



据多家媒体报道,今年四五月间曾因与胖东来“互怼”走红的网红“柴怼怼”(原名柴向前)等人,因涉嫌生产、销售伪劣产品,于9月8日被温州平阳警方带走调查。9月9日,“柴怼怼”及其妻子肖某被刑事拘留。对此,网友和消费者纷纷拍手称快。

报道称,“柴怼怼”直播间售价近4万元的12件玉石饰品,鉴定总价值仅为3509元。

此前,“柴怼怼”曾公开“叫板”胖东来,“成本几百块钱的玉石卖几千几万块,利润几十上百倍……”有媒体称,“柴怼怼”此次被刑拘,曝出其高价售卖伪劣产品,“完全就是一出‘贼喊捉贼’的戏码”。

“柴怼怼”是如何靠怼胖东来走红的?类似“怼人式网红(或主播)”背后都有什么样的商业套路和流量密码?此次事件对“怼人式网红”及相关方面带来了哪些影响和启示?记者进行了梳理和调查。

“柴怼怼”被刑拘 网友拍手称快 怼人式网红: 嘴上怼天怼地 心里全是生意



律师说法

维权博主与“怼人式网红”有本质区别

与“柴怼怼”类似,不少“怼人式网红”往往打着替自己或大众维权的名义怼天怼地,很有迷惑性。如何区分“怼人式网红”和真正的维权博主呢?“怼人式网红”或者“网络碰瓷”者应当承担哪些法律责任?记者采访了河南泽槿律师事务所主任付建律师。

付建解释,维权博主的目的是维护消费者合法权益,重点在于为普遍存在的侵权现象发声,不会将“维权”作为个人引流的工具。而“柴怼怼”这类博主的“维权”,本质是商业炒作手段,通过“质疑商家质量”制造争议话题,吸引公众关注以提升自身流量,最终指向个人直播间的商品销售,核心是引流赚钱而非真正解决消费纠纷。

付建称,合法维权需坚持以事实为依据,以法律为准绳的原则,维权博主在质疑商家时,会提前收集完整证据,不会进行无根据的抹黑或夸大。若发现涉嫌违法,会依法向监管部门举报,而非通过直播“声讨”博取眼球。“柴怼怼”的相关操作明显突破合法性边界,仅以主观判断或片面信息发起“质疑”,最后通过标新立异引流带货赚钱,涉嫌通过不正当竞争扰乱市场环境。

依据民法典的规定,民事主体享有名誉权,任何组织或者个人不得以侮辱、诽谤等方式侵害他人的名誉权。“柴怼怼”无证据质疑胖东来销售的玉石质量、称其“暴利”“偷税漏税”,降低了胖东来的社会评价,侵害其名誉权。胖东来有权要求“柴怼怼”停止侵害、消除影响、恢复名誉,如在其社交账号发布声明澄清,还可要求对方赔偿因名誉受损导致的经济损失,比如因声誉受影响造成的销售额下降等损失。

付建认为,反不正当竞争法规定,经营者不得编造、传播虚假信息或者误导性信息,损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。“柴怼怼”作为玉石赛道的博主,与胖东来在销售玉石方面存在竞争关系,其言论若构成商业诋毁,需承担相应法律责任。比如对胖东来承担民事赔偿责任,公开道歉、赔偿损失。

律师陈凯表示,此次“柴怼怼”被刑拘事件,为网红群体及关联经营者敲响了警钟:流量与利益的追逐,必须以法律为底线。无论是恶意抹黑他人、虚假宣传产品,还是生产销售伪劣商品,任何突破合规红线的行为都将面临处罚。目前该案件仍在侦查中,若罪名成立,“柴怼怼”不仅面临被判刑,还可能同时被处以罚金甚至没收财产。

“柴怼怼”栽了,不只是给直播乱象踩了“刹车”,更应成为行业规范发展的新起点。什么时候“带货”能回归“带好品质”,“流量”能真正配得上“质量”,直播经济才能真正成为拉动消费、助力实体经济的正向力量。

上游新闻-重庆晨报记者 朱亮 冯盛雍

“怼人式网红”,类似于“网络碰瓷”。“柴怼怼”等一众“怼人”博主信口开河,大肆攻击抹黑企业,最终目的是蹭热度、博眼球,借助碰瓷“起号”,从而更好地包装自己。将大号、名字炒作上热搜后,迅速推销自家产品,寻求流量变现,“嘴上头头是道,心里全是生意。”

记者查询发现,柴向前(网名“柴怼怼”)名下共关联25家企业,其中7家已注吊销,温州市柴氏珠宝有限公司、温州道莱珠宝有限公司、温州市道莱玉雕有限公司等为存续状态。柴向前妻子肖某名下共关联15家公司,其中13家存续。柴向前夫妇目前合作了11家公司。

公开报道显示,攻击胖东来“以低成本玉石高价销售牟利”,是“柴怼怼”吸引粉丝的主要卖点。“柴怼怼”此次被刑拘,被曝出其高价售卖伪劣产品,完全就是一出“贼喊捉贼”的戏码。

消费者谭女士称,近日她收到了平阳县公安局鉴定意见通知书:“柴怼怼”直播间售价近4万元的12件玉石饰品,价格鉴定总价值只有3509元。警方鉴定结果显示,目前已鉴定的30多件玉石产品的估价普遍介于30元至500元之间,其中15件玉石的鉴定结果为“染色和田玉”。

