明确。**上市后提车时间未知，担心等车太久错过限时权益，或等待期间竞品又出新款/降价

### 06. 老车主不是“沉默”，而是带着伤疤在发声

- V9X以34.98万起售价切入全尺寸SUV市场，比预售价低2.2万，配合置换补贴、三年0息等权益，实际入手价可压至33万左右。**新用户认为“35万落地5.3米大车+后轮转向+空悬+2.0T插混”，在同价位找不到第二台，形成强烈的“花得值”心理**
- 但同一件事，**在蓝山、摩卡等老车主那里变成了“背刺”**。当年蓝山保价协议未兑现，半年内损失数万元；**如今V9X配置更高、价格更低，进一步挤压蓝山二手残值**。老用户直言“谁还敢买魏牌首发？”，这批老车主相当活跃，且情绪复杂：**他们认可长城的机械素质，但对品牌“卖一款弃一款”的惯性极度愤怒**，同时又忍不住来看V9X
- 更特殊的是，一批“捡漏者”正在蹲守二手蓝山。他们不买V9X新车，而是等V9X交付后蓝山二手价格进一步下探
- V9X短期靠性价比拉动了新用户订单，但长期要补的是老用户的情绪资产。如果处理不好，品牌会被贴上“背刺老车主”“买首发必后悔”的标签，高端化信任基础将更加薄弱

注：以上表述源自用户对官方宣传的接受与转述。上市初期尚未有大量真实装载实测，实际体验可能与宣传存在差异。本报告如实记录用户感知，不代表对客观事实的验证



蒋保信

烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创办人，专注于新能源汽车用户研究

如果您想加入“新能源用研联盟”社群，或者预约有关本报告的线上、线下交流，欢迎

联系我（个人微信：472449189；邮箱：jiangbaoxin@evlianmeng.com）

# CONTENTS

## 目录

- 是谁在关注魏牌V9X? 07
- 魏建军“以姓立约，终身代言”，用户态度如何? 09
- 魏牌V9X关注者主要对比车型 10
- 魏牌V9X关注者高度认可的亮点 12
- 魏牌V9X的主要争议点 14
- 魏牌V9X关注者的核心顾虑点 15
- 老车主的“背刺伤痕”与新用户的“捡漏心态” 16
- 魏牌V9X在关注人群眼中的定位 17

- 《电动汽车用户联盟》，专注于讲述真实用户买车用车故事
- 公司媒体矩阵全网粉丝200万+，并拥有500+新能源汽车用户社群

# 是谁在关注魏牌V9X?

## ——精算型技术务实派、追求机械素质的顾家中产

- V9X的关注者不是品牌崇拜者，而是一群对机械素质、配置单、质价比相当敏感，反复权衡的家庭用户
- 他们来自多个阵营：既有被理想L9/问界M9价格劝退的预算敏感型买家，也有在魏牌V9X/比亚迪大唐EV/领克900之间反复拉表的横向对比者，还有一批对魏牌历史心有余悸但仍忍不住来看的长城老车主



**事业阶段：**事业稳定，增换购为主，具有一定经济实力

**家庭结构：**以多人口家庭为主，对六座空间有刚需

**用车场景：**日常通勤、家庭出游、长途返乡、偶尔商务接待，追求“一车多用”，既要全家六人舒适出行，又要偶尔接待客户不丢面

机械素质与操控灵活性

空间实用性

价格与性价比

动力与续航

品牌信任与长期持有成本

**核心诉求：**机械素质优先（2.0T插混+后轮转向+空悬），空间实用性强，“配置价值比”有诚意，不希望成为“绝版车主”

- **大车要好开：**后轮转向+双腔空悬，必须灵活好掉头、好停车
- **动力要扎实：**2.0T插混比增程更有底气，满电馈电都不拉胯，油耗不能太高
- **空间要真六座：**第三排不憋屈，全家出门装得下
- **价格要值：**预算35万左右，配置要给够，不想当冤大头

### ➤ 精算型买家——为“看得见的价值”买单：

“我不是什么品牌粉，就是家里人多需要六座，对比了一圈，V9X的机械素质最打动我。”

“关注这车挺久了，不是冲着牌子来的，就是看中它的底盘和动力。2.0T+后轮转向+空悬，同价位找不到第二个。”

“偶尔要接客户，这车外观稳重，内饰也不算丢面。商务家用两不误。”

### ➤ 拒绝“开船感”——既要大车空间，又要灵活操控：

“后轮转向太实用了，5.3米的车掉头一把进，地库再也不用来回倒。”

