



不满航班延误辱骂工作人员 以探店为名吃霸王餐

是谁在助长「网红特权」歪风？

□ 本报记者 赵丽 □ 本报实习生 万鹏

“我是网红，我师弟是‘垫底辣孩’，他1000多万粉丝，我280万粉丝。航班延误了5个小时，我要求航空公司给我特殊照顾。”近日，一男子因不满航班延误，亮出自己网红的身份，指责空姐，质问机长名字，之后又在社交媒体上发布维权视频，引发广泛关注。

针对此事，航空公司方面表示，航班延误是天气原因所致，对于乘客的诉求会尽力协商解决。而被该男子提到的网红“垫底辣孩”发表声明称，自己与视频中的乘客素不相识，毫无关系，要求平台下架侵权视频。

以网红身份要求给予特殊照顾，类似的事件屡见不鲜，让不少网友“惊掉了下巴”，也不禁发出这样的疑问：是谁在助长“网红特权”这种歪风邪气？

在受访专家看来，利用网红身份来进行所谓维权事件的出现，既有社交媒体普及和影响力提升的原因，也有维权意识提高、经济利益驱动和法律意识淡薄等方面的原因，社会应该关注和反思这一现象，规范网红的言行，避免产生负面影响。

以维权之名谋法外特权

据上述事件的目击者介绍，当天因暴雪天气导致航班延误，当时这名男子情绪激动，要求上飞机等着，否则就投诉，还威胁要发视频曝光工作人员，让工作人员都下岗、失业，并辱骂工作人员。

延误航班所属航空公司工作人员证实，当天确实有航班因天气原因延误，计划12:20起飞，实际起飞时间是18:25。天气导致航班延误并非航司的原因，因此没有赔偿，但有发放餐食。航司对网红没有特殊优待，都是一视同仁。

此事在社交媒体上引发热议。有网友表示，作为拥有大量粉丝的网红更应该以身作则，遵守社会公德和法律法规，而不是利用自己的影响力来行使特权。也有网友呼吁，网络平台应加强对网红行为的监管和引导，避免类似事件再次发生。

北京京都律师事务所律师常莎告诉记者，维权是指维护个人或群体的合法权益，乘客与航空公司之间是一种服务合同关系，如果航班延误导致乘客的权益受到损害，那么乘客不论是否具有网红身份，都有权要求赔偿或者采取其他合法措施来维护自身权益。

“维权需要遵守法律法规和道德规范，不能使用暴力、威胁等手段来解决问题。同时，维权也需要尊重他人的权利和尊严。以自己粉丝数量多来压人一头，进行威胁辱骂，显然是对他人合法权益的侵犯。”常莎说，维权是每个公民的权利，但是应该以合法、合理的方式进行，不能滥用权利或者侵犯他人的权益。

写过《娱乐法学》等著作的华东师范大学立法与法治战略研究中心研究员余锋说，网红，一般指在现实或者网络生活中因为某个事件或行为而被网民关注而走红的人。网红往往与“大V”、各类知名博主等一样，具有粉丝众多、备受关注，能够通过个人社交媒体账号发布信息和快速传播信息，进而产生社会影响力的特点。

在余锋看来，拿网红身份压人一头的本质，是网红凭借其拥有百万量级粉丝以及其远大于常人的社会影响力，以图实现其私人目的。“一些网红利用其身份和影响力牟取法外特权，这个现象值得社会关注和反思。以合法手段实现非法目的的行为，法律给予的是否定性评价。利用网红身份来进行所谓‘维权’，有维权之名，但实则是在借助巨量粉丝而具有的支配、引导和干扰力获得法外特权。”

有悖道德涉嫌违法犯罪

“网红维权”并非个案。

2023年2月，一个在短视频平台有300多万粉丝的网红也有过类似的维权行为——他想要骑摩托车上高速公路被工作人员拦下，摩托车碰到交通锥后倒地，该网红便发起视频维权，想要索赔摩托车的损失。而实际上，该路段有明显的禁摩路标。对此，不少网友评论，网红的视频维权，反倒更像是利用自己粉丝众多来搞舆论绑架。

此前还有报道，多位“美食博主”打着探店或者维权的名号要求吃霸王餐。

在余锋看来，维权本身具有法律上的正当性，但维权也得有度。如果维权超过或逾越的“度”是法律上的底线，红线，将受到法律制裁，有可能承担民事责任，也可能涉及治安上的寻衅滋事，甚至刑法上的敲诈勒索。

