

今年五一期间,胖东来创始人于东来与网红“柴怼怼”隔空互怼一事持续发酵。

5月6日,有媒体发现胖东来商贸集团官网显示“已关闭”状态,网页内容清空。相关工作人员表示,网站为临时关闭。至于为何关闭、何时会恢复,对方表示还不清楚。

胖东来起诉“柴怼怼” 法院已立案

今年4月初,网红“柴怼怼”在短视频平台称,胖东来以低成本玉石获取暴利、“几百元的东西卖几千几万”,并公开贬低胖东来的产品质量。胖东来4月8日发布针对“柴怼怼”等3起网络侵权的回复说明。

4月30日,胖东来公布受理案件通知书,显示关于起诉“柴怼怼商业诋毁、侵犯名誉权”一案,已于4月25日在许昌市中级人民法院立案。胖东来表示,“柴怼怼”发布视频宣称“胖东来商超以低成本玉石获取百倍暴利”“胖东来3万元玉石品质劣于同业3千元产品”“胖东来商超的目的是引流,引流高端群体去买玉”等内容,涉嫌捏造事实诋毁公司商业信誉,因此向“柴怼怼”追责金额不低于500万元。

5月3日,胖东来创始人于东来曾表示,如果不让“柴怼怼”这种随意污蔑伤害他人的行为受到应有的处罚,“我会主动关闭或永远离开胖东来这个企业”。当日,于东来的抖音账号“胖东来于东来”设为私密账号。

5月3日晚,针对于东来投诉“柴怼怼”一事,“抖音黑板报”公告称,近日,胖东来创始人于东来对抖音用户“柴怼怼”提出投诉,经审核,被投诉人“柴怼怼”近期视频中有29条涉嫌侵权(包括在无充分事实举证情况下,发布关于“胖东来的核心盈利点,在玉上……几百块的东西卖几千几万”,“组织水军吹捧、造神”等信息),均予以下架,根据《抖音社区自律公约》规定,限制账号投稿权限一个月。平台将持续关注相关账号,如其在处置期后进一步发布涉嫌侵权内容,将升级处置。鉴于胖东来称已起诉被投诉人,平台将参考裁决结果进一步处理。如法院判决被投诉人发布内容属实且不涉嫌侵权,被投诉人可向平台申诉解除处罚。

5月4日晚,柴怼怼的账号被禁止关注,也被禁止发布作品。柴怼怼在短视频平台拥有20余万粉丝,属于玉石赛道的博主。

于东来连发10条动态 邀请“柴怼怼”来胖东来考察

5月6日,于东来的抖音账号“胖东来于东来”已经解除私密。当天下午1点至2点之间,针对近期的玉石事件,于东来在社交平台上连续发布10条内容回应。于东来表示,“柴怼怼、宋清辉、躺平叔等质疑胖东来的人们!如果你们愿意,胖东来可以邀请你们一起来胖东来认真地深入了解研究考察。”

于东来还表示:“随意骂人打人其实已经严重伤害到个人的人格尊严,如果只是很轻微的处罚,会让受害人终生难以释怀。”

而5月6日上午,有媒体发现胖东来商贸集团官网显示“已关闭”状态,网页内容清空。胖东来方面就此情况接受媒体询问时表示:后台正在维护升级,暂时不对外开放了,此外该工作人员表示,官网关闭会持续一段时间,具体什么时候再次开放不太确定。

流量旋涡中的胖东来

胖东来关闭官网引热议,市监部门调查显示其玉石毛利率不超20%



市监部门介入调查 平均毛利率不超过20%

网红“柴怼怼”爆料后,近日许昌市监部门对胖东来开展日常检查。媒体报道称,按照“五一”期间工作安排,结合网络上关于许昌胖东来销售和田玉有关情况的反映,许昌市市场监督管理局魏都区分局对时代广场销售和田玉的胖东来唯初珠宝有限公司开展了日常检查。现场查阅了2025年1至4月份销售的和田玉数量和价格情况,并随机抽查了在售的13件和田玉商品的进销货相关手续。

经检查,许昌市胖东来唯初珠宝有限公司2025年1至4月份共销售和田玉商品4177件,销售金额2959.2175万元,平均毛利率不超过20%;目前在售和田玉商品均按规定明码标价;被随机抽查的在售13件和田玉商品进货手续齐全,进货台账完备,鉴定机构具有合法资质,鉴定证书有效。

天眼查App显示,许昌市胖东来唯初珠宝有限公司成立于2019年9月,经营范围含珠宝首饰零售、珠宝首饰批发、珠宝首饰回收修理服务、珠宝首饰制造、化妆品零售、日用百货销售等,由许昌市胖东来商贸集团有限公司全资持股。抽查检查信息显示,该公司曾在2023年被许昌市市场监督管理局魏都区

分局检查25次,结果均合规。

经历此风波后,连日来,胖东来和田玉专柜销售火爆。5月6日,多位胖东来珠宝代购者告诉记者,此前,胖东来和田玉就很受欢迎,近段时间热度更高。这几天上午还没结束,和田玉基本上就售罄了,直呼“不够卖”。综合央广网、北京商报、大象新闻、许昌日报等