对于消费者提出的退款要求,肖某曾在直播间公开声称“有钱也不退”。

何女士对此非常气愤,她在“柴怼怼”直播间消费金额达9.4万元,目前仍有5375元未退款。得知“柴怼怼”及其妻子肖某被刑拘后,她“长出了一口气”。

7月22日,肖某为法定代表人的平阳县小丫茶饮有限公司,因虚假宣传“祛湿护肝”等功效、销售无标签产品及未建立进货查验制度,被平阳县市场监督管理局警告,责令改正违法行为、停止虚假宣传行为,并罚款22万元。柴向前关联的温州市柴氏酒业有限公司,因发布含有虚假内容的广告等行为,被罚款6000元。

应对 或报警或诉讼,硬刚“网络碰瓷”

记者梳理公开报道发现,针对国内知名、大型企业,近年来,一些自媒体博主以“标题党”+“恶意剪辑”的方式“造负面流量”的情况越来越多。虽然不少企业为息事宁人,选择不理会或者低调回应,避免成为网络热点,但越来越多的企业选择了正面硬刚“网络碰瓷”,有的选择报警和提出诉讼。胖东来就是其中典型代表。

除此次选择诉讼,集中火力硬刚“柴怼怼”外,今年4月,胖东来还以名誉权侵权为由,对“红内裤”事件博主段某(网名“两个小段”)提起诉讼,追责金额不低于100万元。此前,“两个小段”在抖音发布视频称,从胖东来购买的红内裤掉色,使用后自己身体出现过敏反应。

2023年11月,格力电器方面称,多个自媒体为获取流量,恶意剪辑相关视频、使用低俗污秽言辞侮辱诽谤公司高管,格力电器已向公安机关报案。2024年1月,接近格力公司的人士称:经公安机关立案并调查后,这些自媒体当事人已分别被公安机关处以罚款或拘留等处罚。

面对“怼人式网红”的“网络碰瓷”行为,胖东来等企业较真应对,无疑是对此类行为的一种纠偏,同时也提醒网红博主们守好法律边界,规范自身言行。



网红主播“柴怼怼”



“柴怼怼”直播间售卖的玉石与鉴定价格差距较大 视频截图



胖东来珠宝柜台

“柴怼怼”涉嫌生产、销售伪劣产品一案已有初步进展。查询页面显示,“柴怼怼”等人于9月8日被依法拘传,次日“柴怼怼”与其妻子肖某被刑事拘留。

套路 怼天怼地攒流量,炒热后直播带货

潮新闻指出,“柴怼怼”从“作妖”到被抓,简直就是直播乱象的标准模板。他的套路其实很简单:先怼天怼地,说些极端话博眼球攒流量,然后直播带货,兜售“三无”产品。在流量变现逻辑下,不少像“柴怼怼”这样的网红,把带货异化为“带毒”,为了吸睛赚钱,就算踩到法律红线也在所不惜。

南方日报也认为,“柴怼怼”之流的

回顾

怼胖东来走红,近日被依法刑拘

今年4月之前,“柴怼怼”在网络和社交平台上并不出名,他只是一个在短视频平台拥有20余万粉丝的玉石赛道博主。当时,第三方数据平台显示,90天内“柴怼怼”直播带货销售额为50万元~75万元之间,场均销售额在5万元~7.5万元左右。

记者注意到,被封禁前的“柴怼怼”账号主页截图显示,其IP地址为浙江,拥有27万粉丝,个人简介自称“俗人一个,不需打赏,不接商务,广告商勿扰”。视频作品9800余件,其中“胖东来起诉之事”被制成了视频合集,放在最前面。

今年4月5日,“柴怼怼”发视频称,胖东来不是靠商超赚钱,主要利润在玉石销售,以低成本玉石高价销售牟利。“成本几百块钱的玉石卖几千几万块,利润几十上百倍……”“去买胖东来玉石的人,其实是交了智商税。”

4月8日,胖东来商贸集团发布“说明”称,相关言论没有任何数据作为支撑,虚假结论严重伤害胖东来品牌和社会信任,涉嫌诽谤和不正当竞争。

4月25日,胖东来起诉“‘柴怼怼’商业诋毁、侵犯名誉权”一案在许昌市中级人民法院立案。

5月2日和3日,胖东来掌门人于东来连发5条动态回应“柴怼怼事件”:“我本不应该与这样的人计较,但对于‘柴怼怼’这样的行为,我会尽最大的努力,通过法律途径,直到让违法者付出应有的惩罚!”他表示,如果不让“柴怼怼”的行为受到处罚,“我会主动关闭或永远离开胖东来这个企业!”

针对于东来的发文,“柴怼怼”寸步不让,火速发视频回应:“你离开胖东来,胖东来关闭之前把所有青海料、俄料给人退了,把你们卖出去的那些垃圾东西,几百卖几万卖几千的东西给人退了……”5月2日,他还发视频称,不怕与胖东来对簿公堂;5月3日他呼吁粉丝建维权群,可请权威第三方机构鉴定。5月6日,“柴怼怼”接受媒体采访时表示,自己因该事件遭受严重的网络暴力,但仍坚持此前的观点不变,目前正积极应诉。

7月2日,网信中国微信公众号发文称,抖音账号“柴怼怼”“怼怼柴”,小红书账号“柴怼怼”等,无事实依据蓄意抹黑某企业的产品质量,恶意诋毁某企业和企业家形象声誉,并借机吸粉引流带货。涉及的账号已被依法依规约关闭。

多名消费者反映,9月8日“柴怼怼”等人已被警方带走调查。平阳县公安局民警向媒体确认情况属实。9月15日,在“柴怼怼”直播间购买玉石的消费者称,他们通过警方提供的查询途径获悉,