“如果网红在维权过程中采取了不当手段，例如威胁、恐吓、侮辱、诽谤等行为，可能会涉嫌寻衅滋事罪。对于情节较轻、危害不大的寻衅滋事行为，以一般违法行为论处。如果网红在维权过程中擅自泄露他人隐私信息，造成严重后果，还可能涉嫌侵犯公民个人信息罪；诽谤他人名誉的，可能涉嫌诽谤罪等。”常莎分析说，网红在维权过程中应该遵守法律法规和道德规范，以合法、合理的方式进行。

“‘网红特权’歪风之气，可能会导致一些人不择手段地追求网红身份，甚至违反法律和道德规范。例如，一些网红可能会利用自己的影响力进行不当的商业宣传和推广，给消费者带来误导和损失，甚至利用自己的影响力进行欺诈、传销等违法行为。”常莎说，应该刹住这股歪风邪气。

压实监管责任划出红线

在余锋看来，一些粉丝对网红不良行为的惯纵，少数网红自身对特权的追求对道德法律的漠视，以及部分平台对网红监管不力，助长了“网红特权”的歪风邪气。

常莎进一步分析说，“网红特权”滋生的原因包括：粉丝经济的影响，在网红经济环境下，网红的粉丝数量往往与他们的商业价值挂钩，一些网红试图通过特殊待遇获得更多的关注以谋求商业利益；一些人对网红身份的过度崇拜，认为网红就应该享有更多的特权和优待；法律和道德规范的缺失，可能导致一些网红利用法律的漏洞试图获得更多的利益。

据长期关注网红直播现象的中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员董晨宇介绍，近年来，不论从职业技能还是规范治理层面，网红的职业化在不断加强，很多几百万乃至上千万粉丝的网红都是由MCN（多频道网络）公司或者签约个人工作室进行孵化的，“这些团队有非常专业的运营来帮网红进行个人形象管理和公关，但道德、法律培训还需要提升。”

在“全民皆可当主播”的今天，网络主播的职业化愈得到广泛认可，筑牢职业化制度保障，为网络主播划出“红线”，变得尤为重要。“主播已成为一个新职业，应建立行业规范和从业者道德规范。”余锋说，从（网络直播营销行为规范）到（关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知），再到（网络主播行为规范）等，近年来监管与规范、自律与他律的制度不断完善。

董晨宇认为，相关平台应完善主播培训，建立激励性机制。如果网红完成了某项培训，或者很好地遵守了某项政策，可以通过流量扶持等措施进行激励。

“在现实生活中，部分网络自媒体、营销号和网红大V等，为了吸引关注度和流量，制造猎奇信息、挑起网民情绪或跟风炒作热点事件，其背后有的是MCN公司的推波助澜，甚至是MCN公司一手主导和策划的。因此，依法规范MCN公司，强调MCN公司对网红行为的监管与引导非常有必要。”余锋说。

余锋认为，作为网红信息的网络平台，是网红影响力得以形成、传播和扩散的重要渠道。网络平台可以通过将粉丝评价、监管部门调查、处罚信息等记录在网红的诚信评价体系中，将严重违反法律法规、公众人物道德要求和污染环境列入黑名单，来加强对网红行为的监管和引导。

董晨宇还提到，网红主播的职业化能够校正行业发展方向，避免行业处于野蛮生长状态，对粉丝数达到一定量级的主播，可以提出考核与持证要求，或是发挥直播行业协会作用，推动设立网络直播信用评价体系，形成网红主播从业门槛、退出机制等，持续净化网络空间。

调查动机

近日，湖南长沙的刘先生向记者投诉称，自己遇到了汽车维修陷阱——他开车不慎撞到路边护栏，造成前大灯损坏，于是找了一家汽修店维修，并换了新车灯。然而，维修后不到一个月，新车灯就坏了。

刘先生感觉其中可能有猫腻，就找了在某汽车4S店从事维修工作的熟人检查了一下，发现此前更换的新车灯其实是二手车灯，问题车灯。刘先生立即去汽修店理论，可对方死不承认。

“以前就听说过汽车维修陷阱多，没想到这么多。”刘先生感叹道。

汽车维修有哪些陷阱？又该如何依法维权？带着问题，记者进行了调查采访。

汽车行业乱象频发充斥着各种问题

汽车维修陷阱怎么这么多



□ 本报记者 韩丹东 □ 本报实习生 翟崎宇

去年8月，山西太原的胡先生发现自己车子启动时有些异常，去当地汽修店检查被告知，火花塞出了问题，6个火花塞需要全部更换，否则会对车辆发动机造成不可逆的损伤。胡先生同意更换并支付了费用。

