

越来越多探店类短视频成为消费者的重要参考——

探店火了，还要“探”得规范

本报记者 廖睿灵

出门上哪儿吃？刷刷短视频看推荐——近些年，伴随短视频平台快速发展，各类博主探店类视频风靡网络，成了消费者“种草”“拔草”的重要参考。然而，在“达人探店”这一新业态兴起的同时间，夸大宣传、虚假宣传等问题也随之出现。

今年5月1日起施行的《互联网广告管理办法》提出，通过体验分享等形式推销商品或服务的视频如果附加购物链接等购买方式，发布者必须显著标明该视频为“广告”。专家认为，此举将有力维护消费者相关权益，推动短视频平台健康有序发展。

跟视频博主“打卡”成潮流

家住北京市西城区的葛欢是短视频平台的“重度爱好者”。“每天闲暇时就刷刷短视频，尤其喜欢看各种美食探店博主，我经常跟着博主们‘打卡’各类小店，探到不少‘宝藏店铺’。”她说。

所谓探店，是指网络博主通过直播或者视频等形式分享个人消费体验，并对商家或品牌进行评价、推介的行为。“从促进消费的角度看，达人探店这种新的商业模式兴起，对于商家和消费者都有一定积极意义。”商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇告诉本报记者。

对商家而言，和探店博主合作可以扩大品牌曝光度，提高知名度和口碑。“探店博主通常会以实地探访、亲自体验的形式进行评价和推荐，尤其一些粉丝量较多的博主能帮助商家直接吸引潜在消费者，由此带来更多客流量和销售机会。此外，商家还可以通过与探店博主合作，获取用户反馈和市场洞察，从而改进产品和服务，提升竞争力。”洪勇说。

站在消费者的角度看，探店博主发布的探店视频能为消费者提供购物指南和消费建议。博主们通过实地探访和体验，分享自己的购物心得、产品评测等信息，帮助消费者减少试错成本，提高购物效率。消费者则能根据博主的推介，选择适合自己的商品或服务，节省时间和金钱，获得更好的购物体验。

“各类短视频平台就像是‘百科全书’，美食、民俗、服饰等类别都能找到相应的探店博主。”90后美食爱好者陈冰洁说，“一些美食探店博主和商家合作，还会在短视频里附上消费券链接，比线下直接消费优惠不少。现在每到周末，我都会跟着各种探店视频去尝试新店。”

《2022抖音生活服务探店数据报告》显示，2022年，抖音生活服务订单量同比增长965%，抖音生活服务创作者超1235万，抖音探店视频达11亿个。去年，有72%的人驻商家发布过达人撮合需求。商家通过平台发布商单507.11万个，同比增长623.12%。探店达人短视频为商家增收295亿元，同比增长737%。

“有偿探店”莫成虚假推广

探店经济的兴起让电商触角向本地生活，带动线下消费进一步走俏。然而，这种新的经济业态也催生了一些新问题。

来自上海的陆晨曦说，自己此前曾在某短视频平台刷到多名博主推荐当地一家餐厅，视频中还附有“299元团4人餐”的链接。下单到店后，她却发现不仅套餐菜量远小于视频中展示量，口味也不是博主所说的“惊艳”。

“美食探店类博主通常争议比较大，毕竟饮食口味千人千面，有的博主是诚心推荐，但消费者不喜欢、吃不惯，也很正常。”探店博主小雪告诉记者，“不过，确实存在一些博主收钱搞虚假宣传的情况，主要与探店这种模式趋向商业化有关。”

据小雪介绍，探店博主和商家的商业合作模式一般分为几类：一是商家邀请博主，为其提供免费的餐饮服务，博主体验后在平台发布探店内容，并附上门店的位置标签



▲朱慧卿作（新华社发）

吸引消费者；二是商家向博主支付一定费用，按照商家要求拍摄、发布探店内容；三是在博主推出的探店视频中附上商家的消费券、优惠套餐等链接，根据平台用户下单情况，给予博主相应提成。“在商业化导向驱使下，一些探店博主不顾商品本身的品质，收了钱就做推广，确实影响了消费者的体验。”小雪说。

消费者“探”到的商家质量良莠不齐，一些商家也表示苦不堪言。重庆市一家餐饮店老板说，自家店铺开在居民楼里，最初是一名探店博主自发探店，带火了馆子。之后，越来越多探店博主来店里拍视频，“短视频火了对我们来说既有好处，也有烦恼。有些博主一拍视频就耗上大半天，影响其他客人用餐。还有的博主强行要求商业合作，吃‘霸王餐’。”这名老板说，但限于维权流程复杂，即便遇到这种情况，商家也多选择息事宁人。

“探店模式通常可分为‘合作探店’和‘自由探店’，部分博主以帮忙宣传推介为由主动上门，属于自由探店。”泰和泰律师事务所律师廖怀学在接受本报记者采访时说，“自由探店的博主理应收取购买餐饮服务，如果探店博主利用自身流量要求商家为其提供无偿服务、索要贵重食材等，可能涉嫌违法。”

明确划分商业广告和个人探店行为

业内人士认为，各类探店乱象频出，折射出对这一新业态进行审慎监管的必要性。

“相关部门应制定必要法律法规，明确探店博主的职责和义务，规范商业合作行为。同时，加强行业自律组织建设。探店博主可以自发组成行业协会或组织，制定行业规范和准则，推动行业形成自律。博主也应共同努力，摒弃不真实、夸大宣传的行为，提倡诚信、客观态度，确保所发布的内容真实可靠。”洪勇说。

▲作为“津门十景”之一的天津古文化街近日开展特色文化活动，包括民间花会踩街、民间歌手驻唱、主街探店寻宝等，吸引游客探店“打卡”。图为游客在天津古文化街一家地方特色商品店选购。

