**错误认知形势，成NBA危机公关最大败笔**

你很难想象一条推特可以毁了NBA在中国市场的30年苦心经营，虽然目前说这句话还为时尚早，但NBA的所作所为确实在朝着这个方向大踏步迈进。诚然，莫雷个人的不当言论不足以带来整个联盟的至暗时刻，但造成如今难以挽回的场面，主要还是整个联盟在后续的公关上犯了几个致命的错误，不仅没有及时止损，还将事态推向了更糟糕的地步。

作为在中国知名度和商业价值最高的NBA球队，火箭队在国庆70周年之际，却引发了一场轩然大波。

2019年10月5日，火箭队总经理达雷尔·莫雷在其个人推特上发布了一张图片，内容是近几个月港独极端分子常喊的一句口号：“为自由而战，和香港在一起（Fight for freedom, Stand with Hongkong）”。瞬间招致大量中国球迷的愤怒和抗议，莫雷不得不火速删掉，以一张“东京已醒”的照片来替换。

尽管火箭队老板菲尔蒂塔紧急发推，与莫雷撇清关系，称其个人言论不代表休斯顿火箭队，但也为时已晚。在舆论的喧嚣浪潮下，莫雷的错误言论很快扩散至国内各大社交平台，多年来火箭队在国内所积累的人气和声誉瞬间急转直下，付之一炬，抵制和要求道歉的言论成为各个社交版块的主流，莫雷“吃中国人的饭，砸中国人的碗”的嘴脸呼之欲出，而火箭队与莫雷个人的绑定也已经根深蒂固，自然会被负面言论波及到。

作为俱乐部经理，莫雷是成功的，但在言论表达上，莫雷是失败的。没有清晰的意识到自己的公众人物属性，在没有充分了解事实的前提下去参与敏感的主权议题，自然会伤害到国人的感情，招致舆论的口诛笔伐。包括人民网、央视、人民日报等主流媒体也开始笔调一致的批评莫雷“完全触碰了中国的原则底线，是对包括广大球迷在内的全体中国人的公然冒犯”。

中国作为 NBA 的第二大市场，有着广泛的受众，自然也有众多有相关业务布局的 NBA赞助方、合作艺人、团体协会等，都会受到不同层次的伤害，比如此前战胜阿里、今日头条等竞争对手，以5年15亿美元的价格独家续约NBA 五年赛事版权的腾讯体育，就因此遭到重挫，比如植根于NBA版块的虎扑，也可能因此搁浅上市计划。

莫雷的推特宛如蝴蝶的翅膀，掀起了大洋彼岸的剧烈风暴，裹挟了众多中国球迷、品牌企业、明星、网红、媒体、团体协会甚至炒鞋的贩子。所以在负面言论释出后，特别是与火箭队关系密切的品牌商和艺人，都在第一时间进行公关声明，与这个“烫手山芋”撇清关系，表明立场。

比如浦发银行信用卡、李宁、你我贷、德克士、VIVO、安踏体育、瑞幸咖啡等中国赞助商紧急暂停了合作，中国篮球协会也暂停了与火箭队的交流合作事宜，虎扑、央视体育也表明暂停火箭队文字直播和新闻报道。随后腾讯体育官方也发表声明，表示在莫雷给出合理回复前，将不再报道莫雷的任何相关资讯。

次日下午，央视体育频道发表声明，决定立即暂停NBA季前赛（中国赛）目前的转播安排，立即排查涉及NBA的一切合作交流。

你很难想象一条推特可以毁了NBA在中国市场的30年苦心经营，虽然目前说这句话还为时尚早，但NBA的所作所为确实在朝着这个方向大踏步迈进。诚然，莫雷个人的不当言论不足以带来整个联盟的至暗时刻，但造成如今难以挽回的场面，主要还是整个联盟在后续的公关上犯了几个致命的错误，不仅没有及时止损，还将事态推向了更糟糕的地步。

第一，莫雷在不当言论后的“澄清”中，两段推文只表达了一点——我仅仅只是表达一个观点，不能代表火箭或者NBA的立场。没有道歉x1。

第二，NBA首席传播官迈克尔·巴斯发布声明称，对达瑞尔·莫雷发表的不当言论感到失望，他无疑已经严重地伤害了中国球迷的感情。没有道歉x2。

第三，火箭队的处理方式，是决定去开会再探讨是否要辞退莫雷。没有道歉x3。

第四，NBA官方给出的声明是：莫雷的观点不代表火箭队或者NBA，联盟的价值观是支持个人针对一些他们认为重要的事件发表自己的看法。没有道歉x4。

第五，NBA 总裁肖华在日本媒体的采访中，对莫雷的言论发表了看法：联盟支持言论自由。没有道歉x5。

当然，在整个事态中，也不是没有正面案例，比如火箭队的明星球员哈登就站出来为莫雷的错误言论向广大的中国球迷表达歉意，比如布鲁克林篮网队的老板蔡崇信也出发公开信，向西方大众解释香港问题为什么敏感，为什么不容商榷和非议，也请求中国球迷，给NBA一些信心。

但这种救火姿态在前面几位不遗余力的“公关”下简直是杯水车薪，无法扭转事态，并朝着愈演愈烈的方向发展。

现在，就让我们从公关的角度分析，为什么NBA的公关应对会错误频出，不仅无法息事宁人反而让火势越烧越旺？

（资料来源：<https://www.sohu.com/a/345793779_120104552>，有删减）