

【材料 11-1】鸿星尔克的公益营销

2021 年 7 月，河南遭遇了特大洪涝灾害。最近，向河南灾区捐赠 5000 万元物资的鸿星尔克，在线上线下都火了：连续几日占据微博热搜，直播间涌进大量网友，数百万人“野性消费”参与扫货。线下门店也挤满顾客，有的实体店销售额暴增十多倍。鸿星尔克库存告急，以至于直播间的主播都被网友们催促“快去踩缝纫机，把产品都赶出来让大家买”。

如潮水般的力挺和关爱，其背后是一个善引发善、爱传递爱的动人故事。网友发现，“出手大方”的鸿星尔克，是营收远远落在同行后面的企业。2020 年，鸿星尔克的营收为 28 亿，净利润为-2.2 亿元，2021 年一季度利润为-6000 多万元。自己家底不厚，却向灾区捐赠大笔物资，并且在宣传上舍不得花钱，官方微博连会员都没有买。这种强烈的“反差”，感动了无数网友。一传十，十传百，网友自发支持的力量不断汇聚，效应层层叠加，最终造就了鸿星尔克的意外出圈和爆红。

支持鸿星尔克，实际是人们对善良价值的坚守、对“好人有好报”正义观的执着坚持。“为众人抱薪者，不可使其冻毙于风雪”，这是中国人朴素而可贵的价值观，也是几千年流传下来的崇德向善文化的重要内涵。

资料来源：兰琳宗，《鸿星尔克爆红：善引发善的动人故事》，中央纪委国家监委网站，2021 年 7 月 26 日，内容有改动。