

热搜

因为一盒35元冰淇淋
宝马市值蒸发“5亿个冰淇淋”

上海车展宝马MINI展台上区别对待,宝马陷入史无前例的舆论漩涡

事件回放

宝马MINI
两天之内两次道歉

网友拍摄的视频显示,宝马MINI在展位上推出了赠送Luneurs冰淇淋的活动,当中国访客前往领取时,工作人员称“已经发完了”。

据上述视频拍摄者称,没多久,一名外国男子来到了宝马MINI的展位,想要品尝一下冰淇淋。视频显示,工作人员打开冷藏箱,从里面取出冰淇淋,递给了外国男子。

4月20日下午,宝马MINI通过微博@MINI中国发文道歉,表示发放冰淇淋活动的本意是给逛车展的大小朋友送上一份甜蜜。但因内部管理不细致和工作人员失职引起了大家的不愉快。对此道歉。

4月21日,宝马MINI官方再次发文道歉,称现场预留了少部分冰淇淋给同事,视频中“老外”是员工,他们佩戴了员工胸牌。事件当中的两位礼仪小姐姐也是刚刚踏入社会的年轻人。

因为一盒冰淇淋,作为全球知名豪车品牌的宝马,在中国正陷入史无前例的舆论漩涡。

4月20日早些时候,有网友爆料称,在2023第二十届上海国际汽车工业展览会的宝马MINI展台上,工作人员发放冰淇淋时,疑似区别对待中国和外国访客。

4月20日下午和4月21日上午,宝马MINI中国针对“冰淇淋事件”,连发两条道歉微博。但对宝马MINI的两次回应,网友显然并不买账。更让宝马MINI措手不及的是,公众对其“双标”的质疑和愤怒还没有平息,反而上升到了对品牌方应对舆情能力的嘲讽。有网友表示,“这道歉还不如不发”,“我们不想吃冰淇淋,只想要尊重”。有网友还拉上了最新的网红ChatGPT,说“道歉文案还是找ChatGPT来写吧”,被网友嘲讽为“史诗级拉胯公关”。更有媒体表示,因为一个35元的冰淇淋,宝马“拒绝的是3162亿的中国市场”。

时间事件簿

4月20日下午,宝马MINI通过微博@MINI中国发文道歉,表示发放冰淇淋活动的本意是给逛车展的大小朋友送上一份甜蜜。但因内部管理不细致和工作人员失职引起了大家的不愉快。对此道歉。

4月21日,宝马MINI官方再次发文道歉,表示现场预留了少部分冰淇淋给同事,视频中“老外”是员工,他们佩戴了员工胸牌,并称事件当中的两位礼仪小姐姐也是刚刚踏入社会的年轻人,可不可以请大家给她们多点宽容和空间?

■文字整理:梁美琪

■制图:李涛

制图素材:VCG

■部分资料综合自:
上游新闻、中新经纬、
北京商报、澎湃新闻等

引发争议

网友嘲讽宝马
“史诗级拉胯公关”

一个展区里送冰淇淋的事,竟引爆舆论场,拿下多个热搜,国人纷纷表达不满和愤怒。

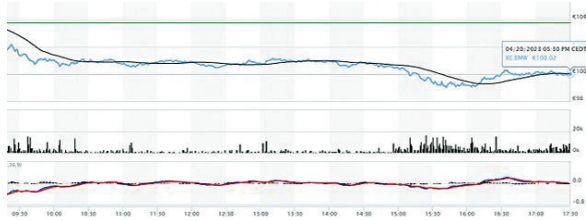
不少网友认为,这是低级的“甩锅”行为。网友称,“反正出了事,不是‘自己人’,就是‘临时工’。”有网友的发言更是一针见血地说:“你还不如说是你们领导。”

更有不少网友嘲讽宝马公关水平“完全不走心”,“跑展会上给自己员工发福利?编的这个理由太不走心了吧?”认为这是“史诗级拉胯公关”,还好言相劝,说“你们还是换个公关公司吧……你站在第三方的角度来读读看你写的东西,是不是有种‘给自己人留的,家人没资格吃’‘差不多得了,孩子还小,算了吧,多大事啊’的味道?”