“这么大个车，转弯半径5.1米，窄路掉头一把过，比我的高尔夫还轻松。”

“V9X行驶起来底盘给人感觉比较有韧性Q弹的感觉，山路弯道支撑性明显强于高山。”

## 魏牌V9X三类核心关注人群

- ◆ **长城系存量老车主：蓝山/摩卡/哈弗/拿铁/VV7车主，认可长城质量，但被停产史伤害，换购时面临品牌忠诚与对停产焦虑的矛盾，“被背刺过、但还放不下”**

### 典型原声

“本人23年听信蓝山保价协议，原价买了23款蓝山，然后23年下半年开始市场实际成交价降价了，听信保价协议的并没有得到任何补偿。不懂就问，**作为韭菜车主，有机会的话还能买这个魏牌V9X吗？**”

### 决策心理

- 极度矛盾。认可机械素质，但“买首发=半年后后悔”已成条件反射
- 他们不是不买，而是在等一个“不会背刺”的确定性信号

- ◆ **横向对比型技术参数党：对比理想L9/问界M9/小鹏GX/比亚迪大唐EV/领克900等车型，看重V9X的2.0T插混+后轮转向+大空间，“谁配置强、谁不阉割、谁不套路”**

### 典型原声

“这车论智驾不如华为系，论后轮转向不如智己LS9，论座椅按摩不如智己LS9，论空间不如领克900，论前双叉臂不如奇瑞20万级，论空气悬架领克900也是双腔闭式，论内饰用料更比不上领克900和智己LS9，**这车唯一的卖点就是Hi4长城独有。**”

### 决策心理

- 极致理性列表式比价。他们会把后轮转向角度、胎宽、零重力座椅安全带位置、出风口样式、冰箱开启方式逐一拉表对比。**V9X在他们眼中不是“好不好”，而是“每一项够不够顶”**

- ◆ **品牌无偏见、纯产品力导向的务实买家：对魏牌历史不了解或不介意，只看“34.98万能买到什么”**

### 典型原声

“34.98万起，5000抵10000，还有置换补贴，**33万落地一台5.3米大车，还要啥自行车？**”  
“豪华加长版35万左右落地，5000抵10000，还有置换补贴和免费保养，**对比同级别车，配置和空间都占优，家用很划算。**”

### 决策心理

- 他们是V9X最直接的转化对象，不受“停产焦虑”影响，只看“同价位谁给的配置多”

# 魏建军“以姓立约，终身代言”，用户态度如何？

## 预售期：37.18万起，用户直呼“贵了”

- 魏牌V9X预售价37.18-41.18万元一出，网络上的质疑迅速集中在“价格偏高”和“品牌撑不起”两个维度
- 大量用户将其与理想L9、小鹏GX、比亚迪大唐等竞品对比，认为魏牌的品牌力不足以支撑这个价位

“37.18万的预售价，真正上市还会有惊喜吗？这个价格凉了。”

“挂个魏牌，就是贵了。消费者不认可，卖不好的。”

“这个价位确实是勇气可嘉，雷达是死活不提。”

- 也有用户从产品力角度理性分析，认为V9X的配置对得起这个价，但品牌拖了后腿：

“37.18万起，直接杀进了理想L9和问界M9的地盘。对于不迷信品牌、更看重机械素质和性价比的人来说，这个价格确实有吸引力。但魏牌的品牌号召力跟华为、理想比还有差距。”

## 正式上市：价格下调2.2万，但用户记住的是魏建军的“怕”

- 5月18日，V9X正式上市价较预售价下调约2.2万元。但这次发布会的核心记忆点不是价格数字，而是魏建军本人。
- 在流量明星霸屏的时代，魏牌V9X的发布会上却没有出现任何明星面孔。长城汽车董事长魏建军登上台，宣布亲自为这款车型终身代言——不请明星、不设合同期限、亲自巡店盯交付。他甚至亲自跑到杭州直营店，穿着工服化身“产品专家”接待客户。“既然代言，我们就没有退路。”车砸了，他的名声也就砸了
- 发布会上，他反复说一个字：“怕”。怕用户花几十万买回去的不是心里真正期待的那台车；怕任何一个细节没做好，砸掉的不只是V9X的口碑；怕辜负每一个愿意相信魏牌的人

## 用户对此态度分化：

- 信任者认为：真诚比明星强

“魏总说‘我怕’，怕辜负用户信任，这种真诚比明星代言强百倍。”

