* Như chúng ta đã biết, mỗi quốc gia có 1 hệ thống luật pháp và văn hóa khác nhau, việc quảng cáo, quảng bá thương hiệu đến nước khác là 1 việc làm đòi hỏi sự nghiên cứu rất kỹ lưỡng về luật pháp và văn hóa của đất nước đó. Tuy nhiên, không ít các thương hiệu nổi tiếng đã có những vụ bê bối rất lớn. K thể k kể đến vụ việc **Dolce & Gabbana bị tẩy chay ở Trung Quốc vì quảng cáo nhạy cảm vào 11/2018.** Mọi việc bắt đầu từ video được đăng trên Instagram và Weibo quảng bá cho buổi biểu diễn The Great Show của nhà mốt D&G được tổ chức tại Thượng Hải. Cư dân mạng Trung Quốc cho rằng video quảng cáo đậm chất kỳ thị với như hình ảnh mang tính định kiến của người mẫu trong bộ đồ saquin màu đỏ, trên nền nhạc truyền thống, lộ biểu cảm tức cười khi dùng đũa, kèm theo những dòng caption đầy coi thường từ phía thương hiệu, người dẫn chuyện hỏi người mẫu khi cô này đang vật lộn để ăn chiếc bánh pizza, mỳ ý và cannoli: "Nó có quá to với cô?"
* Tuy nhiên, vụ việc khủng hoảng của D&G không phải xuất phát ngay từ thời điểm video xuất hiện mà là ở chính câu trả lời từ tài khoản Instagram của người đồng sáng lập thương hiệu. Sự việc bị đẩy lên cao trào khi đoạn tin nhắn của tài khoản có tên Michael Atranova với Stefano Gabbana được tiết lộ. Trong đó, nhà thiết kế nổi tiếng đã sử dụng những từ ngữ miệt thị để nói về Trung Quốc như “đất nước của những thứ ô uế”, “đồ ngu ngốc” hay là xem thường rằng vụ việc sẽ k ảnh hưởng đến sự kinh doanh.
* Trên mạng xã hội, nhiều người Trung Quốc chia sẻ các đoạn video ghi lại cảnh họ đốt, cắt nát hoặc giẫm đạp lên quần áo, giày dép và vứt các sản phẩm của thương hiệu này vào thùng rác. Nhiều người biểu tình còn nhắm đến cửa hàng chính của hãng tại Milan (Italia). Hàng chục người Trung Quốc cầm tấm biển “Not me” đứng ngoài cửa hàng. Cụm từ này nhanh chóng lan rộng trong cộng đồng mạng toàn thế giới trong khi làn sóng bất bình có vẻ ngày càng trầm trọng hơn.
* Huỳnh Hiểu Minh, Lý Băng Băng, Trần Khôn… tuyên bố không tham dự The Great Show. Phía công ty người mẫu cũng rút hết nhân sự. Nhiều ngôi sao lên tiếng đòi tẩy chay D&G. Thậm chí, Địch Lệ Nhiệt Ba và Vương Tuấn Khải, vốn là đại diện thương hiệu của hãng, đã đơn phương chấm dứt hợp đồng mặc cho con số đền bù hợp đồng là rất lớn. Địch Lệ Nhiệt Ba còn thẳng tay xóa bài viết khoe đoạt giải Kim Ưng danh giá trên trang cá nhân, vì thời điểm nhận giải cô mặc chiếc váy của D&G.
* Cục văn hóa Thượng Hải hủy bỏ show diễn kỳ công chuẩn bị, với chi phí lên tới hàng chục tỷ đồng. Cụ thể màn trình diễn tốn kém hàng triệu USD (được thông báo trị giá 200 triệu Nhân Dân Tệ) với hơn 500 mẫu thiết kế và kéo dài trong 1 giờ, bị đột ngột ngưng ở phút cuối.
* Các nhà bán lẻ tại Trung Quốc và Hong Kong ngừng bán sản phẩm của Dolce & Gabbana. Các trang mua sắm trực tuyến của Trung Quốc như Tmall, JD.com, Xiaohongshu và Secco đã gỡ các sản phẩm khỏi trang mạng của mình. Theo báo cáo năm 2017 của tập đoàn tư vấn McKinsey, người mua Trung Quốc chi 72 tỷ USD mỗi năm cho hàng hiệu, tương đương khoảng 1/3 thị trường mặt hàng này trên toàn cầu