



“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。

变味的“博主探店”： 给钱就夸上天，不给钱就抹黑

A 博主探店日趋火爆

“粉糯香滑,无敌挂汁”“超好吃,值得一试”……打开小红书、抖音等社交平台,不少探店博主在卖力推介各种美食、景点。

“网红”博主探店的影响力日益强大。全职或兼职做探店博主,已成不少年轻人的职业选择。《2022抖音生活服务探店数据报告》显示,2022年抖音生活服务创作者人数超1235万人,累计发布探店视频超过11亿个,合作订单量同比增长965%。

但与此同时,不少消费者频

因被误导而“踩坑”。广西南宁消费者黄凯说,曾在某平台上看到多名博主推荐某餐馆,并推出“99元团购5人餐”链接,看起来美味又丰盛。到店品尝后发现,套餐中菜品分量远不及视频中展示的样子,味道也相当一般。为了吃饱,他无奈额外又花了100多元。

过热的探店也引起部分商家不满。南宁一家餐饮店经营者孙朋提起探店就直摇头。从去年下半年开始,前来探店并声称要合

作的博主越来越多,最多的时候一个月来了近20拨人。“起初还能招待餐食,但数量太多我们也承受不起,后来就都婉拒了。”孙朋说。

南宁知名美食博主“九哥”说,探店的本质是为商家做广告宣传,为消费者提供真实、直观的信息参考服务,原本可以实现博主、商家、消费者的“三赢”。但一些博主法律素养、责任意识缺乏,收了钱就罔顾事实夸大其词、虚假宣传,坑骗消费者。

C 重塑市场信任 规范行业发展

“博主探店乱象会损害消费者、经营者的权益,破坏公平、健康的市场环境,对互联网平台的社会公信力和长远发展也将带来损害。”姚华说。

业内人士表示,应规范探店行为,严厉打击扰乱平台环境、破坏平台生态、违反法律法规及平台规则的各类行为,竭力维护消费者合法权益。

黑龙江大学信息管理学院副教授杨志和表示,相关平台应强化主体责任,对探店行为设定相应规范,明确商家和网络博主在探店合作中应遵守的规矩和权责;对弄虚作假行为进行严格监管和打击,打造更健康的行业生态,赋能平台经济。

北京奥肯律师事务所执行主任李传文认为,对一些博主恶意差评、数据造假等行为,监管部门应进一步规范整顿;对问题性质严重、多次出现问题且屡教不改的探店博主应当封禁账号,纳入“黑名单”,不允许以更换账号或更换平台等形式再度“卷土重来”。

3月10日,中央网信办组织召开全国网信系统视频会议,部署开展“清明·从严治网‘自媒体’乱象”专项行动。会议强调,要探索运用经济手段强化“自媒体”监管,对违法违规、违背公序良俗骗取网民捐赠、用户打赏,获取流量变现、广告分成等经济收益的“自媒体”,要堵住其“问题流量”和牟利途径。姚华建议,相关监管部门可将规范探店行为纳入专项行动中,打击流量造假、网络“水军”,避免监管空白。

广西消费者权益保护委员会秘书长唐楚尧表示,探店对促进线下消费有一定积极作用,博主应本着对消费者负责的态度强化自我约束,分享客观真实的探店体验,避免虚假宣传。经营者一方面要重视线上推介,另一方面要踏踏实实做好服务提升消费者体验,以高质量赢得好口碑。消费者面对纷繁复杂的推广信息,要擦亮双眼,不轻信网络推介,权益受损时及时向平台举报。

新华社南宁4月12日电

B 刷流量、勒索钱财现象多发

一些餐饮店负责人表示,有的博主进来探店寻求合作时,声称自己粉丝众多,能帮助店里引流;但合作后,尽管观看数据不错,但实际上并没有什么引流效果,消费人次和收入并无明显增加。

“九哥”介绍,现在一些平台博主买粉丝、刷数据等现象多发。作品发布后,如实际浏览量不好看,有的博主便会找第三方公司来刷数据,通过庞大的好评数据营造出流量巨大的假象。

更有甚者,有的博主会抓住评价机制的漏洞误导消费者,故意给商家制造负面舆情,或者以差评为

筹码勒索钱财。

孙朋说,有一次他拒绝了一名博主探店免费吃喝的要求,该博主就在网上对餐馆发布各种恶评,如服务差、难吃、食材处理不干净等等。“好不容易积攒的口碑,差点毁了。”无奈之下,他只能花钱“消灾”。

“我们根本不敢得罪这种人。”广西北海一家民宿经营者李开凯说,由于走正式的维权手续比较复杂,商家往往只能采取息事宁人的办法,某种程度上也助长了不良风气。

广西社会科学院社会学研究

所所长姚华介绍,探店乱象暴露出一些网络平台对相关内容监管不到位,对违规博主后续处置力度不够。2022年,美食博主金某某因烹食国家重点保护野生动物在网上引起广泛争议。事件发酵后,该博主被警方带走调查。不久前,该博主在消失数月后更换“马甲”,再次以美食探店博主的身份回归。

据了解,目前,有的平台和网络达人探店推广行为进行了一定限制。但业内人士介绍,整体而言,目前行业仍处于约束少、难规范的状态。

30元菩提根叫价300元,被“盘”的到底是谁?