“长城老总用自己的姓做品牌，一辈子造车，质量信得过。”

- 质疑者却说：怕，是因为之前没做好

“怕是因为之前没做好。蓝山保价协议的事还没过去呢，现在说怕，更像是危机公关。”

- 魏建军亲自代言，是V9X区别于竞品最大的情感叙事。魏牌V9X的发布会靠魏建军“怕”的真诚和终身代言的契约，试图用创始人的信誉对冲品牌的历史信任赤字。
- **价格下调2.2万让部分用户觉得“有诚意”，但远未达到“掀桌子”的冲击力。**真正让这场发布会与众不同的，是魏建军把个人声誉和产品死死绑在一起的态度。
- 然而，真诚可以打动人心，但无法替代产品延续性、保值率和售后服务的硬承诺。**V9X最终能否赢得市场，不取决于魏建军说了什么，而取决于交付后用户感受到了什么**

# 魏牌V9X关注者主要对比车型

基于用户评论，V9X潜在购买者在横向对比竞品时，最关注的维度集中在以下6个方面：

维度	用户关注点
价格与落地成本	实际到手价、限时权益、置换补贴
尺寸与空间	车长/轴距、第三排真实乘坐体验、后备箱装载能力
底盘与操控	后轮转向、空气悬架、转弯半径、大车灵活性
动力与续航	2.0T插混 vs 增程、馈电性能、纯电续航、充电速度
智驾能力	激光雷达、城市/高速NOA、算法成熟度
品牌与保值率	品牌形象、产品延续性、二手残值、停产风险

基于用户评论，魏牌V9X的潜在购买者最常将其与以下竞品进行横向比较：

车型	优势	劣势
理想L9 / L9 Livis	<ul style="list-style-type: none"> <li>品牌力更强，“奶爸车”标签深入人心</li> <li>内饰居家氛围更浓厚</li> <li>售后服务网络更成熟</li> <li>二手保值率更高</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>价格高出一大截（L9起售价40.98万）</li> <li>动力系统为增程，高速再加速能力弱于2.0T Hi4</li> <li>操控感、驾驶体验不如魏牌V9X</li> </ul>
小鹏GX	<ul style="list-style-type: none"> <li>价格门槛更低（26.98万起）</li> <li>全系标配后轮转向+双腔空悬</li> <li>智驾能力强，XNGP口碑好</li> <li>纯电增程双动力可选</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>底盘操控和动力略逊色于魏牌V9X</li> <li>内饰豪华感不如V9X</li> <li>纯视觉智驾方案让存在较大争议</li> </ul>
比亚迪大唐 EV	<ul style="list-style-type: none"> <li>三电技术领先</li> <li>130度二代刀片电池+兆瓦闪充</li> <li>品牌综合实力强，售后网络广</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>智驾能力相对保守</li> <li>底盘还是V9X更胜一筹</li> <li>内饰设计偏传统</li> <li>预售价约35万，性价比无明显优势</li> </ul>

“理想L9贵了10多万，除了品牌和内饰，底盘和动力真不如V9X。”

“V9X超45%订单来自理想、问界、合资豪华品牌置换，价格到位了，谁还死磕L9？”

“L9我试驾过，内饰确实豪华，但开起来像船。V9X试驾后底盘更紧致，后轮转向掉头爽多了。而且L9没有2.0T，高速超车底气不足。”

“小鹏GX 27万起，价格确实狠，但底盘和动力还是V9X更扎实。2.0T插混比增程强太多了。”

“机械素质V9X赢，智驾GX赢，看你更在乎哪个。我选V9X，因为经常跑高速，动力不能虚。”

“大唐130度电池+兆瓦闪充，技术确实牛。但V9X有后轮转向+2.0T，大车好开更重要，纠结。”

“比亚迪三电无敌，但底盘和内饰不如V9X。看你要什么了。”

统计说明：仅计算“明确提及车型名称+直接对比维度（如价格、空间等）”的VOC，单纯提及车型名称未做对比的不计入

## 魏牌V9X关注者主要对比车型

基于用户评论，魏牌V9X的潜在购买者最常将其与以下竞品进行横向比较：

车型	优势	劣势
零跑D19	<ul style="list-style-type: none"> <li>价格相对低很多</li> <li>配置丰富，性价比高</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>品牌调性偏“网约车”</li> <li>无后轮转向</li> <li>内饰质感不如V9X</li> </ul>
领克900	<ul style="list-style-type: none"> <li>设计年轻、有辨识度</li> <li>二三排共轨，空间灵活</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>价格偏高</li> <li>后轮转向非全系标配</li> <li>商务感不如V9X</li> </ul>
极氪9X	<ul style="list-style-type: none"> <li>性能强劲（三电机1400匹）</li> <li>品牌调性运动豪华</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>价格昂贵（46万起）</li> <li>后轮转向非全系标配</li> </ul>
问界M9	<ul style="list-style-type: none"> <li>华为品牌光环</li> <li>智驾体验成熟</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>价格昂贵（46.98万起）</li> <li>底盘不如魏牌V9X扎实</li> </ul>