许昌市监部门对胖东来开展日常检查。据许昌日报

□评论

莫让“胖东来们”陷入“棒杀”“捧杀”泥潭

短视频平台上,有“网红”质疑胖东来玉石的产品质量与暴利牟取。而后,河南许昌市场监管部门对胖东来开展日常检查,得出“平均毛利率不超过20%”“鉴定证书有效”等结论。不少网友感慨,“胖东来没辜负信任”“权威调查终还企业清白”。

企业接受舆论监督,天经地义。一段时间来,有理“挑刺”、有据质疑,揭开了一些“网红企业”“头部主播”偷逃税款、虚假宣传的遮羞布,大家拍手称快。但有些“网红”的监督批评,醉翁之意不在酒,而是博眼球、蹭流量的“碰瓷”。无根据的“乱喷”“溢黑”横行网络,不

仅给合法经营的企业造成巨大困扰,也会浪费行政等公共资源去澄清。试想有关部门因流言而反复调查,疲于应付,是否还有资源和精力投入正常工作?受影响的岂非我们大家?互联网经济,流量必不可少,但应“取之有道”。

一方面,“网红企业”、明星企业,往往是“秀于林”的那棵树,“棒杀”无异于毁坏秀林土壤。在地方调研,一家新能源汽车明星企业的工作人员感慨,“应对各类负面和不实信息已经成为沉重负担”。如果一家企业因为做得好而走红,就必然经历网络中伤的“闷棍”,显然不公平、不合理,更是一

种不必要的消耗。为这些企业营造更好舆论环境,帮助它们心无旁骛谋发展,是构建良好营商环境的题中之义。

另一方面,“捧杀”也同样值得警惕。企业再优秀,也不必在舆论场中捧得神乎其神,更不必和各类粉丝心态、极端情绪挂起钩来,好像它们容不得任何批评,这样反而可能害了这些优秀企业。保持自信、客观心态,给予它们应有的鲜花和掌声,也理性看待它们身上的短板和问题,与中国企业共同成长,这何尝不是更深沉的爱护与更大的支持。

据人民日报评论微信公号

胖东来再起“退网”风波 别让企业自证“吃了一碗粉”

近日,胖东来商贸集团官网显示“已关闭”状态,网页内容清空。官网关闭,引人遐想。这被很多人视为胖东来与柴怼怼风波再度“升级”,甚至是于东来本人“被逼到退网边缘”。

柴怼怼是拥有20多万粉丝的玉石赛道博主,其公开指责胖东来卖玉存在“低成本、高暴利、品质差”的问题。面对质疑,胖东来迅速回应,其财报显示,和田玉毛利率20%。于东来还在社交媒体发文,表示如果不让柴怼怼这种随意污蔑伤害他人的行为受到应有的处罚,“我会主动关闭或永远离开胖东来这个企业!”有人说,面对指责,企业家动辄放言“关闭”企业,大过意气用事;有人说,换位思考后,这恐怕也是人之常情。

电影《让子弹飞》中有这样一个桥段:县长义子老六与凉粉店主孙守义围绕“吃了一碗还是两碗凉粉,该给多少凉粉钱”发生争议,鹅城一霸

黄四郎心腹胡万使用挑拨激将计。众目睽睽下,老六为自证清白,不得不持匕首剖腹自尽,借以展示自己的确“只吃了一碗粉”。有人觉得六子“太年轻”,这当然在理,但胡万的手段是指责他“欺负老实人”,对县长之子来说,这恰恰击中了其“软肋”。企业面对指控时也是如此。面对很多无端指控和抹黑,一些企业极端珍视自身形象,声誉就是自身“软肋”,当企业和企业家无力及时自证清白、完全挽回清誉,选择“闭店”“退出”这样的“极端”行为也就不奇怪。这其中,恐怕既有对外自证清白的意味,也受斗争乏力的“寒心”推动。

与其说这是悲壮,不如说这是无奈。一段时间以来,网络平台存在“劣币驱逐良币”现象,即便是胖东来这样公众眼中的“良心企业”,也难免被网红博主“碰瓷营销”。对很多博主而言,黑红也是红,有网络流量就有客

流量,也就有可观的收益。在某种程度上,于东来“退出江湖”的宣言,是企业家在面对网红“碰瓷”时的无奈,也是悲情式对外展示清朗网络环境的决心。

好在,有关平台已下架29条涉嫌侵权视频,同时有关部门也积极介入,查证玉石产品符合规范。不过,胖东来有人见人夸的口碑在,有较高的群众支持度、关注度,有“明星企业”的光环在,这些都是企业面对不公时维权的稀缺“武器”。现实中,很多企业市场口碑未必有这么好,人气未必有这么高,对这些企业来说,面对舆论侵权、网络“黑嘴”,如何维护自身合法权益?如何低成本惩处造谣抹黑者?这提醒我们,进一步健全平台监管和完善法律法规,推动类似侵权行为及时得到处置,更多企业才不必因自证清白而急于“自戕式自证”。

据交汇点新闻