

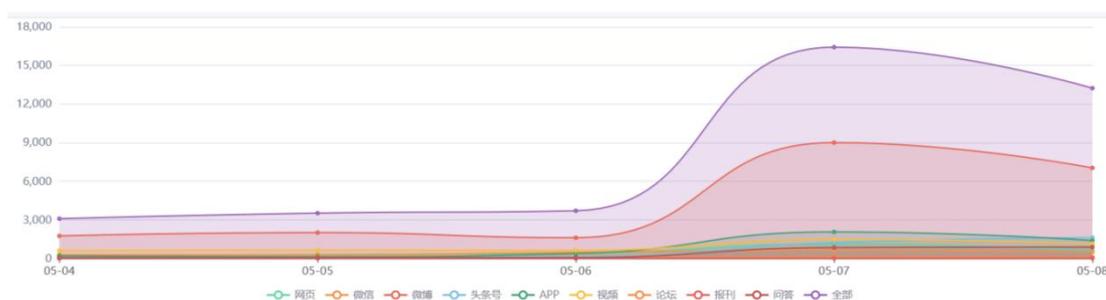
# 百度副总裁强制要求全员做短视频舆情分析

## 一、舆情概述

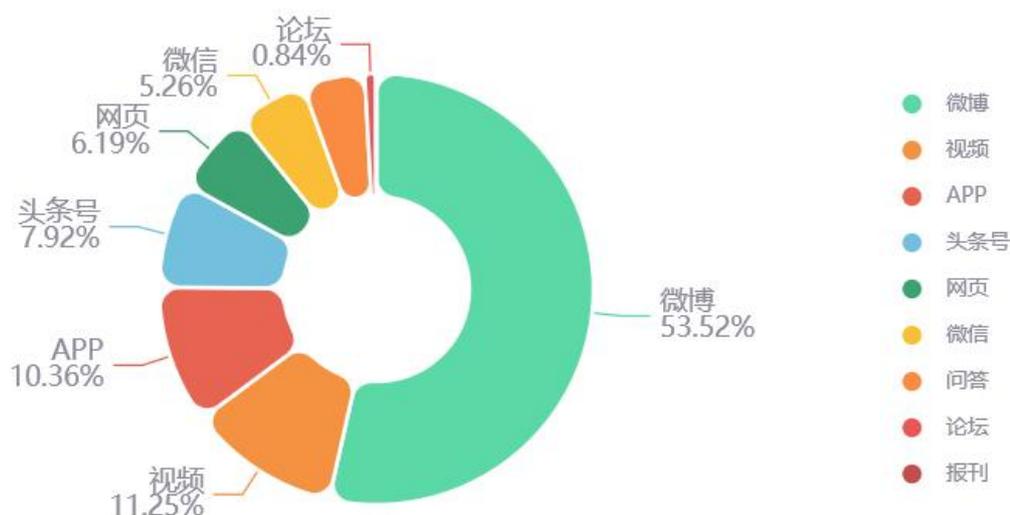
据强调商评等媒体报道，日前百度副总裁璩静在个人抖音号上发布视频发表公关员工不可以有假期、员工离职秒批、和员工只是雇佣关系所以不会考虑员工的家庭关系等争议言论。网传截图还显示，璩静不仅自己做个人 IP 视频，还在公关部全员群中要求公关部全员做个人 IP，不做的就辞退或拿低绩效，言辞激烈，不容商榷。有员工表示这是她一贯的做事和沟通风格，在百度内部得到李彦宏的认可。随后，据鞭牛士报道，有行业热心读者下场，力证其火爆并非原生话题引发，而是购买的转移号改名。此外，微博网民@互联网酱紫游等也分析认为，抖音官方数据显示，“我是璩(qú)静”近 7 天平均涨粉量 264.43，且粉丝兴趣的关注点主要在随拍、时尚、美食等等，和璩静所发布的公关职场相关内容毫无关联。相关舆情持续发酵后，5 月 6 日，百度发布声明称，璩静的言论系其个人观点，不代表百度公司立场。同时，百度表示对璩静进行内部调查，并将根据调查结果严肃处理。5 月 7 日当晚，百度股价即下跌近 4%，次日凌晨以每股 110.53 美元收盘，跌幅 2.47%，一夜市值蒸发超 9 亿美元。目前，璩静已清空其抖音所有内容。

