

张小泉近来连续登上热搜，牵扯的不仅仅是一件事情。

就在不久前，广州一名消费者称自己用新买的张小泉菜刀拍蒜，菜刀居然断了。随后，该名消费者联系了张小泉客服，客服称不建议用这把刀拍蒜。

这样的回复让消费者不能接受，新买的刀还不能拍蒜了？她随即将自己的经历发到网上，很快引发了热议。

张小泉方面还提醒消费者，并不是所有的刀具都适合用来拍蒜，一些硬度较高或者有专用用途的刀具如果用来拍蒜的话，有断刀的风险。

然而，事情到这里并没有结束。

7月18日，张小泉又“喜提”热搜，原因是早前的一则网传视频。

在这则视频中，夏乾良在镜头前表示，中国人学了几十年的切菜方式是错的，米其林的厨师不是这样切的。张小泉把中国传统的方方正正的菜刀设计进行了改进，是国内首创，并称那不是设计感，是消费者教育。



眼见舆论不断发酵，当日晚间，夏乾良连夜在个人账号发布了视频回应：“网传本人关于评价‘中国刀工不及米其林厨师’的说法，我想在这里郑重说明一下，网传的并非视频的全部，在这个视频中，也没有根据当时的实际情况和语境进行描述，从而对大家造成了极大的困扰和误解。众所周知，当张小泉创立时，米其林还远未出现，不过我也为自身的不当言论对大家深表歉意……”

直播间骂声众多，但依然有商品卖断货

尽管张小泉和夏乾良都已致歉，但这场因大蒜引起的舆论风波并没有消停的意思。

在夏乾良的致歉微博评论里，仍充斥着对其言论不满的声音。更有人指出，夏乾良应该辞职，不要拖累百年老品牌。

而作为竞争对手的王麻子、十八子作等品牌，也不忘在此时跟风一把，在直播间大展“刀拍大蒜”。

九派新闻注意到，除了竞争对手外，有些美食博主也赶上了这波热度。很多博主选择在视频内展现自己的刀工水平，以此来反驳“中国刀工不及米其林”的说法。

在这些直播和视频内容的加持下，张小泉的话题热度并未下降，反而上升。

九派新闻来到张小泉的官方直播间，每个时间段有不同的几名主播在直播卖货，但评论中抨击的声音几乎没有停歇过。

令人意外的是，尽管批评声汹涌，张小泉直播间菜刀的销售却还不错。在7月19日下午5时许的一场直播中，一名女主播正在介绍多套刀具。



尽管评论骂声依旧，但直播间依然有商品售罄。图/九派新闻 吴迪

记者看到，在主播讲解的过程中，直播间链接内的淳熙五件套刀组和锋悦六件套刀组都显示已抢光，二者的售价分别为699元和799元。

记者注意到，目前张小泉营销费用较高也受到关注。以2021年为例，张小泉销售费用达1.17亿元，同比增长41.08%，公司解释增长原因之一就是本期公司加大品牌宣传及产品推广力度，相应广告宣传费等增加。去年，张小泉的研发费用为2287.77万元，销售费用是研发费用的5倍。

或是为了寻求更多的业绩增长，2021年度，张小泉创新机构管理模式，从事业部向事业集群发展，还成立了厨具厨电事业部集群以及家居五金事业部集群，表示要以更灵活的应对市场需求。

来源：国际金融报、九派新闻