

## 阅读提示

客观真实的博主探店视频，可以帮助消费者做出正确选择，助力消费复苏。然而，随着探店博主越来越多，也出现了诸如“虚假种草”“变相做广告”“吃霸王餐”等问题。专家指出，可引入包括达人、商家等在内的信用管理体系，运用积分公示等方式规范达人、商家行为。

“听说这家店的xx特别地道，今天带大家来尝一尝”“我不允许你们还不知道，还有家这么好吃的宝藏店”“这么大一桌子才xx元，爱吃的朋友们千万不要错过福利……”如今，打开短视频平台，经常可以刷到各种各样的探店视频。

作为第三方测评，探店连接了消费者和实体商家，如果能够做到客观真实，就可以帮助消费者做出正确选择，助力消费复苏。但记者在采访时也发现，随着探店博主越来越多，也出现了诸如“虚假种草”“变相打广告”“吃霸王餐”等问题。

## 探店种草爱恨两难

“经常刷美食探店的视频，看到不错的美食就会‘种草’收藏。”家住辽宁抚顺的王美丽(化名)去哪玩、去哪吃之前习惯先搜一下，看看探店博主的推荐和评价。“有的探店博主还会推出优惠套餐和团购，挺合算的。”王美丽说。

随着网红经济的发展，许多自媒体博主变身“探店达人”。3月31日，记者在某社交平台搜索“探店”关键字，相关笔记超过1661万篇。丰富的场景、沉浸式体验，让不少消费者像王美丽一样通过探店博主“种草”。

“看探店视频主要是希望通过博主真实的体验来为自己推荐菜品，考察环境，进行挑选甚至‘避雷’。”然而，北京市民刘女士最近发现，探店博主越来越多，视频摆拍越来越多，内容也逐渐同质化，“有的把食物拍得很精美、秀色可餐，但是看不到几个吃的镜头，反而会觉得不真实。”

也有消费者遇到“货不对板”，避雷变“踩雷”的情况。一位消费者到了博主推荐的养生会馆发现：“实际房间很小，也没有视频里说的有很多自助餐，投影也都是坏的。”

此外，一些探店博主还信口开河。2月22日，安徽马鞍山网友张先生看到一名博主发布的一家火锅店探店视频，对其视频中宣称“牛羊肉都是当天宰杀，非常新鲜”表示质疑，随后他向博主发送私信，希望探店推介时不要夸大其词，被对方踢出粉丝群。

此事引发网友热议后，火锅店工作人员回应称网上视频是该博主自行拍摄发布，“牛羊肉是冷冻的，现杀肯定来不及。”

记者发现，类似的翻车事件屡见不鲜。2021年11月，一位网红博主两次试吃了同一家炸酱面，前后说法却相互矛盾。第一次试吃后吐槽不仅太贵还难吃，而后又发布视频宣称该炸酱面是妈妈做的味道。去年6月，许昌一探店达人因页面资料显示“许昌最省钱吃喝”“团购销售第一名”等字样涉嫌违反广告法规定，被许昌市市场监督管理局责令纠正、批评告诫。

## 流量生意催生种种乱象

“去年花2500元请博主拍了探店推广，感觉效果还不错，毕竟我们是新店，需要曝光度。”北京市昌平区一家烧烤店老板告诉记者。

火爆的探店也成为商家引流、促进消费的手段。数据显示，2022年，在抖音生活服务平台，有72%的商家邀请过达人探店并收获订单。

随着博主数量激增，探店逐渐职业化，其商业化程度也越来越高。一家在北京的短视频平台探店接单MCN机构，给记者发来的报价表显示，按粉丝量等级不同，费用在800元~10000元不等，粉丝量超200万的达人收费可过万元。

然而，规范缺失、从业者良莠不齐也催生了种种乱象，让商家叫苦不迭。一名从业者告诉记者，有的达人后续还会要求商家继续充值来保持推荐位，如果商家拒绝付款，则会写差评。

此外，还有不少商家遭遇探店博主吃“霸王餐”的现象。去年5月，一探店博主与商家约定好免费享用“三人餐”，却带了8位亲友到店消费。商家要求支付额外餐费，该博主以自己已有3个探店账号为由拒绝支付。此前，在河北廊坊的一家烤肉店，男子自称是600万粉丝的博主而要求店家买单。

与此同时，探店达人们也有“苦水”。虽然门槛不高，但是越来越多的从业者入局也让探店行业不断“内卷”，甚至指导探店拍摄技巧也成了一门流量生意。

“要用灯光把食物拍出食欲，同时要吃出很香的感觉。”在短视频平台，能搜索到不少教程视频，下一步则是引导用户购买课程。

## 引导探店告别野蛮生长

“真实性才是探店活动的灵魂。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为，

探店作为一个产业能否繁荣发展下去，关键点在于拍摄内容是否真实和相关介绍是否真实。缺乏真实性的探店，涉嫌虚假宣传和不正当竞争，也损害消费者权益。

多位专家表示，各种探店乱象的出现主要是因为探店属于新型宣传方式，缺乏相关法律规范，探店有关行为的法律属性、有关主体的责任划分都不够明确。例如虚假宣传，就有很强的隐蔽性，很难发现并认定，甚至存在争议。

近日，抖音生活服务发布行业首个《餐饮探店规范》，以警告、下架视频、账号降级、封禁投稿等处罚动作，打击虚假宣传行为，并将纳入对商家、达人的评级评价体系，消费者也可通过视频举报向平台反馈。同时，明确了商家和网络达人在探店合作过程中应遵守的行为规范和权利责任，维护消费者、商家、达人的权益。目前该规范已在成都、南京等8个城市率先试点。

朱巍认为，互联网平台上线相关规范开了个好头，有助于促进行业自律和有序发展。如何以制度的方式规范探店达人与商家的经营行为，如何引入信用监管，如何激励好作品消除虚假信息等，就成为下一步探店大市场所要面临的重要问题，还需多方共同努力。

“可引入包括达人、商家等在内的信用管理体系，运用信用积分公开公示等方式规范达人、商家行为，对于达人探店，除了以法治网，还要以信治网。”朱巍说。

来源：工人日报