



危 机 公 关

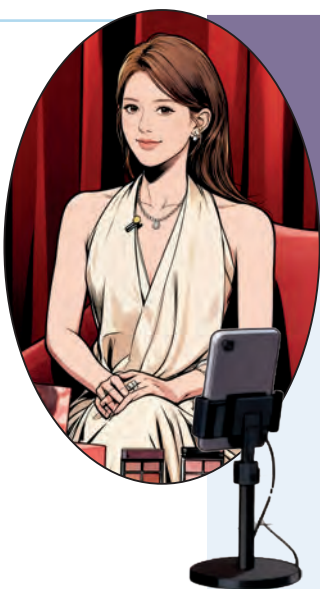
近年中国十大危机公关案例成与败

📄 整理 | 吴 雪 制图 | 刘绮黎

危机公关的本质不是“掩盖”或“赢下辩论”，而是妥善地管理信任危机，其核心是连接价值与人心。

在信息高速传播的今天，企业危机公关能力已成为品牌生存与发展的关键。优秀的危机处理能让企业转危为安，甚至提升品牌形象；而失败的应对则可能让企业付出沉重代价。

成功五案例：化危为机的智慧



01 赵露思与银河酷娱解约风波：“教科书级别”的危机公关

事件经过：2025年8月2日，赵露思在微博发文控诉经纪公司银河酷娱，指控其擅自划走工作室205万元人民币赔偿金、长期冷处理解约诉求、剥夺工作室运营权，并以“封杀”威胁其沉默，并晒出了重度抑郁和焦虑的诊断报告。

应对策略：多平台直击沟通。在直播中坦言“实在不行开个小面馆”，传递出豁达和“反资本压迫”的姿态，激发公众共情。

精准流量转化与议题升华：通过在不同社交媒体平台释放不同内容，成功将个人纠纷引向对行业“霸王条款”“天价违约金”等潜规则的公开讨论。

成效：从最初部分质疑其“炒作”到获得大量粉丝和路人的声援，相关话题屡上热搜，阅读量以亿计。利用“情绪经济”掌控了舆论主导权。



02 胖东来“试吃门”事件：真诚化解信任危机

事件经过：2024年2月，胖东来员工在制作员工餐时，因未更换筷子直接盛面引发网络热议。部分网友认为此举违反食品安全规范，要求严惩涉事员工。

应对策略：

快速响应：迅速发布初步说明，承认操作失误并启动调查。

透明沟通：公布13页详细调查报告，附上监控录像和员工陈述等证据。

人性化处理：将原定的“无条件解雇”调整为“调岗培训”，同时向全体员工发放5000元精神补偿金。

长效改进：制定《餐饮操作规范2.0》，增设“食品安全监督员”岗位，并邀请第三方机构进行年度审计。

成效：事件后3个月内，胖东来客流量同比增长，品牌好感度提升。该案例被哈佛商学院收录为“危机公关人性化处理典范”。