然而，没过几天，车子启动时的异常又出现了。胡先生重新找了一家汽修店检查，被告知依然是火花塞问题。修车师傅告诉胡先生，车上6个火花塞上次只换了3个，还有3个压根没有更换。

“换3个却收了我6个的钱，太黑了。”胡先生恼火地说。

近年来，随着我国汽车保有量的增加，汽车维修充斥着各种问题，其中以次充好，以旧代新最为突出，不仅让消费者增加了支出，也导致车辆存在一系列安全隐患。采访中，车主呼吁净化汽车维修市场，维护消费者合法权益的呼声高涨。

以次充好以旧代新 汽车维修暗藏猫腻

在某投诉平台上，《法治日报》记者以“汽车维修”为关键词进行检索发现，近期相关投诉就有几十条，主要涉及更换的配件以次充好，以旧代新。

去年10月，广东珠海的赵女士驾驶私家车从东新高速往珠海方向行驶时，车胎胎压出现异常，下车检查后发现左后轮有轻微漏气状况。赵女士立刻在某平台上找到一家名为“×××汽车搭电补胎修车（桂城店）”的商家，拨通商家电话后，商家要求加他们的社交账号，并把精准定位发送给商家。

“商家简单了解故障情况后，称‘上高速救援需要800元，先付500元定金，剩余的因情况而定’。”赵女士说，在她支付500元定金后，商家称已叫拖车过来，将拖到下一个高速口进行检查和修复。

原本商家说维修师傅大约20分钟到达，但赵女士在高速上等了将近一个小时后，维修师傅只是开了一辆小汽车过来，并没有拖车。师傅让她慢慢驶到下一个高速出口，到达广州南站出口后，师傅帮她检查轮胎，发现是左右轮胎扎了钉子，称无法补胎，只能更换新轮胎。

无奈之下，赵女士只得咨询换轮胎的价格，被告知需要3500元时，赵女士觉得太贵，就表示不需要了。后来师傅让她联系商家，商家说可以便宜200元，而且安装新轮胎送维修保养服务一次，于是赵女士同意更换轮胎。

之后，赵女士又在高速口等待了1.5个小时，师傅才回来，说找到了相同品牌的轮胎，在安装后，赵女士转给了师傅3300元。

第二天，心存疑虑的赵女士找到了当地一家汽修店，跟修车师傅说了事情

经过，师傅说可以看看轮胎的生产日期，她查看后发现轮胎安装反了，没有办法看到生产日期。随后，修车师傅帮她把昨天的轮胎拆下来重新安装，令赵女士震惊的是，她发现该轮胎有修复的痕迹，而且看生产日期与其他三个轮子一样，很明显轮胎是赵女士之前换下来的旧轮胎，商家压根没有帮她更换新的。

“这完全是欺诈行为，装上旧轮胎后，我还驾驶了100多公里。修理厂为了赚钱，太不把消费者的安全当回事了。”赵女士气愤地说。随后，赵女士找商家要求赔偿，遭到拒绝。

记者在多个平台检索发现，类似投诉并不少见，而这些投诉大多是因为汽车维修过程中配件欺诈和隐瞒汽车关键信息引起的。

对此，天津红桥某汽修店一名从业人员告诉记者，大部分车主在维修时都会把汽车留在店里，商家告知修好后才取车。一些汽修店就利用这段时间，拆下本身质量较好的汽车零件，换成旧的零件，只要车子没有明显故障，车主很难发现其中的问题。

“即使车主在现场看着也不怕，车里有那么多线路和零件，维修师傅指着好部件说成是坏的，不懂的人根本看不出来。事实上，大部分车主也都不了解这些零部件。”上述从业人员说，“汽修店虽然都会向消费者提供维修单，列明维修项目、所需材料、费用等，但这并不足以让车主了解车辆真实故障原因、维修具体过程。”

如果汽修店以次充好，以旧代新，从而导致安全隐患，商家应该承担怎样的责任？

中国人民大学法学院教授刘俊海认为，汽修店和消费者之间存在合同关系，应根据民法典合同编和消费者权益保护法，保护消费者的知情权、选择权、公平交易权以及安全保障权。

北京德和衡律师事务所高级合伙人马丽红律师认为，消费者权益保护法规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定。经营者明知商品或者服务存在缺陷，仍然向消费者提供，造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的，受害人有权要求经营者依照本法第四十九条、第五十一条等法律规定赔偿损失，并有权要求所受损失二倍以下的惩罚性赔偿。