“D19配置单看着很全，但实际做工和用料差V9X一大截。后排座椅的皮质、按键手感，一摸就知道差距。”

“零跑D19 21.98万起，该有的都有。多花10万买V9X低配，就为了2.0T发动机和空悬？我觉得不值。”

“零跑D19价格是低，但那个品牌开出去谈业务，别人以为你开网约车。V9X至少是个正经豪华品牌。”

“领克900顶配也要34万多，但后轮转向不是标配。V9X全系后轮转向，这点良心多了。”

“领克900设计确实年轻，二三排共轨也很灵活。但那个内饰有点过于激进，V9X更稳重，适合商务接待。”

“极氪9X那个外观太张扬了，V9X更低调内敛。商务场合还是V9X合适。”

“极氪9X性能是猛，三电机1400匹，但价格贵了10多万。我又不下赛道，V9X的4.6秒够用了，省下的钱够加几年油。”

“问界M9的华为智驾确实好，但价格贵了12万。V9X的智驾也够用，高速NOA很稳。省下的钱够买一块好表了。” & “M9内饰科技感强，但底盘不如V9X扎实。掉头半径大。”

统计说明：仅计算“明确提及车型名称 + 直接对比维度（如价格、空间等）”的VOC，单纯提及车型名称未做对比的不计入

# 魏牌V9X关注者高度认可的亮点

## ◎ 后轮转向+双腔空悬全系标配，大车开出“Mini感”

- 全系标配后轮转向与双腔空悬，将5.3米全尺寸SUV的转弯半径压缩至5.1米，掉头、窄路会车、地库挪车比B级轿车还轻松
- 用户反复提及“大车不笨重”、“滤震干净”、“开起来有信心”，这是V9X最核心、最被高频认可的硬核卖点

“近5米3的车长，掉头比小轿车还灵活，全家六口出行也不挤，底盘滤震干净。空悬+可变阻尼，常规路面颠簸几乎没有。隔音到位，风噪、路噪控制得好。”

“5.1米转弯半径，窄路会车、小区掉头信心十足。后轮转向 $\pm 10^\circ$ ，窄路掉头、停车都能一把过。” & “底盘和空间超赞！空气悬架把颠簸过滤得很干净，过减速带基本没有什么晃动。后轮转向实用，特别窄的路掉头一点也不费劲。”

## ◎ 2.0T Hi4超级混动，满电馈电都强劲，终结“有电龙没电虫”

- V9X搭载2.0T混动专用发动机+双电机+4挡DHT超级Hi4系统，综合功率突破500kW，零百4.6秒
- 用户最认可的不是满电性能，而是馈电状态下动力依然随叫随到——这直接回应了增程方案“有电龙、没电虫”的普遍痛点，形成技术路线的差异化认知

“动力很足，而且馈电也不拉胯，这点比很多增程车强。”

“2.0T混动专用发动机+双电机+4挡DHT，整车综合最大功率突破500kW，零百加速4.6秒。”

“试驾V9X了这次长城算是上了点狠活，双腔空悬、双叉臂、电吸门反正旗舰的配置基本上够给足了，尤其这个性能版的hi4混动，加上这个2.0T的发动机动力足足的，试驾的时候纯电续航剩70公里，切换到智能混动强制保电80%，开起来动力还能随叫随到，略微有些推背感，转了一圈纯电续航涨到了100公里，这个发电能力和动力储备应该算相当可以了。”

## ◎ 续航扎实、补能速度快，顶配车型纯电续航470km，碾压增程竞品

- 行政加长版的CLTC纯电续航470km，是理想L9（215km）、问界M9（225km）的两倍有余
- 用户直接用“日常通勤一周一充”、“市区代步零油耗”来描述使用场景，认为V9X在纯电实用性上对增程路线形成了碾压

“纯电续航日常通勤足够，馈电油耗不高。800V高压平台充电很快。”

