



“探探不胖”主播付长乐(右)把自己品尝到的美食分享给网友

随着短视频、直播的兴起，“达人探店”作为一种新业态，在加速消费引流中崭露头角，我市不少网络博主也投身其中，为各行各业带来了经济流量和发展机遇。

打造线上线下“连接器”

出门吃饭、外出游玩，不少人已经习惯打开手机，看看身边的美食博主推荐哪些美食，新开的游玩场所到底好不好玩。在线上平台与线下实体之间，需要一个“连接器”，“达人探店”这一新业态便应运而生。

“天气越来越冷了，要是一家人围坐在火炉边，锅里咕嘟咕嘟炖着排骨，吃上一块满嘴留香，那多惬意呀！今天就带大家打卡一家炖菜……”在抖音平台分享美食的达人“探探不胖”，正在录制一期美食分享视频。“探探不胖”是市民付长乐开设的抖音账号。付长乐特别喜爱各种美食，哪里开新店就想去尝一尝，再把好吃的东西分享给身边的朋友。“刚开始只是分享一些图片，慢慢点赞关注的人多了，评论区里热心的网民会提出改进意见，还有网民让帮忙到店‘排雷’，视频的内容也就丰富起来。我希望更多的人能够通过我的亲身体会，品尝到更多美食，享受到良好的消费体验。”付长乐说。

“达人探店”这一独特的信息传递方式，不仅让消费者关注，也引起了相关部门和企业的关注。今年4月，市商务局与凤翔区联合举办了“千年陈酿·约惠凤香——中国凤香白酒线上促销季”活动，专门邀请了150余名主播达人，走进陕西西凤酒厂“探店”，了解西凤酒的历史渊源、探秘西凤酒的生产过程、品尝凤香美酒的滋味；5月，眉县举办了“太白酒百名达人鉴真之旅”活动。两次活动都在抖音、快手、微博、小红书、大众点评等多个平台发布，形成了2000万流量的宣传矩阵，助力凤香美酒消费“破圈”，走向更广阔的市场。

在关于我市同城消费的各类网络平台，以美食、景点等为内容的“探店”

达人、主播人数众多。仅从抖音后台数据看，我市美食类活跃达人有630余人、休闲娱乐类活跃达人有500余人、游玩类活跃达人有380余人，为线上信息传播与线下实体门店的有效融合发挥了“连接器”的作用。

“探店模式”提振消费信心

“酒香也怕巷子深。”我市“达人探店”发展得红红火火，许多藏身于大街小巷、带着“酒香”的商家被消费者发现，越来越多优质的服务和产品摆脱了信息不对称的桎梏，走进了大众视野。“探店模式”让商家与消费者实现双向奔赴，使消费市场迸发出勃勃生机。

“老字号也要跟上新的宣传模式，才能引来回头客、留住回头客。”市区经

“达人探店”为具有特色的小店、老店带来了发展新机。据统计，今年前10个月，全市线上餐饮营业额21.3亿元，同比增长3.4%。

为进一步促进消费持续恢复，今年8月，我市出台了《宝鸡市区域消费中心城市三年行动方案(2023—2025年)》，其中将“实施数字消费培育壮大行动”作为重要一环，提出打造数字消费业态、智能化沉浸式服务体验；升级信息消费，高质量举办信息消费系列特色活动，推动新一代信息技术与更多消费领域融合应用。这无疑为“探店”行业发展提供了强有力的支持，更提振了商家企业的信心。

用规范助力“探店”健康发展

在记者采访中，有商家、

监督管理局知识产权广告管理科科长蔡兴昌说，他们是从两方面进行管理整治的。一方面是对国家、省互联网广告监测平台给我市反馈的问题线索进行处理，情节轻微的责令整改或当场处罚，情节严重的立案调查。今年，我市已接到38条互联网广告反馈问题，目前反馈问题已全部处理完毕。另一方面是从今年4月开始，我市开展了互联网广告专项整治行动，各县区对辖区内的“探店”达人、网红，围绕《互联网广告管理办法》进行了29次专项普法培训，对50余名达人进行了提醒约谈，签订了提醒告诫书；同时查处“探店”达人等涉及虚假宣传互联网违法广告案件25起，罚款22.6万余元，起到了警示作用。