## 二、传播情况

据舆情监测系统显示，截至5月8日14时，共监测到相关信息4万余条。从舆情发展的趋势来看，相关信息在5月6日后关注度迅速上升，在5月7日出现本次舆情信息峰值的最高峰，随后有所下降。但截至本文成稿，仍然大量网民对该事件保持关注。



从信息发布的渠道来看，虽然抖音是本次舆情最初发酵的平台，但微博仍然是最主要的发酵渠道，此外，APP和头条等也有相对较高的关注量。具体占比情况如下：



具体在各平台热度来看，抖音平台上话题“如何看百度副总裁争议言论”登上抖音社会榜第7位；“媒体评百度副

总裁言论”登上抖音社会榜第 16 位。在微博平台上，“百度内部人士曝光公关全员做短视频内幕”“百度副总裁被曝安排工作言辞激烈”等七个话题先后登上微博热搜榜单。

话题	在榜时长	最高排名	热度	操作
1 百度内部人士曝光公关全员做短视频内幕 互联网 最后在榜时间: 2024-05-08 11:17 主持人: 新浪科技	169	5	425960	   
2 百度副总裁被曝安排工作言辞激烈 互联网 最后在榜时间: 2024-05-08 10:44 主持人: 新浪科技	445	11	474413	   
3 文心一言如何看待百度副总裁事件 互联网 最后在榜时间: 2024-05-08 09:51 主持人: 新浪科技	39	26	253971	   
4 百度副总裁5天涨粉百万账号系购买 社会 最后在榜时间: 2024-05-07 16:22 主持人: 东方财富	216	11	569582	   
5 百度副总裁称员工闹分手提离职我秒批 社会 最后在榜时间: 2024-05-07 13:29 主持人: 界面新闻	354	11	541703	   
6 百度公关要求团队成员下场做自媒体 互联网 最后在榜时间: 2024-05-07 12:35 主持人: 新浪科技	103	29	244122	   
7 百度副总裁隐藏争议视频 互联网 最后在榜时间: 2024-05-07 10:40 主持人: 新浪科技	53	36	161545	   

### 三、舆情反响

互联网产业分析师张书乐：对于这些互联网大厂而言，选择这种方式“出道”，往往是因为企业品牌和服务正在走向中年，而和年轻人有疏离感，需要重构桥梁，“网红”显然是一个捷径。“璩静事件是百度公关用力过猛，急于出圈让自己因为言论而掉坑。”

21 世纪经济报道：打造职场网红 IP 本身没有对错，但其言论无论是代表个人还是折射出了企业文化，都绝对不能挑战主流价值观。公司规章制度、经济理性之上，还有人关怀，有人性的温暖。公然挑战公众价值观的企业和个人，

难以得到人们真正的尊重。

红星新闻：人是目的，不是工具。当越来越多注重情绪价值、强调个人感受的年轻人成为职场主力时，支持“员工闹分手提离职秒批”“没义务了解个人情况”“没必要考虑员工家庭”等冷漠言论，就别怪“00后整顿职场”了。

网民观点：

一是认为该高管的言论暴露企业内部在对员工的合理管理、人文关怀等方面存在严重问题，进而对百度企业本身的质疑。

想了半天，我实在理解不了百度集团副总裁璩静的行为。现在，更多的负面像被挖坟一样被挖出来了，在这节骨眼，能做好公司的危机公关，很难做好个人的危机公关。

在现在的大环境下，员工需要基本的人文关怀，你发这些从个体经验出发所谓的“真理”，有种“何不食肉糜”的既视感。你不与员工多些共情能力，员工在骨子里凭什么要踏实工作？

往深层次说，难道这就是百度的企业价值观吗？百度这些年落后，是不是也与此类根深蒂固的企业价值观有关呢？

二是关注该高管的女性身份，该高管的言论是对职场女性的严重污蔑。



纽太普同学

十关注

24-5-8 12:03 发布于 上海 来自 微博网页版

那个某公关一号位说的话里让我不爽的还有一点。  
她说自己不记得大儿子生日，连小儿子几年级都不记得，因为选择了做职业女性。  
这么说吧，就算你是个男的，你老婆是家庭主妇，一家全靠你挣钱养着，你连自己孩子几年级都不知道，那就是混账。  
“职业女性”并不因此而免责，因为职业男性这么干我一样骂。