“续航方面，CLTC纯电续航覆盖310-470km，这种大电池的配置，对于很多日常上下班通勤的朋友来说完全可以纯电行驶，省钱又安静。” & “纯电470多的续航日常通勤足够，馈电油耗不高，差不多6个出头，800V快充也很快，充电5分钟差不多可以增加200公里续航。”



全自研闭式双腔空气悬架



全自研双向20°后轮转向



支持800V高压平台  
峰值6C超快充

# 魏牌V9X关注者高度认可的亮点

## 空间实用性强，三排非小板凳+满员后备箱能装，每一排都不将就

- 5.3米车长+3.15米轴距，2+2+2六座布局
- 第三排成年人坐着不憋屈，满员时后备箱仍能塞下五六个20寸行李箱

“空间绝对是这车的强项，5.3米的车长、3.15米的轴距，同级别中应该是最大的尺寸的了。2+2+2的六座布局，每一排都能坐成年人，而且都挺舒服。& “V9X的后备箱进深是很不错的，我的008进深50厘米左右，V9X目测进深还要多一个巴掌，应该差不多有65厘米，这样的深度20寸行李箱随随便便放五六个没啥问题。”

“二排空间特别宽敞，腿托、小桌板、遮阳帘这些都有，三排正常用的情况下，后备箱能放5个20寸登机箱，三排放倒后能当大床房。”

## 搭载AI智能体与VLA大模型，座舱体验“像真人”

- V9X的原生AI智能体支持识人、记忆设置、跨座位同步——用户注册后，二次上车自动恢复空调温度、座椅设置、风向偏好，换座位也能同步

“直接说帮我干什么也能准确对应到我的位置。”

“小魏同学对话流畅度和真人感觉已经有80%甚至90%以上。”

“能识人记忆，二次上车自动恢复常用温度、风向，完全不用重复调节。”

## 细节设计人性化，便利性配置十分全面

- 前排遮阳帘、门板无线充电板、三排水杯拉绳、实体门把手、保留后雨刷等细节被用户逐一列举并点赞，认为长城在“人因工程”上下了功夫

“很多细节设计非常有人性化，比如前排也设计了遮阳帘，中排在门板上设计了手机无线充电板，三排有松紧的拉绳，可以放小朋友的大水杯，类似这种细节非常多。”

“这辆车前后门都是电吸门，可以按门把手上的按钮自动打开关闭，同时直接拉机械门把手就成了普通车门开关的感觉，可以说是电动和机械两种方式结合的非常好了。”

“还有一点好评的就是全车三排窗户都有实体的遮阳帘，可以说从前到后都是一视同仁，司机的防晒终于有人重视了，牛马司机感慨万千。”

## 价格与权益到位，上市价比预售价降2.2万+限时权益

- 正式上市价34.98万起，比预售价37.18万降了2.2万，叠加三年0息、终身质保等权益。用户认为“35万落地买到这些配置，性价比很高”。虽然不像小鹏GX有13万落差那么炸裂，但在35万+价位段形成了“花得值”的认知

“行政加长版指导价38.98万，40万能落地，性价比很高。”

“比起预售，降了2.2万，全系标配后轮转向、2.0T插混、双腔空悬。”

“5000抵10000，置换补贴本品老车主给1万，别的品牌给8000，或者可选三年0息。”

# 魏牌V9X的主要争议点

## ◎ 低配版纯电续航和电压平台与高配差距明显，“全系标配”话术遭质疑

- 用户认可双腔空悬、后轮转向、2.0T Hi4等核心硬件全系标配，但低配与高配在电压平台、纯电续航、后轮转向角度上差异明显
- 低配为400V+310km续航，高配为800V+470km续航，后轮转向角度从 $\pm 10^\circ$ 升至 $\pm 20^\circ$ 。部分用户认为“全系标配”话术模糊，低配只是“拉低门槛的壳”

“双腔空悬和后轮转向确实全系都有，但低配的续航和充电速度跟高配差太远了，真正精华都在顶配。” & “低配400V平台，纯电续航310km，高配800V+470km，这叫全系标配？长城你是会玩文字游戏的。”

## ◎ 255胎宽过窄，与旗舰车身不匹配，“5.3米大车配小脚”

- 用户认为5.3米车长、2.9吨自重的全尺寸SUV，标配255mm胎宽明显偏窄。他们在意的是“旗舰该有的样子”。255不是不能用，但在35万+价位、5.3米车身上，显得“抠门”。竞品（理想L9、领克900等）普遍采用275mm以上胎宽。
- 争议集中在：视觉效果不协调，对抓地力、刹车距离的担忧

