

蔚来李斌回应网暴：自嘲CEO要娱乐大家，但动我用户，法务部见！

来源：陈景柏 发布时间：2025-11-20 12:41:55

商悟社 | 张志雪

兄弟们，最近蔚来李斌的一段话火出圈了！面对缠了自己好几年的网暴，他居然笑着说：“现在CEO的一个责任就是要娱乐大家，还不能让大家说说你吗？”

这话听着云淡风轻，可背后藏着的是新能源圈大佬的无奈与清醒——你以为他在摆烂？人家早就划好了底线：调侃我随便，敢动我的用户和公司，蔚来法务部可没闲着！

自嘲式化解网暴：从“加电李斌”到“加氧李斌”的豁达



在新能源圈，李斌绝对是被网暴“盯”得最紧的CEO之一。

有人追着问他北大学历是不是买的，他笑着回应“我又不是教授，买学历干啥”；有人翻出他“喜欢闻汽油车味”的老梗反复调侃，他坦然还原真相并郑重道歉；今年8月他在拉萨出差吸氧的照片被恶搞疯传，从“加电李斌”变成“加氧李斌”，他也毫不在意：“大家开心就好”。

这次在用户活动上，他更是把姿态放得极低：“什么流言蜚语、网暴这些，说我无所谓”。这份“任你吐槽，我自岿然不动”的豁达，圈了不少粉。



可谁都知道，这份豁达不是天生的。毕竟蔚来七年累计亏损超1092亿，“烧钱机器”的帽子戴了好几年，网友对他的经营能力质疑从未断过。但李斌心里门儿清，与其跟网友硬刚消耗精力，不如用自嘲化解戾气——你想吐槽就吐槽，我专注把车造好、把服务做好才是正事。

这种应对方式，不得不说高明。在流量时代，CEO早已不是躲在幕后的管理者，而是企业的“首席公关官”。李斌的自嘲，本质上是看透了舆论逻辑：与其做满身铠甲的斗士，不如做个接地气的“梗王”，反而能消解很多恶意。

底线不容触碰：动用户=动根基，法务部硬核亮剑



千万别以为李斌是真的“软柿子”，他的宽容只限于个人，一旦触及底线，立马切换“硬核模式”。

他在活动上明确划下红线：“只要不说我的家人，只要不说我的用户，我认为没啥”，但“抹黑公司不行，抹黑用户也不行”。这话可不是空话，蔚来法务部最近就频频“营业”，战果累累。

就在上周，蔚来法务部公布最新维权进展：微博用户“西瓜犁多南”长期发布虚假言论贬损蔚来及用户，一审被判侵权，需公开道歉并赔偿；微信公众号“路边信息社”编造资本市场谣言，运营者被公安机关行政处罚；抖音账号“森哥电车”屡教不改诋毁用户，被永久封禁。

除此之外，还有多个账号因恶意散布蔚来电池安全谣言、编造破产传闻，被蔚来追责，不少运营者最终都公开道歉赔偿。蔚来法务部的这些操作，正是响应工信部等六部门的汽车行业网络乱象专项整治行动，用法律手段守护网络清朗。

为啥李斌对用户这么“护犊子”？懂蔚来的人都知道，用户是蔚来的核心竞争力。从凌晨三点在用户群解答问题，到自掏腰包给老用户升级芯片，李斌一直把用户当家人。在他看来，抹黑用户就是动蔚来的根基，这口气绝不能忍！

新能源圈的舆论战：一半是自嘲隐忍，一半是硬核维权

李斌的“软硬兼施”，其实是当下新能源车企CEO的真实生存写照。

现在新能源行业竞争太激烈，参数比拼、营销博弈早就不够看了，网络舆论场成了第二战场。一点小问题就会被无限放大，恶意造谣、抹黑对手的事情屡见不鲜。

不止蔚来，理想、小米等车企也在遭遇类似困境。理想曾遭遇有组织的车主负面评价攻击，果断启动法律追责；小米车主被无端攻击，法务部协助发起35件维权诉讼。车企们渐渐达成共识：合理的批评能促进成长，但恶意的网暴必须坚决反击。

李斌的聪明之处在于，他把“柔”和“刚”拿捏得恰到好处。对个人网暴，他用自嘲化解，展现格局；对损害公司和用户利益的行为，他让法务部亮剑，彰显底线。这种“外圆内方”的处世哲学，让蔚来在复杂的舆论环境中，既没丢了口碑，也守住了根基。

更值得一提的是，李斌在回应网暴的同时，也给市场吃了颗定心丸——蔚来四季度有机会实现盈利。今年销量和毛利率表现良好，四季度没有大额投入，成本控制到位，这份底气，比任何辩解都有力量。

最后想问：网暴时代，CEO该如何自处？

李斌的故事，戳中了很多人的痛点。现在的网络环境，似乎“吐槽CEO”成了一种潮流，有人是理性批评，有人是恶意抹黑。

有人说李斌的自嘲是高情商，有人说他是无奈之举。但不可否认的是，他用自己的方式，在舆论的漩涡中找到了平衡点：不被恶意消耗，也不向乱象妥协。

其实不管是CEO还是普通人，我们都可能遭遇网络戾气。李斌的应对方式或许能给我们一些启发：对无关紧要的吐槽，不妨一笑而过；对触碰底线的伤害，一定要坚决说不。

那么问题来了，你怎么看待李斌“CEO要娱乐大家”的说法？你觉得企业该如何应对网络恶意攻击？欢迎在评论区聊聊你的看法！

商悟社由媒体人张志雪创办，全网百万粉丝，若转载请写明来源。

HTML版本：[蔚来李斌回应网暴：自嘲CEO要娱乐大家，但动我用户，法务部见！](#)