

香飘飘，被盯上了！

燕梳楼

从市场反应来看，绝大部分网友持支持态度，直播间销售额飙升400倍就是例证。

今天的香飘飘股票更是在昨日强势涨停的基础上，继续大涨5%。这说明无论资本市场对香飘飘这一爱国行为也是肯定的。

但也有一些争议的声音。我们说要包容互联网的多样性，这种多样性就包括不同意见的并存和碰撞。我所担心的并不是质疑爱国营销，而是小日子借此反向渗透。

一个中国的普通民营企业，都能给小日子上一课将一军，如果其它中企效而仿之，势必形成一种排山倒海般的力量。所以日本右翼势力破防了，叫嚣着让香飘飘滚出日本。

于是，此前预算的700亿又开始发挥作用了。为处理核污染水相关负面信息，日本外务省曾制定700亿日元的“公关预算”用于引导舆论，几乎是核污染水排海预算的20倍。

也就是说，他们宁愿花钱公关，也不愿采用危害更小的核污染水处理方案。这背后隐藏的险恶目的路人皆知。另外再加上每年定向的精日培养计划400亿，这股力量不容小觑。

所以每当有涉日事件出现，都会冒出一些人混淆视听，拼命为小日子洗白。这次同样如此。我明显感觉到有一股妖风扑来，试图给香飘飘扣上一顶破坏友邦的大帽子。

最集中的一种论调是，日本排的不是核污水而是核废水，对人类没有害。这种声音此前就出现过，现在借香飘飘讽日事件再次抬头，根本不顾及中国当初强烈反对的立场。

也有人质疑香飘飘员工摆拍，理由是日本涉事超市否认了。然后就有一波人跟上口诛笔伐，我非常不明白，你们不去谴责日本排核污水，反过来苛责一个爱国的年轻人？

还有人冷嘲热讽，称香飘飘是在搞爱国营销，是在消费国人的爱国情怀。我就想反问一句，不消费爱国情怀，难道让我消费卖国情

怀？企业不搞营销，靠爱发电吗？

真是太君不急汉奸急。即使是员工个人行为，但香飘飘作为一家民营企业，不但没有向员工甩锅一开了之，还在第一时间以9个字回应讽日事件：我们的员工是好样的！

不仅如此，网友还拍到董事长蒋建琪深夜拉着“欢迎香飘飘勇士归来”的横幅现身机场，接机赴日回国员工。当晚在直播间，更是对该名员工作出了10万元的奖励。

试问这样有情怀有担当的企业有多少？这么包容开明的老板又有多少？怎么在某些人眼里就成了罪过了，好像得罪小日子天就塌了，让香飘飘说几句谴责核污水的话，怎么了？

当然，网友有自己的判断。有一段对话特别有意思，网友A说这可能是一种营销吧，网友B回，不好意思我就吃这一套。这说明网友不仅认可香飘飘的产品，更认可他们这种爱国情怀。

香飘飘此举不仅得到了社会的广泛认可，还赢得了国货品牌的集体支持。包括老乡鸡、蜂花、莲花味精、九阳豆浆、郁美净等20多个国货品牌纷纷为香飘飘点赞打CALL。

九阳豆浆表态“支持飘飘，阿豆今天不喝豆浆只喝奶茶”。思圆则表态“飘飘闷声放大招，圆圆支持”。而莲花味精更是在官方账号上晒出“香飘飘的员工是好样的”的海报。

很久没有看到中国企业这么团结对外了，说实话这一幕看得我老泪纵横。他们用鲜明的态度正告那些试图抹黑国货制造撕裂的境外力量：香飘飘不是一个人在战斗！

此时的香飘飘显然也感受到了巨大压力。但不管香飘飘是营销也罢借势也好，他们的爱国情怀没有错。仅凭他们总裁一句“国货要对国人好”就值得我们粉。

也希望香飘飘能不忘初心，借此向国人充分展示自己的产品，并提升更好的用户体验。也呼吁更多的国货品牌，能团结一致，承担更多的社会责任。

而对我们这些普通网友来说，能做的就是支持国货，支持爱国企业，支持香飘飘！