“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”……上世纪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”赞不绝口 消费者直呼“上当踩雷”

“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，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。

网友“菜菜酱”分享了她在一家餐厅偶遇职业“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镜，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”。

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。

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类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，很有可能会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。

探店行为需监管规范 让美食回归本味

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。（据新华社电 半月谈记者 王默玲）

模仿吸烟、影响健康、炫耀攀比……

小“烟卡”背后的大隐患

近年来，一种名为“烟卡”的玩具悄然兴起，迅速在校园内外风靡流行。什么是“烟卡”？为何备受青少年青睐？如何引导青少年远离“烟卡”，进而远离烟草？围绕相关话题，记者进行了采访调研。

新华社发 徐骏 作

看似简单的“烟卡”游戏 或诱导未成年人模仿吸烟

“把香烟包装盒盖撕下来，简单折叠，‘烟卡’就制成了。”北京西城区一所小学的五年级学生小阳告诉记者，玩游戏时，谁的掌风使“烟卡”翻面，谁就可以拿走对应的烟卡。也可以将“烟卡”叠在一起，通过拍打或用嘴吹等方式进行游戏。

“烟卡”由卷烟盒顶盖或印刷的厚纸张折叠而成，“烟卡”游戏可以多人参与。看似简单的游戏背后，隐藏着诸多不容忽视的危害。

“接触认识众多卷烟品牌后，未成年人未来吸烟的可能性更高。”中国疾控中心控烟办公室有关负责人介绍，以世界卫生组织有关烟草广告促销的定义来看，“烟卡”具有烟草广告的许多元素。

中国控制吸烟协会副会长、首都医科大学宣武医院胸外科首席专家支修益认为，小学生正处于好奇心旺盛的年龄阶段，可能会认为吸烟很“酷”，并不会认知吸烟有害健康，从而有可能尝试模仿吸烟。“烟卡”恰好提供一种接触烟草途径。

首都医科大学附属北京朝阳医院戒烟门诊负责人梁立荣表示，青少年正处在生长发育时期，吸烟对其骨骼发育、神经系统、呼吸系统及生殖系统均有影响。

“随大流”跟着玩 “烟卡”攀比满足虚荣

“烟卡”的玩法并无特别之处，青少年为何如此痴迷？

部分小学生在接受采访时表示，身边有同学玩“烟卡”，自己也“随大流”跟着玩，否则可能会被视为不入流、不时髦。

“‘烟卡’不仅具有社交属性，还具有流通属性，有‘真假贵贱’之分。”中国控制吸烟协会公益法律专业委员会副主任委员兼秘书长、北京市义派律师事务所公益法律中心执行主任李恩泽表示，为了区别真假“烟卡”，有“经验”的小学生会看“烟卡”上面有没有胶水，并仔细闻味道，有明显烟味的才是真“烟卡”。

此外，不同品牌和类型的“烟卡”根据卷烟价格分为不同等级，拥有“烟卡”多且“价格”高的参与者可以优先进行游戏。

不少专家表示，拥有独特或稀有“烟卡”会满足孩子的虚荣心，“烟卡”游戏已经脱离了原本单纯的卡牌类游戏，衍生出等级、收集、交易等经济属性，导致不少青少年沉迷其中、炫耀攀比，对未成年人身心健康造成不良影响。

家校社协同形成合力 帮助青少年远离“烟卡”诱惑

青少年控烟离不开全社会对烟草危害的共识。要帮助青少年远离“烟卡”诱惑，需要从个人意识、家庭教育、学校管理和社会治理等方面全面干预，形成合力。

专家建议，青少年及其家长要主动了解“烟卡”危害，培养健康、多元兴趣爱好，以转移青少年对“烟卡”的关注，增强个人自控力，拒绝收集和使用“烟卡”。

“如果儿童的照护者吸烟，儿童尝试吸烟的可能性会增加。”北京大学儿童青少年卫生研究所教授马迎华说，家长应以身作则，不在孩子面前吸烟，更不要将“烟卡”或废弃烟盒随意放置家中。

中日友好医院控制吸烟与呼吸疾病防控部主任肖丹建议，学校开展与吸烟危害相关的科普教育，加强对“烟卡”市场监管，防止“烟卡”产品向未成年人扩散。

专家表示，社会各界要持续关注青少年控烟问题，从禁止向未成年人售烟、禁止烟草广告促销和赞助、严格监管互联网平台隐性烟草营销，到建设无烟学校、无烟家庭等多方面发力，为青少年营造远离烟草的综合环境。（据新华社北京10月22日电 记者李恒、董瑞丰）