

“达人”探店 是“群英荟萃”还是“萝卜开会”？

一碟80元名为“群英荟萃”的腌萝卜、一杯180元的“宫廷玉液酒”……20世纪90年代，由艺术家赵丽蓉出演的春晚小品《如此包装》讽刺了高档酒楼以次充好、抬高身价的餐饮乱象。

如今，数字经济带动探店热，一些网络“达人”走街串巷，通过分享亲身体验为餐饮商家代言。在一片火热中，一些探店行为开始变味：为探店付费的餐厅，即使又贵又难吃，依然能收获一众“好评”；不为流量买单的饭店，纵然实惠讲良心，也可能被挤兑到“差评”圈层。究竟是“群英荟萃”还是“萝卜开会”，在流量与利益交织之下，让人越来越看不清楚。

“达人”来了，钱包瘪了

“会带每一任男朋友去吃的店”“只愿意带好朋友来吃的十家店”“N刷不会吃腻的餐厅”……浮夸的文字描述、浓郁诱人的相机滤镜，半月谈记者在社交平台上看到，许多美食探店的笔记吸引了成千上万的收藏点赞。值得注意的是，在这些推文的评论区有不少消费者直呼“上当踩雷”“又贵又难吃”。

“达人”的赞不绝口、顾客的负面反馈，同一家店线上线下的口碑逆转，暴露出美食探店背后的诸多乱象。

“有的‘达人’一口菜没吃，倒是让相机‘吃饱’了。”网友“菜菜酱”分享了她一家餐厅偶遇职业“探店达人”的场景：酒和菜摆满一桌，“达人”变换各种机位一顿狂拍，拍完食物还要带人出境，一会儿伸手夹菜，一会儿举杯饮酒，“各种姿势来了个遍，唯独没有看见他们坐下来好好品尝，彻底冷掉的食物也被白白浪费”。

一口未尝，却能发出一篇洋洋洒洒的推荐文章，这让美食探店的真实性备受质疑。一位西餐厅店主周娜告诉记者，有一次她邀请了几位博主到店，提供了几百块的餐食，回头一看，探店文案几乎都是乱写的，有的文案提到的菜品他们店里根本没有供应。“美丽空洞的照片，AI生成的文案，这些变了味的探店推荐，也让美食失了真。”周娜说。

此外，由于从业门槛低、行业规范缺失，“达人”群体良莠不齐。2023年，北京丰台一家餐厅邀请博主探店，结果博主在短视频评论区对不少给了差评的消费者爆粗口，最终被平台封了数日账号。

遭遇霸王餐，探店变“探钱”

不少“达人”只管钱给得多不多，根本不在乎代言的菜品是不是好吃、是不是货真价实，有的甚至有钱就捧、没钱就黑，游走于违法的边缘。

有不少商家曾遭遇“达人”吃霸王餐。经营一家小酒馆的小韩表示，经常遇到一些在点评打分平台等级较高的用户，吃完饭后展示其平台等级希望免单，有的甚至还要求店家附赠一瓶酒当伴手礼。“曾经我们也拒绝过，但事后立刻收到一个差评，因为高等级用户评论权重较高，一下子将我们酒馆的评分从4.8拉到4.6，实在是又委屈又无奈。”

自媒体从业者静静称，职业“探店达人”主要有两种获益方式：一种是有偿推广，店家支付费用，“达人”按照店家要求探店拍摄并发布图文视频；另一种是资源置换，商家免费请“达人”就餐，“达人”发布用餐体验。“头部博主的探店收费能达到数万



“不能错过的宝藏店铺”“味道绝绝子”“美食界天花板”……近年来，一些网络社交平台兴起博主探店模式，博主将自己在餐馆、旅馆、景点的消费体验在网上发布，有的博主将消费过程现场直播，吸引其他人前往消费。但与此同时，虚假推荐、数据造假、恶意差评等乱象，令消费者和商家叫苦不迭。

新华社发 曹一作

职业“探店达人”主要有两种获益方式

1

有偿推广

店家支付费用，“达人”按照店家要求探店拍摄并发布图文视频

2

资源置换

商家免费请“达人”就餐，“达人”发布用餐体验

制图 马超

元，素人博主的一条笔记有时候也能赚个50到100元。”静静说。

显然，有偿探店更像是一种商业营销合作，而非单纯的美食分享。根据国家出台的《互联网广告管理办法》，在通过知识介绍、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时，发布者必须显著标明“广告”字样。然而，互联网平台上大量的探店笔记、探店视频，并未加以标注，这让不少消费者误将博主收费的广告当作真情实感的推荐，线下打卡遭遇“踩雷”。

有律师指出，某些博主所谓的探店已经变成了“探钱”。不客观的描述、回避缺陷的推荐，很有可能侵害消费者的合法权益，被认定为虚假的宣传行为。有部分博主以探店宣传为由头、以差评为要挟，强制店家免单、支付费用或赠送相关礼品的行为，不仅扰乱市场秩序，还可能构成对商家的敲诈勒索，一旦被认定，轻则会受到治安处罚，重则可能要负刑事责任。

让美食回归本味

中国是美食大国，一餐一饭承载着百姓最质朴的欲求和幸福。一道菜好不好吃、一家店值不值得

信赖，最终都要靠消费者的选择，凭实力活下来。探店流量可能会加速口碑传播、带来销售机遇，但如果总是玩弄虚假流量的话，就会带来信任崩塌、“达人”和店家的双输。

某短视频平台生活服务发布的数据报告显示，2023年，有228.7万人靠探店获得收入。今年7月，在人力资源和社会保障部等部门联合发布的新职业信息中，“生活服务体验员”这一新工种被归到“互联网营销师”名下。

“探店达人”能得到认可成为一门新职业，无疑有利于从业者的自我认同感提升。但这个职业能否持续存在，显然真实性是关键。“探店达人”不应只专注于拍摄和宣传，更应对食物倍加尊重和珍惜，并基于真实感受去分享体验。同时，也要守住兴趣分享与商业广告的边界，合法合规地开展业务。

探店行为同样需要监管规范。应引入信用监管体系，对违规发布虚假探店信息的互联网平台、“达人”及商家，进行积分扣除，并运用信用积分公示等方式对各方进行约束，对屡教不改者，必须给予处罚。

评价回归真实，店家也要将重点放到餐饮本身，用心做美食才是长久发展的王道。

据新华社、《半月谈》