“V9X 5米3的车配个和VV7一样255的胎，太糊涂了。”

“5.3米加2.9吨的大车配个255小脚，安全性稍差不说，也太不美观了，其他竞品至少275以上胎宽，还有285和295的。”

## ◎ 外观设计缺乏辨识度，部分用户直言“缝合怪”

- 用户认为V9X的前脸、侧面、尾灯分别能看到零跑、理想、问界等车型的影子，缺少魏牌独特的家族化语言
- 他们在意的是：旗舰车型应该有让人一眼认出的设计，而不是“拼凑感”。对比VV7时代的巅峰设计，现在的魏牌在外观上反而退步了

“VV7的巅峰设计去哪了？现在的魏牌毫无家族语言。”

“前脸像零跑，中间立标魏牌，尾灯抄问界，侧面像理想，整个一杂烩。”

## ◎ 内饰“土气”：用料扎实但设计老气，细节不够精致

- 用户认可V9X内饰用料扎实（大面积软包、麂皮车顶等），但认为设计风格缺乏高级感、偏老气，尤其橙色内饰被评价“像暴发户”。他们在意的是：30多万的车，豪华感不能只靠堆料，设计感同样重要。空调出风口样式普通、二排三排之间的台阶、部分按键布局等问题也被提及，拉低了整体精致度

“二排、三排出风口样式太普通，拉低了整车内饰的高级感。”

“我非常不喜欢充电面板前的四个按钮，打眼一看就知道从SU7那来的，跟行政六座不搭。”

“二排和三排之间有一个台阶，虽然不影响三排舒适性，但这个台阶在旗舰SUV上不应该出现。” & “车门的门板太下本了，好几种皮还不同颜色，但感觉不好看。翻毛皮这部分，你也不知道他这个线条从哪来的”

# 魏牌V9X关注者核心顾虑的点

## ◎ 首批交付品控未知：归元新平台首款车，用户怕当“小白鼠”

- 魏牌V9X基于长城全新归元平台打造，虽然平台技术宣传亮眼，但用户普遍担心新平台首款车的可靠性
  - 过去长城车型曾出现HUD边框开裂、低频共振等细节问题，让部分理性用户选择“让子弹飞一会儿”，等待首批车主实测反馈
- “等半年看看口碑再说，不当第一批小白鼠。”

“归元新平台首款车，可靠性及小问题还需要市场验证。柠檬平台的车都还有小毛病，这个全新的更不敢冲首发。”

## ◎ 低配与高配差距过大：预算有限只能买“缩水版”，性价比感知被稀释

- 用户认可顶配的800V+470km续航+±20°后轮转向，但豪华加长版（低配）仅为400V+310km续航+±10°后轮转向
- 预算卡在35万左右的用户面临两难：上顶配超预算，买低配又觉得“不是完全体”，转而考虑竞品（如小鹏GX、比亚迪大唐）的同价位配置

“低配就是个拉低门槛的壳，真正精华都在顶配。问题是顶配落地超40万了，那我不如看理想L9。”

“低配400V+310km，高配800V+470km，差价4万，但低配的体验差太多了。预算不够只能买低配，感觉亏。”

## ◎ 品牌断代、停产焦虑、保值率堪忧：魏牌历史“卖一款停一款”，二手车贬值预期强烈

- 魏牌车型在二手市场保值率普遍偏低（例如摩卡三年保值率仅25%左右）
- 用户担心V9X未来也会步后尘。尤其对于打算开3-5年换车的用户，卖车时的亏损是一笔不小的经济账，这种预期直接抑制了下单意愿

“买长城首发车型的半年后必然后悔，三年保值率25%，亏到你哭。”

“拿铁、摩卡、蓝山，哪款不是上市即巅峰，两年就绝版？二手市场没人认识，卖价惨不忍睹。”

## ◎ 交付周期不明确，担心错过权益或提车太晚

- 部分用户反映预售期下定后，销售无法给出明确的交付时间
- 考虑到上市权益（5000抵10000、置换补贴等）有截止日期，用户担心等待太久导致权益失效，或者提车时竞品已经出新款，陷入“等车焦虑”

“锁单后等待超过30天有补贴，但只有1万上限。要是等3个月，那点补贴也不够啊。”

“现在下定，销售说大概6-8周，但不确定。万一等了两个月，竞品又降价或出新款，那不就亏了？”

