



【大公報訊】據新華社報道：「聽說這家店的xx特別地道，今天帶大家來嘗一嘗」「我不允許你們還不知道，還有家這麼好吃的寶藏店」……如今，打開短視頻平台，經常可以刷到各種各樣的探店視頻。作為第三方測評，探店連接了消費者和實體商家，如果能夠做到客觀真實，就可以幫助消費者做出正確選擇。但隨着探店博主越來越多，諸如「虛假種草」等問題屢見不鮮。一些網紅根據粉絲數量多少收取廣告費用，美食短視頻內容變得真假難辨，導致消費者「避雷」變「踩雷」。

美食達人收費代言 好評劣評看錢份上？



話你知 什麼是MCN?

MCN就像是一個中介公司，上游對接優質內容，下游尋找推廣平台變現。國外的MCN早期以經紀模式為主，幫助視頻紅人變現。而內地的MCN機構只需要和內容生產者對接上，內容生產者專心做內容，MCN機構幫網紅包裝、營銷、推廣和變現。

圖為探店博主介紹餐廳的特色菜品。 中新社

博主探店變探錢 消費避雷變踩雷

「經常刷美食探店的視頻，看到不錯的美食就會『種草』收藏。」家住遼寧撫順的王美麗（化名）去哪玩、去哪吃之前習慣先搜一下，看看探店博主的推薦和評價。「有的探店博主還會推出優惠套餐和團購，挺合算的。」王美麗說。

畫面美輪美奐 實試貨不對辦

隨着網紅經濟的發展，許多自媒體博主變身「探店達人」。在某社交平台搜索「探店」關鍵字，相關筆記超過1661萬篇。豐富的場景、沉浸式體驗，讓不少消費者像王美麗一樣被探店博主「種草」。

「看探店視頻主要是希望通過博主真實的體驗來為自己推薦菜品，考察環境，進行挑選甚至『避雷』。」然而，北京市民劉女士最近發現，探店博主越來越多，視頻擺拍越來越多，內容也逐漸同質化，「有的把食物拍得很精美、秀色可餐，但是看不到幾個吃的鏡頭，反而會覺得不真實。」也有消費者遇到「貨不對辦」，「避雷」變「踩雷」的情況。一位消費者到了博主推薦的養生會館發現：「實際房間很小，也沒有視頻裏說的有很多自助餐，投影也是壞的。」

此外，一些探店博主還信口開河。早前，安徽馬鞍山

網友張先生看到一名博主發布的一家火鍋店探店視頻，對其視頻中宣稱「牛羊肉都是當天宰殺，非常新鮮」表示質疑，隨後他向博主發送私信，希望探店推介時不要誇大其詞，被對方踢出粉絲群。此事引發網友熱議後，火鍋店工作人員回應稱網上視頻是該博主自行拍攝發布，「牛羊肉是冷凍的，現殺肯定來不及。」

類似的翻車事件屢見不鮮。2021年11月，一位網紅博主兩次試吃了同一家炸醬麵，前後說法卻相互矛盾。第一次試吃後吐槽不僅太貴還難吃，而後又發布視頻宣稱該炸醬麵是媽媽做的味道。去年6月，許昌一探店達人因頁面資料顯示「許昌最省錢吃喝」「團購銷售第一名」等字樣涉嫌違反廣告法規定，被許昌市市場監督管理局責令糾正、批評告誡。

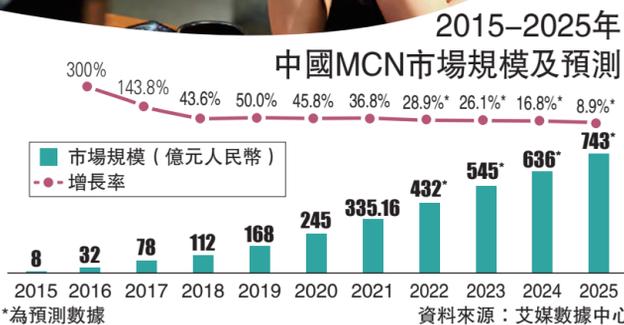
粉絲超200萬達人 酬金逾萬元

「去年花2500元（人民幣，下同）請博主拍了探店推廣，效果還不錯，畢竟我們是新店，需要曝光度。」北京市昌平區一家燒烤店老闆披露。火爆的探店也

為商家引流、促進消費的手段。數據顯示，2022年，在抖音生活服務平台，有72%的商家邀請過達人探店並收穫訂單。隨着博主數量激增，探店逐漸職業化，其商業化程度也越來越高。一家在北京的短視頻平台探店接單MCN機構（網紅經紀公司），報價表按粉絲量等級不同，費用在800元至10000元不等，粉絲量超200萬的達人收費可過萬元。

然而，規範缺失、從業者良莠不齊也催生了種種亂象，讓商家叫苦不迭。一名從業者表示，有的達人後續還會要求商家繼續充值來保持推薦位，如果商家拒絕付款，則會寫差評。

此外，還有不少商家遭遇探店博主吃「霸王餐」的現象。去年5月，一探店博主與商家約定好免費享用「三人餐」，卻帶了8位親友到店消費。商家要求支付額外餐費，該博主以自己有3個探店賬號為由拒絕支付。類似個案多不勝數，在河北廊坊的一家烤肉店，男子自稱是600萬粉絲的博主而要求店家免單。