新华社记者 孙凡越摄

收纳整理、上门烹饪、家装美化……近年来，家政服务市场需求加速释放，尤其是收纳师、育儿嫂等对家政服务技能要求较高的家政服务员更是抢手。7月13日，商务部等16部门制定的《2023年家政兴农行动方案》（以下简称“方案”）对外公布，提出16项具体措施拓宽就业渠道、提升就业质量，更好发挥家政服务业促消费、惠民生、稳就业作用。

16项具体措施拓宽就业渠道

方案提出——引导各地组织家政企业赴劳动力资源丰富的县（乡、镇）举办现场宣讲会、见面会、招聘会等供需对接活动。发挥家政劳务输出基地作用，加强中心城市家政企业与中西部市县对接。

鼓励有条件的地方组织优秀家政企业“进商圈”“进社区”，鼓励家政企业与产业链、供应链关联企业融合发展，积极推出适合社区需求的新产品、新服务、新消费。

支持家政企业等主体在全国和地方家政服务信用信息平台上免费发布岗位供求信息。充分挖掘县域就业资源，鼓励大型易地扶贫搬迁安置区成立社区家政企业，支持符合条件的大型安置区建设家政服务实训基地，按规定给予场地租金和管理费减免、水电费用优惠等扶持。

组织开展线上“家政服务招聘季”活动，利用短视频平台创新供需对接方式，组织家政企业带岗直播。

培养专业化家政服务人才

数据显示，中国家政服务市场规模预计2023年将增至1.16万亿元，同时存在2000万人左右的缺口。在传统观念里，家政是劳动密集型行业，从业者收入不高，但随着越来越多家庭对家政服务品质和专业化程度提出新要求，优秀的家政从业者已成为稀缺资源。

此次方案针对提升就业质量提出了具体举措。开展农民工家政服务技能培训，鼓励支持国家乡村振兴重点帮扶县、易地扶贫搬迁集中安置区有意愿从事家政服务的农民工参加职业技能培训。针对养老护理、婴幼儿照料等家政服务紧缺工种，开设一批实用性强的培训项目。针对收纳整理、上门烹饪、家装美化等新兴工种，培养一批专业化的家政服务人员。

此外，还将实施家政服务员技能升级行动，依托家政服务信用信息平台，利用现有培训资源，为家政服务员提供免费线上培训，并将培训时长和考核结果纳入其信用档案。以“工会家政职业技能培训项目试点”和“工会家政专业阳光暖心项目试点”为依托，鼓励引导培训机构和职业院校开展家政从业人员技能培训和学历教育。

落实配套政策

方案还提出落实稳岗返岗政策。引导家政企业优先留用脱贫人口，对符合条件的家政企业按规定给予失业保险稳岗返还、社会保险补贴等。对跨省从事家政服务的脱贫劳动力（含监测帮扶对象），每个年度可按规定适当安排一次性交通补助。

此外，鼓励高校毕业生创办家政企业，符合条件的按规定给予一次性创业补贴、社保补贴。鼓励龙头家政企业积极吸纳青年实习见习，符合条件的按规定给予就业见习补贴。脱贫家庭新成长劳动力接受家政服务职业教育，按规定享受资助政策。

农民工、下岗失业人员、就业困难人员等重点群体从事家政个体经营的，按规定享受创业担保贷款、税收优惠、创业补贴等政策。有条件的地方要及时将符合条件的进城家政服务员纳入城镇住房保障范围。

商务部等十六部门推动家政兴农行动

引导家政企业优先留用脱贫人口

本报记者 孔德晨

上半年，全国税务部门深化“补链助企”——

助力3000余户企业实现购销超百亿元

本报北京电（记者汪文正）记者日前从国家税务总局获悉，今年上半年，全国税务部门聚焦产业链供应链不畅的困难企业发展诉求，持续深化“补链助企”，助力3000余户企业有效实现购销超100亿元。

据了解，各地税务部门在尊重企业意愿前提下，充分发挥税收大数据作用，为企业牵线搭桥，助力供需双方对接。数据显示，上半年，全国税务系统累计搜集原材料短缺企业信息4262户，利用“全国纳税人供应链查询”功能匹配供应商15626户，帮助3670户企业有效实现购销，金额105.02亿元。其中，帮助制造

业企业有效实现购销3041户，金额84.48亿元。

亨圆汽车配件有限公司是山东省烟台市一家从事汽车零部件制造的民营企业。今年以来，受原材料特种铜价格影响，企业出现原料供应紧张。烟台市税务局工作人员了解情况后，迅速安排专人为企业查找合适的原材料供应商，成功为企业联系到了江苏某铜材供应商，两家公司签订总价87.73万元的铜材采购合同，并达成长期合作协议，解除了企业原材料供应燃眉之急。

在辽宁省，为采购一批符合国家标准的医用氧气，辽宁依生

生物制药有限公司尝试众多渠道，但均未找到符合条件的供货商。当地税务部门了解情况后开展点对点帮助，在“全国纳税人供应链查询”平台按企业需求设置指标，筛选符合要求的供应商，企业出现原料供应紧张，向企业推送了供应商匹配名单，使供需双方迅速达成合作关系、签订采购合同，保障了企业正常经营。

国家税务总局纳税服务司有关负责人介绍，今年税务总局将“补链助企”纳入“便民办税春风行动”举措，对“补链助企”数据平台——“全国纳税人供应链查询”平台进行优化，丰富完善企业信息，进一步提高需求匹配度。

忙“双抢”

目前，湖南省各地进入抢收早稻、抢插晚稻的“双抢”季，农民抢收抢种，田间地头一派繁忙景象。

图为衡阳市祁东县金桥镇，农机手驾驶收割机在收割早稻。

曹正平摄（新华社发）