蔡兴昌说，下一步他们



“探店”达人“啵啵休了”团队拍摄探店视频



美食博主吴瑞波在镜头前记录每一道菜品的真实体验

二路一家川菜馆总经理张芷玮说。他主动与广告公司联系，以“达人探店+销售团购券”的方式进行宣传，“探店”视频发布后一周时间，店里的团购券就卖出了2000余份。在市区高新五路一家东北菜馆里，一到饭点就顾客盈门，还不时有人预约排队，饭馆老板谢伟说：“店铺开业不久，就有达人来‘探店’，之后来吃饭的人就越来越多。拿10月份来说，一元一套的一次性餐具就结算了9400余元。凭各类网络平台团购券来店消费的顾客能占到七成以上。”

市民反映，网上发布的“探店”内容里不时存在恶意差评、虚假推荐、内容乏味等情况。因此，进一步强化监管、提升行业自律水平，就成为“探店”行业健康发展的重要举措。

今年5月1日，新发布的《互联网广告管理办法》正式实施，其中第九条明确提出：通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或服务，并附加购物链接等购买方式的，广告发布者应当显著标明“广告”。对照新规定，针对“探店”达人不规范广告宣传行为，市市场监

将继续加大普法宣传力度，专门开设市市场监督管理局抖音账号，通过抖音平台，对宝鸡辖区内的“探店”达人进行法律法规宣传和告诫。同时，加大专项整治力度，对多次警示屡教不改的进行严厉处罚，坚决遏制行业乱象。

有消费者向记者反映，根据达人推荐购买的团购券，到店消费时存在数量、质量等与视频内容不符的情况。也有商家反映，有的“探店”达人索要高额宣传费，遭拒后发布不利于商家的视频。遇到这些情况，要如何维护自己的正当权益？陕西新纪律师事务所律师王建强说，以上情形涉及虚假宣传、侵犯商家名誉等违法行为。消费者、商家均可向当地市场监督管理部门反映举报，或向网络运营平台反映情况；消费者还可向消协举报，也可根据《民法典》相关规定提起民事诉讼，请求团购券出售方及对应商家承担退货、赔偿等民事责任。遭遇网络不利宣传影响的商家，可诉讼请求视频发布者及其运营平台采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施，造成损失的可主张民事赔偿。

「达人探店」为活跃消费助力

本报记者 胡红玲

百姓关注

深挖“探店”行业潜力

胡红玲

“探店”行业飞速发展，把线上流量变为线下客流量，对促进消费回暖有益。要想让“探店模式”持续促进消费市场升温，就要疏堵点、创亮点，深挖潜力，释放更多消费活力。

“达人探店”作为新兴行业，一方面可以助力商家引流，促进实体经济发展；通过视频直观地展示，让消费者有更多的选择，同时也创造了更多的灵活就业就业机会。另一方面因从业门槛低、从业者素质参差不齐，也出现了商家不堪其扰，消费者直

呼“踩雷”的现象。而争议的源头大多是从传播的内容引发的，消除争议、提升吸引力、深挖潜力，还是要从内容入手。

紧盯内容的真实性，提升“探店”的信誉。“探店”达人是通过视频来传播信息的服务型职业，要把真实作为首要标准，加强行业自律。达人在拍摄发布视频时，绝不能因为商家给不给钱或钱多钱少就“捧”或者“踩”，要坚守职业底线，真实全面展示、真诚推荐，切莫为了“二两银子”毁了自己的信誉。同时，监管部门和发布平台要加强对从业人员的法律法规培

训，立起行业规矩，严控扰乱行业生态的行为。

追求内容的多样性，提升“探店”质效。打开“探店”视频，从文案到镜头展示，不少内容千篇一律。现在越来越多的消费者有着多样化的消费需求，追求高品质的消费体验。要提升“探店”质效，必须把重点放在提升视频内容质量上，例如把饮食文化、烹饪技艺、健康养生与“探店”内容相结合，在推荐产品的同时，达到普及知识、传递文化的效果，既可有效避免视频内容的同质化，又能不断提升消费者的满意度。