



事件还原

冰淇淋“看人”派送

爆料视频中，两名中国女子向现场两名工作人员询问有没有冰淇淋，得到回应是没有。随后一名外国人走了过来咨询，两名工作人员向其介绍了情况，并从箱子中拿出一个冰淇淋送给对方。视频拍摄者见状也上前询问能否免费拿到冰淇淋，得到的回应是没有。现场有访客对该行为表示质疑后，一名男性工作人员上前将放置冰淇淋的保温箱抱走。

记者检索后发现，发布该视频的博主配文称，该事件发生在4月19日，上海国际车展MINI展台。博主还称，亲眼见证好几拨给外国人不给中国人冰激凌的情况。

记者私信了发布视频的网友，暂未获回复。据媒体报道，品牌方官方账号“MINI中国”18日曾发布微博称，限量派送Luneurs冰淇淋。

就网传信息，记者致电宝马MINI客户服务中心，工作人员回应称：“对这个事件有所了解，目前对其他部门的处理方式，无法给您解答。”

随后记者致电宝马中国官方400电话，客服人员告诉记者，“关于这个事件，宝马这边会进行跟进处理，后续针对反馈情况也会记录核实。”

各方反应

宝马官方紧急道歉

4月20日下午，#宝马MINI道歉#的话题冲上了微博热搜榜第一位。

面对愈演愈烈的舆论危机，宝马MINI紧急发布道歉声明。其官方微博MINI中国回应：“MINI发起的‘上海车展现场礼-甜宠’活动本意是给逛展的大小朋友送上一份甜蜜。因我们内部管理不细致和工作人员失职引起了大家的不愉快。对此我们真心道歉！我们检讨自己并改善管理、加强内部培训，努力为每位朋友提供好的服务和体验。再次真诚向各位道歉！”

上海车展客服人员则向记者表示，这是宝马MINI展商自己的活动，目的或是为了吸引客流，上海车展作为主办方不作干预。

对于宝马官方的道歉声明，网友似乎并不买账，下方点赞较多的评论包括：“史诗级拉胯公关”“AI都比你会写”……

另有报道称，宝马中国方面表示：“这是一个误会，目前公司正在处理这件事。对工作人员管理不善，内部正在开会，会将工作人员培训落实到位。”

与此同时，涉事冰淇淋品牌Luneurs也紧急发声明称：“今天，我们注意到了一些关于Luneurs的视频、舆论和报道，我们感到十分遗憾，并在第一时间展开了调查，在此我们想澄清一个事实，Luneurs品牌并未参与上海车展期间宝马旗下Mini品牌活动的任何现场运营，我们是仅提供冰淇淋产品的供应方。视频中出现的两位工作人员及其具体服务并非由我方负责，与本品牌无关。”

Luneurs的冰淇淋多少钱一个？据上海一家Luneurs门店的工作人员称，该门店的冰淇淋分为两种，单球冰淇淋35元，双球冰淇淋50元。

记者打探

MINI目前正常展出

20日下午，记者来到位于上海青浦的国家会展中心，第20届上海国际汽车工业展览会正在此举行。宝马MINI展台位于场馆内一层展厅7.1H展区，目前正常展出，和其他品牌一样也围着不少观众。

不少看过展会的观众和工作人员都表示，他们通过新闻知晓了宝马MINI此事。一位参展商的工作人员告诉记者，19日下午5时左右，她曾去宝马MINI的展台看过，当时发放冰淇淋的活动已结束。对于宝马MINI展台工作人员备受争议的行为，她非常不认可，“没有必要区别对待。”

在上海车展前夕，宝马集团董事长齐普策在“创想未来之夜”活动中表示，中国是宝马最大的单一市场。其间，更是频频送出金句：“BMW家在中国”“宝马对中国的信心和承诺从未动摇”。齐普策在活动中表示，宝马参与并支持中国汽车行业的发展，致力于成为中国迈向现代化征程的同路人。

官方发布的数据显示，宝马集团2023年第一季度在全球市场的销量达58.8万辆，其中宝马品牌销量达51.8万辆，MINI品牌销量为6.9万辆。在中国市场，一季度宝马和MINI品牌共交付19.5万辆汽车。这意味着，中国市场为宝马集团贡献了33%的销量。

全网热搜榜

锐评

是管理不善
还是崇洋媚外

4月20日，一段上海车展宝马MINI展台发冰淇淋的视频，引发大批网友不快。

视频显示，第一个镜头中，两名中国女生到展台领取冰淇淋，两名工作人员摆手对其告知：“没了，发完了”；下一个镜头是，一名外国人来问冰淇淋，两名工作人员瞬间变脸，又是双手送上，又是指导开盖。就在此时，拍摄者上前询问是否可以免费拿，面对这名中国人，工作人员再次摆手。面对“发完了吗”等接连追问，工作人员吞吞吐吐地说了一句关于“海外账号”的解释，并让别人把冰淇淋箱子搬走了。