在马丽红看来，如果汽车维修店

能按照消费者实际需求进行维修，导致出现安全隐患，商家应承担瑕疵担保义务；如果出现给消费者造成损失的情况，应对消费者损失进行赔偿。

提供虚假证明文件 里应外合套取保费

随着汽车保有量迅速增加，旺盛的维修保养需求催生了不少汽修店。相对于街边作坊式的汽修店，环境更好的大型汽修厂更加受到车主的信赖，尽管价格上普遍高出不少，很多车主还是宁愿“花钱买个安心”。

但事实上，这可能只是消费者的一厢情愿。

天津河西的黄先生告诉记者，他自己的汽车买了全险，前段时间出了一次事故，当时保险公司确实很负责任，但是需要黄先生在他们指定的维修站维修，黄先生接受了保险公司的意见。可是，车从汽修厂开出没几天就出现了行车熄火的问题。

之后，黄先生几次去该点维修站都没能解决问题。最后，黄先生自己掏钱去4S店维修时发现，当时事故发生时本该更换的零件并没有替换。于是，他立即跟保险公司、汽修厂联系，但对方却说当时检查并没有问题，这次维修费用也不能走保险。

北京一位业内人士张先生告诉记者，许多保险公司的定损员还会和4S店修理厂、事故受损车主达成协议套取“回扣”费用。“曾经我同事的车保险杠撞坏了，正常在外面厂家修理更换要花1500元左右。去了一家4S店后，定损员和约好定损1500元，报给保险公司的（理赔金额）则是3000元，中间多出来的1500元，定损员和他‘分成’。”

该业内人士说，有的修理师傅与定损员“合作”套取保费，他曾亲眼见过一辆事故车在拆解定损之前，店里的维修师傅抡着锤子，将原本完好的汽车水箱框架砸坏，然后定损员拍照定损。这样能向保险公司要更多的钱。车主就成了“冤大头”，在不知情的情况下多交了钱。

马丽红说，如果“以次充好，以旧充新”的汽修厂是保险公司指定的，给消费者造成了损失，保险公司和汽修厂构成共同侵权。刑法和保险法对保险欺诈有明确的处罚规定，如果保险事故的鉴定人、评估人、证明人等故意提供虚假的证明文件，进行保险诈骗，构成犯罪的，依法追究刑事责任；尚不构成犯罪的，应依法给予行政处罚。

强化监管多方发力 共同规范汽修市场

记者在调查中发现，有些汽修店鼓励员工通过多卖零件来获取提成，有些员工通过对车辆“做手脚”，增加维修次数或扩大维修范围来提高收入。有些故障很简单，更换保险丝就能解决问题，但是这样赚不到钱，于是有些汽修店就“小病当成大病医”，本来只需局部维修的零部件被整件更换，只需更换小零件却被说成需要大修。这样一来，消费者往往要多支付几倍甚至几十倍的维修费。

“由于汽车零部件数量多且品类杂，存在专业壁垒，普通消费者根本无法判断自己的爱车是否被过度维修、以次充好，甚至被捆绑消费了。往往陷入了越修毛病越多的怪圈。”马丽红说。

对于此类情况，马丽红给消费者提出几点建议：把车辆送去维修之前，首先要先做些功课，提前了解维修范围，掌握汽车维修的一些基本知识，尽量避免被套路；在选择维修方时，尽量选择那些重信誉、讲信用的正规汽修店，注意商家的证照是否齐全，切勿去街边无照维修点；消费者要保存好相关证据，比如送检前拍一下里程，更换汽车零件时查看一下零配件清单，在完成车辆交接时再次检查是否维修完好，并保留好车辆维修记录。

马丽红认为，消费者很难从专业角度判断是否在维修环节存在问题，找鉴定机构也会有额外成本，周期也很长。要彻底解决这个问题，还是需要行业主管部门和协会自律组织加强监管和自我约束，从专业源头上把好关。

“行业主管部门也应该加强对保险公司的监管和行业建设，加快推进车险信息平台建设，建立配件价格、修理工时、工时费率行业标准。只有市场公开透明了，才能做到重复无欺，从而构建一个依法经营、诚信信用的市场发展环境。”马丽红说。

刘俊海认为，消费者需要自我保护，汽车维修行业也要树立严格的自律意识，商家要自我加压，清除害群之马。同时，监管部门也要加大监管力度，保护消费者合法权益。