# 老车主的“背刺伤痕”与新用户的“捡漏心态”

## ■ 新用户的真实心理：用8系价格买9系配置，这一波“赚到了”

- V9X正式上市价34.98万起，较预售价下调约2.2万元，叠加5000抵10000膨胀礼和增换购补贴后，实际入手价可压至33万元左右
- 用户普遍认为，花33万买一台5.3米全尺寸SUV、标配空悬+后轮转向，性价比明显高于理想L9和问界M9
- 新用户的核心心态是“赚到了”——用更少的钱，买到更大的车、更全的配置

“用中大型的价格，买全尺寸的体验，长城这次是真听劝了。”

“这个价位，5.3米车长+双腔空悬+后轮转向+2.0T插混，放在去年不敢想。”

“对比理想L9的45.98万起，V9X便宜了10多万，配置却一点不差，这不比L9香？。”

## ■ 老用户：降价背刺+停产焦虑，不敢再信“首发”

- 与“赢家心态”形成鲜明反差的是，魏牌老车主（尤其是蓝山、摩卡车主）普遍处于观望甚至排斥状态。他们的焦虑集中在两个层面：一是保值率崩塌，二是品牌断代
- 在保值率方面，有用户反映蓝山开三年保值率仅25%左右。V9X上市后，蓝山二手残值进一步被压缩，老车主面临“卖车巨亏、不卖又觉得不值”的两难
- 在品牌断代方面，从VV系列到咖啡系列，再到高山、蓝山，魏牌产品多次停产或改名。用户普遍认为“魏牌每款车都会变成绝版”，担心V9X两年后也被抛弃。

“蓝山二手残值被V9X砸穿，开三年亏70%，老车主成韭菜了。”

“魏牌每款车都会变成绝版，蓝山车主已经被割过一次了，谁还敢买首发？”

“长城的企业文化：卖不好就停产。VV系列、摩卡、蓝山...下一个就是V9X。”

“前面n款车型已验证，不是降价就是立马迭代。买长城首发车型的半年后必然后悔。”

## ◆ 新老用户心态对比

对比维度	新用户（首购/竞品转订）	老用户（蓝山/摩卡等车主）
核心心态	“占便宜感”：价格超预期，配置超预期	“背刺感”：价格体系崩了，品牌没延续
决策驱动	价格+配置性价比，竞品横向对比后转订	历史信任受损，拒绝再冲首发
典型动作	锁单高配（67%行政加长版）、社交媒体晒单	持币观望、劝退他人、表达不满
对品牌的影响	短期订单支撑，拉新成功	长期信任损耗，口碑反噬

- V9X的价格策略成功吸引了新用户、拉动了订单，但也进一步加深了老用户的“背刺感”。其中，蓝山老车主可谓魏牌最受伤的群体——2023年蓝山上市时的“保价协议”最终未能兑现，导致他们半年内损失数万元。如今，他们看到自己花更多钱买到的蓝山，被更低价、更大尺寸、更高配置的V9X替代，同时二手残值被“砸穿”。这种“新用户赢麻、老用户躺枪”的局面，在数据中表现得比较突出

## 魏牌V9X在关注人群眼中的定位

### 被品牌拖累的“六边形战士”——产品硬实力拉满，但品牌撑不起价

- 用户普遍认可V9X的产品力：硬件配置拉满、底盘扎实、动力充沛，每一项核心配置都踩在行业第一梯队。2.0T超级Hi4混动、双腔空悬、后轮转向、800V高压平台，这些硬货放在35万级价位段，以参数为尺度的精算型用户几乎找不出明显短板
- 但争议也由此而来——用户反复说的一句话是：“车是好车，但魏牌不值这个价。”在关注者看来，V9X的产品力足够和理想L9、问界M9“坐一桌”，但魏牌的品牌号召力，历史车型频繁停产导致的“品牌断层”焦虑、长期摇摆不定的产品定位，还撑不起35万以上的价位

“理想L9贵了10多万，除了品牌和内饰，底盘和动力真不如V9X。但你说开出去，别人认不认魏牌？”

“单论硬实力，魏牌V9X绝对站在行业第一梯队。动力、底盘、智能几乎找不到明显短板。可就是这样一款旗舰，最大的阻碍不是机械素质，而是品牌定位模糊导致的客群流失。”

### 大尺寸高配低价的“性价比选手”，用越级尺寸和满配底盘打差异化

- 用户将V9X定位为一台“用8系预算买9系体验”的性价比车型
- 5.3米全尺寸车身 + 全系后轮转向/双腔空悬 + 2.0T插混，“这些硬货在35万级几乎找不到第二个选择”，V9X在用户眼中是一台靠尺寸和底盘配置“降维打击”的产品