此事冲上热搜后，宝马第一次回应，称“这是一个误会，目前公司正在处理这件事。对工作人员管理不善，内部正在开会，会将工作人员培训落实到位”；20日下午第二次回应时，表示“因内部管理不细致和工作人员失职引起大家不愉快”，对此真心道歉。

对中国访客冷漠摆手，对老外却贴心相赠。说是一个误会，是指工作人员看错了人，还是指网友会错了意？就视频来看，当外国人被热情送上冰淇淋的同时，中国人却被拒绝享受同等待遇，明显是内外有别、看人下菜碟。

没吃上宝马MINI准备的冰淇淋，只是少吃一两口的小事；“冰淇淋只给外国人”，则是缺少对国人尊重的大事。面对中国访客，一会儿说冰淇淋没有了，一会儿又说因为海外账号问题不能发，工作人员满嘴跑火车是第一重不尊重；在中国举办的车展上搞“外国人专享”，歧视意味明显，是第二重不尊重。

“限国籍版”冰淇淋，是两名打工人的个人行为，还是管理者示意的公司行为？按照最新回应，归结于“内部管理不细致和工作人员失职”。但毫无争议的是，展台工作人员的一举一动，也代表了企业的形象、公司的理念，更何况是如此泾渭分明的差别服务！再说，如果没有得到指令，两名工作人员怎会自作主张、配合默契地把公司福利贴上“外国人专享”标签，在冷漠与热情之间做来来回回的情绪切换？

推出“厚彼薄此”的冰淇淋，品牌方究竟是管理不善还是崇洋媚外，需要用更多事实细节澄清。其实，无论面对什么样的访客，都不能戴着有色眼镜办事。拒绝给中国访客发放冰淇淋，显然不是一个误会，而是一个错误。按照“MINI中国”的说法，该活动本意是给逛展的大小朋友送上一份甜蜜，可如此“冷热不均”，给中国访客带来的就只是苦涩乃至寒心了。

宝马MINI，原本因车子外形虽小，功能还不错，因此市场上有一席之地。作为大品牌，原本应有大格局，做人做事，也应一样，显得实诚才好。在车展这样的场合，发放冰淇淋时搞区别对待，格局真是大小了。可不能因车型“迷你”，格局就显得狭隘，如此作派，一点都不“迷你”。不管是宝马MINI，还是其他洋品牌，如果格局小了，只会让人迷惑，让自己在市场上迷失。

综合北京日报、潮新闻等

对中国访客冷漠摆手
对老外却贴心相赠宝马MINI派送冰淇淋
寒了中国人的心

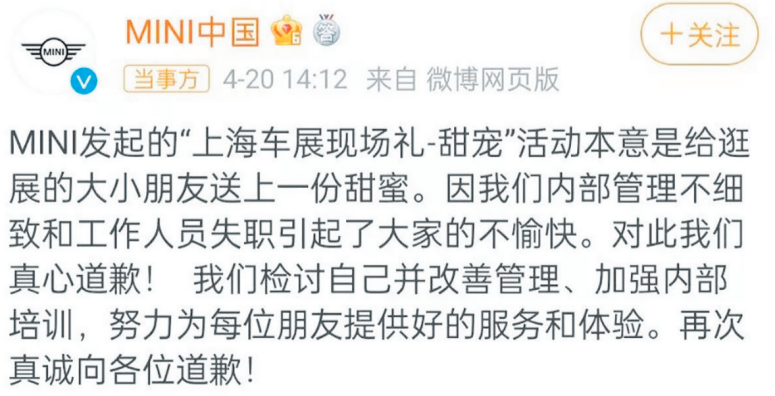
4月20日，有网友视频爆料称，在上海车展宝马MINI展台，工作人员发放冰淇淋疑区别对待中国和外国访客。该视频上传网络后，引发众多网友不满。随后，舆论迅速发酵，“宝马MINI”“宝马MINI展区被指区别对待”等多个话题迅速冲上热搜。



展台工作人员拒绝给中国访客发放冰淇淋，给出的理由是“这是限量版冰淇淋”，已发放完毕，并将冰淇淋搬走。



当外国访客来领时，不仅拿到了冰淇淋，工作人员还很贴心地教他们如何食用。



宝马MINI的道歉截图