內地短視頻行業鏈中MCN機構作用



探店博主面對手機鏡頭，向觀眾介紹商品。



在某平台上，商家發布的「合作」需求。

網友熱議

@有一個花園的房子
探店就是廣告，廣告多多少少都跟實際有差距。

@懶懶晚期的木諾
會去看熱鬧，一般不會消費，怕存在虛假宣傳之類的問題。

@超超超短線的BIGBOSS
看商家的評論區就知道好壞，博主的話不值得相信。

@Guysakwanlo5
網紅收錢推薦的一律不去，別讓這錢太好掙了。



缺乏真實性的探店視頻損害消費者利益。圖為探店博主在餐廳點單。

設評級積分機制 公示信用

專家解讀

「真實性才是探店活動的靈魂。」中國政法大學傳播法研究中心副主任朱巍認為，探店作為一個產業能否繁榮發展下去，關鍵點在於拍攝內容是否真實和相關介紹是否真實。缺乏真實性的探店，涉嫌虛假宣傳和不正當競爭，也損害消費者權益。

多位專家表示，各種探店亂象的出現主要是因為探店屬於新型宣傳方式，缺乏相關法律規範，探店有關行為的法律屬性、有關主體的責任劃分都不夠明確。例如虛假宣傳，就有很強的隱蔽性，很難發現並認定，甚至存在爭議。

抖音試點處罰 刪視頻封投稿

近日，抖音生活服務發布行業首個《餐飲探店規範》，以警告、下架視頻、賬號降級、封禁投稿等處罰動作，

打擊虛假宣傳行為，並將納入對商家、達人的評級評價體系，消費者也可通過視頻舉報向平台反饋。同時，明確了商家和網絡達人在探店合作過程中應遵守的行為規範和權利責任，維護消費者、商家、達人的權益。目前該規範已在成都、南京等8個城市率先試點。

朱巍認為，互聯網平台上線相關規範開了個好頭，有助於促進行業自律和有序發展。如何以制度的方式規範探店達人與商家的經營行為，如何引入信用監管，如何激勵好作品消除虛假信息等，就成為下一步探店大市場所要面臨的重要問題，還需多方共同努力。「可引入包括達人、商家等在內的信用管理體系，運用信用積分公開公示等方式規範達人、商家行為，對於達人探店，除了以法治網，還要以信治網。」朱巍說。

新華社

「祝融號」發現火星低緯度存在液態水

【大公報訊】綜合環球時報、中社社報道：中國科研人員首次發現「祝融號」火星車着陸區的沙丘表面存在含水礦物。根據國際學術期刊《科學進展》近日發表了一項火星存在液態水的研究成果，基於「祝融號」火星車觀測數據，中國科研人員首次發現「祝融號」着陸區的沙丘表面存在結殼、龜裂、團粒化、多邊形脊、帶狀水痕等特徵。光譜數據分析發現，沙丘表面富含水硫酸鹽、蛋白石、含水鐵氧化物等含水礦物。

「更重要的是，我們進一步研究認為，沙丘表面的含水特徵，並不是地下水和二氧化碳導致的，而是因為降霜或降雪。」5月4日，論文通訊作者、中科院地質與地球物理研究所研究員秦小光告訴記

者。火星上是否存在液態水，一直是大眾關注的焦點，對星際移民、理解近代火星氣候演化具有重要意義。如果存在液態水，就說明火星可能有適宜生存的環境，乃至存在生命。過去的研究已證明，早期火星曾存在大量液態水。後來，由於大氣層消失，火星氣候環境發生了重大轉變，極低的氣壓和水汽含量導致今天火星上液態水難以穩定存在，只能以固態或氣態的形式存在。

2021年，中國天問一號火星任務搭載的「祝融號」火星車成功降陸於烏托邦平原南部邊緣，該地區位於火星低緯度地區。「祝融號」獲得了大量寶貴的科學探測數據。「這為研究上述問題提供了極好的條件。」秦小光強調。

「華龍一號」全球首堆通過竣工驗收

【大公報訊】據新華社報道：中核集團5日發布，中國自主三代核電技術「華龍一號」全球首堆示範工程——中核集團福清核電5、6號機組通過竣工驗收。

驗收組一致認為，「華龍一號」全球首堆示範工程全面建成，為中國形成了一套完整的、自主的三代核電型號標準體系，大幅提升了中國核電的全球競爭力，對優化中國能源結構、推動綠色低碳發展具有重要作用，也為「華龍一號」後續批量化建設項目提供良好借鑒。中核集團方面表示，「華龍一號」是中國在三十餘年核電科研、設計、製造、建

設和運行經驗的基礎上，研發的具有完全自主知識產權的三代壓水堆核電創新成果，技術指標達到國際先進水平。2015年，「華龍一號」全球首堆示範工程落戶福建福清開工建設。2022年，「華龍一號」全球首堆示範工程全面建成。

中核集團有關負責人介紹，福清核電5、6號機組在建設過程中，項目安全、質量、進度、投資全面受控，在工期和投資方面創造了全球三代核電首堆最佳業績。自投運以來，福清核電5、6號機組都完整經歷了首個燃料循環的考驗，充分證明了「華龍一號」技術的安全性、先進性、成熟性。截至目前，「華龍一號」全球首堆示範工程兩台機組年發電量200億千瓦時，相當於每年減少標準煤消耗624萬噸、減少二氧化碳排放1632萬噸，植樹造林1.4億棵，經濟社會和環保效應顯著。



▲「華龍一號」示範工程全面建成投運。圖為福清核電5號機組（左）和6號機組。 新華社

工程全面建成。

中核集團有關負責人介紹，福清核電5、6號機組在建設過程中，項目安全、質量、進度、投資全面受控，在工期和投資方面創造了全球三代核電首堆最佳業績。自投運以來，福清核電5、6號機組都完整經歷了首個燃料循環的考驗，充分證明了「華龍一號」技術的安全性、先進性、成熟性。截至目前，「華龍一號」全球首堆示範工程兩台機組年發電量200億千瓦時，相當於每年減少標準煤消耗624萬噸、減少二氧化碳排放1632萬噸，植樹造林1.4億棵，經濟社會和環保效應顯著。