17

11

218

分享这条博文

三是质疑百度在责权分化等方面存在问题，认为百度在企业经营上出现缺陷，对齐长期发展前景抱怀疑态度。



放小猪的小风筝

一般企业有这种喜欢折腾的职业经理人，就开始走下坡路了

5-8 10:50 来自江苏

2



CaneSky

一般这个部门叫“品牌中心”，人力资源部门应先把部门职责、岗位要求跟企业高层讨论清楚了，须结合企业战略规划/策划/细化。

5-8 10:28 来自北京

四是质疑在短视频市场不断火爆下，百度为引流故意开展“黑公关”。



CC黄橙橙:这应该是剧本吧，不是即兴发挥，就是要爆点，结果把自己炸了

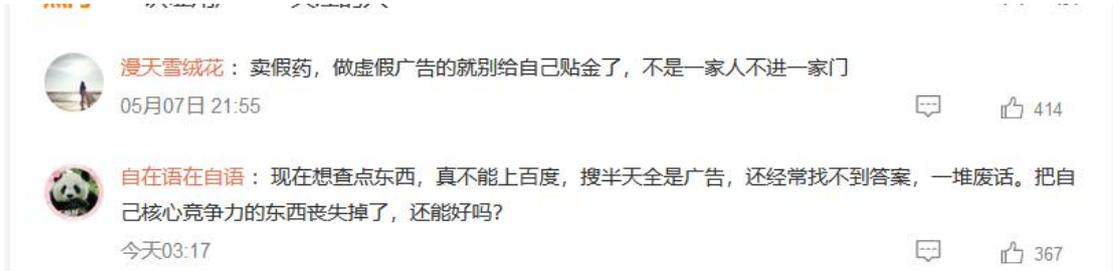
24-5-8 10:29 来自四川

11

五是认为监管部门也应当对此类互联网行业中的劳工权益问题加以重视和监管。

百度副总裁璩静的争议言论事件，为企业敲响了警钟。企业要想获得长远发展，必须树立尊重员工、关爱员工的企业文化，切实保障员工的合法权益。同时，相关部门也要加强对企业的监管，杜绝类似事件再次发生。

六是对百度的系列产品产生质疑。



#### 四、研判分析

在互联网不断发展，人人都是发声主体的情况下，舆情危机的出现更让人防不胜防。但在本次舆情发酵过程中，不论是璩静的账号粉丝系购买所得，还是其本身发布的视频，都可以明显看出，这些言论并非无意，而是精心打造过的宣传方式。正如有网民指出的，百度本身作为一个互联网企业，其高管在互联网上发声必定得到高层支持，因此，本次舆情的根源在于百度对舆情风险的认知不足，也对当前的互联网生态把握出现误差，从而导致了网民对相关言论的“反弹”。对于这种情况，建议如下：

一是企业高管亟待提升舆情危机意识，对自己发表的言论需有所审视。尤其是对于企业高管而言，在涉及劳工权益、企业理念等与企业本身密切关联的内容时，其中是否存在引发负面舆情的信息。在处置舆情的过程中，应当明确的是，互联网发声的主体永远是普通网民，因此在处置过程中需换

位思考，从而了解舆论争议的重点，才能进行针对性的引导处置。

二是对企业本身来说，应当尽量将高管的个人言行与公司本身割裂，保护企业整体形象，避免网民对其言论的质疑进一步上升到对企业理念、文化本身的质疑，从而影响企业的长远发展。

三是完善针对企业形象危机的处理常态化机制。企业要将高管形象危机当作企业危机管理的一个常态课题。建立网络舆情的收集、分析和研判机制以及健全舆论处置预案，定期组织不同类型高管形象危机案例的应急演练。定期进行高管网络舆论形象评估，把握高管形象现状和隐患，将问题解决在苗头期。

四是重视短视频这种新生的媒介形态。目前短视频越来越成为公众意见表达和沟通的工具。但是短视频这一媒介形态也存在不确定性，首先，除了企业官方账号，其余的短视频账号与个人捆绑较为紧密，由此看来璩静试图将自己，乃至强制要求员工将其短视频账号与百度本身所绑定的做法，并不可行性的同时也并不合理。因此，企业在探索短视频宣传这一方式时，应当进行更加细致的调研，尽力规避相应的舆情风险。