“这个价位，5.3米车长+双腔空悬+后轮转向+2.0T插混，放在去年不敢想。”

“33万落地一台5.3米大车，空气悬架+后轮转向+2.0T混动，还要啥奔驰宝马？”

“V9X顶配38.98万，比理想L9便宜7-12万，尺寸还更大。这性价比，理想怎么打？”

### 机械素质优先的“性能插混旗舰”，以2.0T Hi4建立技术自信

- 对于对增程技术持保留态度的用户，V9X被定位为一台“真正有技术底蕴的插混旗舰”
- 2.0T Hi4在馈电状态下依然保持强劲动力（满电4.6秒/馈电4.8秒），被反复拿来对比理想L9等增程车型的“有电龙、没电虫”，形成“V9X才是懂车人的选择”的技术优越感心理

“馈电零百还有4.8秒，只比满电慢0.2秒，增程车根本做不到。”

“理想那套增程，有电龙没电虫。V9X馈电还能4.8秒，这就是差距。”

“2.0T+4挡DHT，高速超车底气十足，油耗才6.3L，太香了。”

## 福利!

关注《电动汽车用户联盟》，后台回复以下任一车型名称，即可获取所有车型调研报告。

目前已发布车型部分报告如下：

### 满意度调研报告

M001-特斯拉Model Y用户满意度调研

M002-极氪001用户满意度调研

M003-理想L7用户满意度调研

M004-腾势D9用户满意度调研

M005-阿维塔11用户满意度调研

M006-小鹏G6用户满意度调研

M007-比亚迪 宋 Plus DM-i用户满意度调研

M008-深蓝S7用户满意度调研

M009-银河L7用户满意度调研

M010-比亚迪 海豚用户满意度调研

M011-AION Y Plus用户满意度调研

M012-2024款岚图梦想家用户满意度调研

M013-坦克500 Hi4-T用户满意度调研

M014-领克08用户满意度调研

M015-小米SU7用户满意度调研

M016-宝马i3用户满意度调研

M017-焕新版特斯拉Model 3用户满意度调研

M018-智己L6用户满意度调研

M019-智界S7用户满意度调研

M020-阿维塔12用户满意度调研

M021-蔚来ET5T用户满意度调研

M022-2024款极氪001用户满意度调研

M023-比亚迪 汉 EV/DM-i用户满意度调研

M024-小鹏P7i用户满意度调研

M025-银河E5用户满意度调研

M026-领克07EM-P用户满意度调研

M027-别克E5用户满意度调研

M028-豹5用户满意度调研

M029-哈弗猛龙用户满意度调研

M030-捷途山海T2用户满意度调研

M031-iCAR 03用户满意度调研

M032-乐道L60用户满意度调研

M033-别克GL8 陆尊 PHEV用户满意度调研

M034-吉利星愿用户满意度调研

M035-小鹏P7 + 用户满意度调研

M036-AION UT用户满意度调研

M037-特斯拉焕新Model Y用户满意度调研

M038-领克900用户满意度调研

M039-问界M9用户满意度调研

M040-名爵MG4用户满意度调研

M041-极狐T1用户满意度调研

M042-理想i6用户满意度调研

M043-零跑Lafa5用户满意度调研

### VOC洞察报告

VOC01-方程豹钛7-VOC洞察报告

VOC02-理想i6-VOC洞察报告

VOC03-极氪9X-VOC洞察报告

VOC04-银河M9-VOC洞察报告

VOC05-2026款问界M7-VOC洞察报告

VOC06-2026款问界M7-VOC洞察报告

VOC07-firefly 萤火虫-VOC洞察报告

VOC08-新一代小米SU7上市反馈快报

VOC09-极氪8X预售期用户反馈快报

VOC10-吉利银河A7-VOC洞察报告

VOC11-问界M6预售期用户反馈快报

VOC12-比亚迪大唐EV预售期用户反馈快报

VOC13-全新奇瑞QQ3-VOC洞察报告

VOC14-岚图泰山-VOC洞察报告

VOC15-小鹏GX上市反馈快报

### 大定用户调研报告

D001-小米SU7大定用户调研

D002-小鹏MONA M03大定用户调研

D003-小鹏P7 + 大定用户调研

D004-问界M8大定/提车用户调研

D005-小米YU7大定用户调研

D006-蔚来ES8大定用户调研

D007-大众ID.ERA 9X预订用户洞察报告