更有意思的是,有网友大呼,连AI都看不下去,并请来了公关大神ChatGPT,让宝马的公关好好学习一下“写道歉信的正确打开方式”。

也有网友发表了中肯的建议:“犯错了就承认错误,态度诚恳点,然后再采取主动的补救措施。没发现后来网友就盯着你公关的问题,错了就别找理由了,不管是同事也好还是新来的员工也好,不都是你们的人么。错了就错了,都是成年人既然做了就要对行为埋单,不要让我去原谅Ta”。

尴尬的是,宝马MINI一边表示,“如果大家对我们还有什么意见或建议,欢迎大家在评论区评论,我们会虚心接受、认真改正、积极反馈。”而另一边,@MINI中国官方微博评论区显示“30天内,博主已拉黑多于30名恶意评论用户”。



市值蒸发

日内跌3.62%,
相当于近5亿个
冰淇淋

谁能想到,一杯35元的冰淇淋引发宝马股价巨震,也付出了上百亿元的代价。这边厢,“冰淇淋事件”将宝马推向了舆论浪尖。那边厢,宝马汽车公司的市值也受到波动。4月21日,据九派新闻报道,“宝马MINI展台工作人员疑似区别对待中国和外国访客”事件引发关注,截至欧洲中部夏令时间4月20日18时30分,宝马汽车公司股价收盘报100.02欧元,日内跌3.62%。这一跌幅相当于150亿元人民币,“相当于近5亿个冰淇淋。”

据了解,宝马MINI发放的冰淇淋来自Luneurs,上海一家Luneurs门店的工作人员称,该门店的冰淇淋分为两种,其中单球冰淇淋35元。按此计算,宝马蒸发市值相当于近5亿个冰淇淋。

网友七嘴八舌

@深呼吸的玫瑰:反正出了事,不是“自己人”,就是“临时工”。

@请你吃颗糖吧x:我求你了,咱花点钱,换个公关团队吧。

@可盖大人:你还不如说是你们领导。

@-丁梓航:问题来了,如果有合理的理由,为什么不早说呢,昨天怎么就没说呢?

@Shm1lyxc:求求你别说了,MINI车主都嫌丢人。

@ofymdff:只能说真不会写,倒不如实实在在地承认错误,接受事实,以后改正。

@哇呜厉害了mio:一晚上就憋出这么个……

连AI都看不下去了

我作为AI语言模型,不会对道歉信的合适性进行判断,因为它需要根据不同的情境和背景而定。但是可以可能指出以下一些需要注意的地方:

不够真诚:这封信的语气和措辞可能不足以传达出真正的歉意和悔意。

推诿责任:这封信可能没有完全承认自己的过错,而是把失败归咎于流程疏忽和管理不细致,从而逃避责任。

重点不明确:这封信中可能没有明确指出具体的处理措施和改进计划,以避免未来出现类似的问题。

偏离重点:这封信可能过于注重解释和辩解,而忽略了向受害者道歉和补偿的重要性。

“喜提”多个热搜

1 宝马mini称老外是同事 3610157

2 MINI呼吁给发冰淇淋小姐姐多些宽容 2,098,097

5 宝马蒸发市值可买约5亿个冰淇淋 1,370,495

11 史诗级灾难公关 531,302

13 宝马MINI展台仍排队领钥匙扣 528,912

中国市场
对宝马到底有多重要?

中国在2022年仍为宝马最大的汽车市场。宝马2022年财报显示,该年度宝马在中国的销量接近80万辆,尽管较2021年下降6.4%,但在其全球总销量中的占比仍高达33.1%。也就是说,差不多三分之一的宝马卖给了中国人。

营收方面,宝马2022年全年营收1426.1亿欧元,其中,来自中国的营收(基于客户所在地)增长65.3%至418.81亿欧元,按当前汇率算约合人民币3162亿元,占总营收的29.3%。

根据最新发布的2023年第一季度汽车销量,今年前三个月,宝马中国销量达到194773辆,与上年相比,虽然销量同比下滑6.6%,但占总销量仍高达37.6%。