

被尿后，海底捞宣布，10倍赔偿！

作者 | 燕无双

从动物变人，历经千万年；而人变成动物，却只需一瞬间！

日前一段令人震惊的视频在网络上迅速传播，把喜欢吃海底捞的隔夜饭都呕了出来。

在上海某海底捞门店的包间内，餐桌上一片狼藉，一名穿着黑裤的男子，公然站上餐桌，对着热气腾腾的四宫格火锅，裤子一扯就开始撒尿。

随地大小便就够恶劣的了，这“随锅大小便”更是突破做人底线。更令人愤怒的是，男子做出这种“返祖”行为时，旁边还传来他伙伴的嬉笑声，并将他这一恶劣行为拍摄下来。

事件一经曝光，“魔童尿海”话题迅速登顶热搜榜。只是“随锅撒尿”事件发生在2月24日，而视频引发关注时已是3月6日。12天的时间，有多少人用过这个“加了料”的锅底？

这一下，网友的愤怒和恶心达到峰值：“道德沦丧！”“海底捞的卫生还能相信吗？”以后再也不敢去海底捞了！”舆论发酵后，海底捞最初的反应还算及时，当就发布声明称已报警，并转发了警方的通报。

此时，舆论的矛头主要指向肇事者，公众对海底捞的遭遇表示同情，甚至有不少人为品牌发声，认为海底捞是这场闹剧的最大受害者。然而，3月8日，事件发生了戏剧性转折。海底捞二发声明，称“鉴于涉事者为未成年人，呼吁避免对其家庭进行不当传播”。

什么什么？这一“圣母式宽容”的声明，瞬间点燃了全网的怒火：“你们原谅了肇事者，谁来原谅我们这些消费者？”“海底捞这是在纵容恶行！”“难道我们吃的不是火锅，是‘童子尿’？”

更离谱的是，声明中还提到将追究“恶意传播者”的责任。一瞬间，公众对海底捞处理问题的方式提出强烈质疑：不追究肇事者的责

任，反而威胁为品牌发声的公众？

这种抓错重点的逻辑彻底激怒了消费者！讨伐声，质疑声密集如子弹，射向海底捞。

更何况，该事件还有一个疑点，既然两名涉事男子都是未成年人，那么怎么会醉酒？是涉事者自带酒水？还是门店售出？无论是那种情况，海底捞无疑都存在一定责任！

一直以来，海底捞以“服务天花板”著称餐饮界。消费者在这里不仅能享受美食，还能收获无上的情绪价值：美甲、擦鞋、生日歌，儿童陪护……每一个细节都无一不体现着，这个餐饮龙头业“人文关怀”与“顾客至上”的春风化雨。

然而，如今昏招频出的海底捞，陷进了各种难以自圆其说的尴尬里，口碑一夜崩塌。

火锅原本是热气腾腾、充满烟火气的象征，如今却沦为“尿壶”，这不仅是对品牌的侮辱，彻底撕碎了海底捞精心打造的“干净”“贴心”形象。更是对消费者信任的践踏。

公众难免质疑：海底捞的卫生管理是否一向得过且过？类似事件是否只是冰山一角？品牌多年积累的信任，在这一刻土崩瓦解。

舆论浪潮下，压力如山来。3月9日，媒体报道，海底捞当事门店表示：已将锅具，餐具，全部进行更换，环境卫生按照搬家式紧急消毒；同时决定起诉两名涉事男子。

两个“小便男”有没有成年无法确认，家里富贵不富贵咱也无从得知，但，没有家教是可以肯定的！如今诉诸法律，不管是行罚，还是刑罚，够这两玩意儿喝“一壶”的了”，到时管保他们的“尿水”全化作泪水！

今天海底捞再发声明称：对2月24日00:00至3月8日24:00期间在海底捞上海外滩店堂食消费的4109单顾客，将全额退还当日餐费，并额外提供订单付款10倍金额的现金补偿。

看到海底捞的这则声明，真是让人哭笑不得。3月6日事发当日不发，现在抗不住舆论压力才开始妥协。撞到墙才知道拐，早干嘛去了？

很难想象，一个极富盛名的餐饮品牌连一泡尿都防不住；就算事发

突然没防住，事后的危机公关又那么拉胯，直接奏出“死亡三部曲”：

首先就是回应滞后：其次便是“威胁”网友，被公众解读为“捂嘴公关”；最后虚伪的圣母心，替消费者原谅了肇事者，引火自焚。

大概率海底捞还一直沉醉在自己“服务天花板”的形象里，包括最近声誉日隆的胖东来，也让海底捞曲解了“服务至上”的真谛。却忘了“魔童”从撒尿那一刻开始，就站在了“消费者”对立面。

选择“原谅”撒尿者，早就违背了“服务”的初衷，不仅是对消费者的一场道德背叛，更将自己陷入一次严重的食品安全的信任危机里！

在“小便门”事件曝光的第二天，海底捞股价就跌了2.3%，市值缩水45亿元；第二次回应也没能挽局，迄今为止依然在下跌。

本来是以受害者形象出现的，最后却被网友骂成筛子，不知道海底捞公关团队怎么想的，把一手好牌打的这么臭。

面对一身骚味的海底捞，即使锅具全部换过，短时间“尿壶”的阴影是从公众心中去不掉了。