从“盘串女孩”“盘串男孩”佛系盘串,到小学生围在一起激情“绕指柔”,各类短视频平台上,早已随处可见年轻人熟练盘串的身影。然而当盘串风向年轻市场吹去时,比短视频反应更快的是商家。

1 【塑料串走红】“我那小叶紫檀串子被嫌弃了”

“学校里一堆塑料珠子和玻璃珠子,笑话我一个朱砂供菩提。”在社交平台上,有学生忍不住吐槽起同学的“不识货”。记者注意到,在盘串的学生群体中,塑料手串比真正的菩提手串更受欢迎。

在一家文具店内,商家将标价为12元的“精品菩提流苏手链”摆在了店内最显眼的位置。店主向记者表示,由于近期不少学生喜欢

盘串,自己才特意进了货。

“塑料的,肯定不是菩提的,菩提哪能这么便宜。”他说。

店内的“精品菩提流苏手链”吸引了一名刚放学的小女孩。在记者的询问下,她很快从口袋中掏出两串手链向记者展示,而这同样是一条塑料手串。

在社交平台上,也有家长谈及孩子盘串时表示:“(孩子)弄个学校门

口小卖铺几块钱的塑料串子,盘啊盘,我说你反正是费手了,把我那串小叶紫檀的串子拿去盘吧,嫌难看,说她的紫色渐变串才是最好的。”

对于到底盘玩什么,为了什么而盘玩,一些学生也表达了自己的看法。“喜欢盘玩什么是由自己,我就喜欢那种五颜六色的。”“学校门口卖的都知道是塑料的,依然不耽误卖得飞起,都是图一乐。”

2 【菩提串商家喊话】“来买天然菩提吧!”

塑料盘串的生意做得红火,经营菩提类文玩的商家自然也不甘落后。

不少商家开始喊话家长和孩子,希望他们购买真正的菩提手串:“塑料珠子盘不润也盘不透,孩子们获取不到任何成就感,只会越盘越失望。”甚至有商家指责盘塑料串有害健康:“塑料手串里有大量塑化剂,对身体不好!”

对此,一名业内人士向记者表

示,塑化剂种类繁多且应用广泛,在日常生活中接触较为频繁,此类说法有些夸大其词。“塑化剂接触到酒精,或者汽油、卸妆油等会溶解,但正常接触不会有什么问题,一般情况下也不会有人将手串放入口中。”

除却营销因素外,在文玩界属于“入门级”的菩提根,也正因为价格低廉受到越来越多年轻盘串者的欢迎。

在潘家园古玩市场,一名带着孩子挑选菩提根手串的家长,一眼看中了一款“猫爪菩提”。该摊位的老板向记者表示,很多孩子和年轻人如今偏爱这种造型可爱的菩提根手串。“还有那种颜色好看的,他们都很喜欢。”

在社交平台上,不少盘串爱好者表示,近年来菩提根的价格也乱象频出。“很多菩提根染成花里胡哨的颜色,就能卖出很离谱的价格。”

3 【大众化盘串背后】有人被坑几千元

电商的崛起和年轻人的加入,正在改变“文玩圈”。艾媒咨询数据显示,2020年文玩电商行业用户规模达6085万人,交易规模达1630亿元。预计2023年整体用户规模将突破一亿人次,交易规模超过5000亿元。

00后盘串爱好者苏倩(化名)认为,女性消费者的大量涌入一定程度上重塑了文玩市场的形态;同时,商家瞄准下沉市场做出调整,共同推动盘串大众化。

文玩电商发展背后,也有无数人在“踩坑”。苏倩表示,这主要是商家和消费者信息差导致的。

“价格方面,菩提根市场尤其显著,商家要价离谱,整个文玩市场定价浮动很大;宣传方面,货不对板,闲鱼平台盗图严重,加上商家拍‘仙图’引导消费行为,新手很难辨认;产品特性方面,我认为文玩中所谓的好坏更多基于稀有性,对新手来说,直观看不出好坏,很容易高价买通货。”她表示。

记者注意到,在潘家园古玩市场叫价30元的“猫爪菩提”,在批发电商上最低价格20元,而在另一些电商平台和微商中间,商家加上“仙图”后最高卖到了300元—400元。此外,也有人在社交平台表示,自己千元购买的菩提根串实际是被染色的。

“菩提根原料都是灰白色的,但是密度小,染色容易。”盘串多年的文玩爱好者小王表示,一般的菩提根一串只要几元钱。“三四十已经是顶配了。”

不过,即便有经验的爱好者也会遇到坑。小王说:“我曾经买过一串108颗松石、两颗南红大圆珠,花费几千元,都被坑了。质量不满意,南红是注胶的,松石密度不够,低瓷度高抛光,但高抛光的盘玩之后没有光泽,效果不好。”

据环球网