

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。

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”。



因为一盒35元冰淇淋，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”，“我们不想要冰淇淋，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



▲宝马欧股下跌。

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，据九派新闻报道称，“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。



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。

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……



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，差不多三分之二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%。

