

“探店就是架起一座桥梁”

张一琪 黄慧莹

新职·新知 20

“这家炸冷面卷豆腐皮绝了”“今天来吃胡同里30多年的小馆子”……镜头前，主播们正在饭店里分享着美食。

近年来，随着短视频与直播团购进一步融入人们的日常消费习惯，“打卡文化”“种草经济”迎来广阔市场。有这样一群人，他们活跃在各大社交媒体平台，通过视频、直播、图文等创作形式，分享自己在餐厅、景区等各类场所的消费体验，为观众提供接地

气、可信赖的参考——他们就是探店达人。

今年7月，人力资源社会保障部、国家市场监督管理总局、国家统计局联合发布了新一批19个职业、28个工种，探店达人以“生活服务体验员”之名位列其中。

做好探店工作有何门道？进行生活服务体验的过程中又有哪些收获与挑战？近日，笔者跟随探店达人刘译阳来到北京市丰台区的一家餐厅进行探店拍摄。

从日常生活中“走”出来的职业

一身休闲服，一只背包，一台迷你摄像机，这是刘译阳外出探店的日常装扮。进入餐馆，她熟练地摆好拍摄机位和录音设备，连接上手机，很快进入工作状态。

“这家的抓饭特别好吃，算是在北京吃过比较地道的新疆菜，里头有黄萝卜，还有……”镜头前，刘译阳翻拌着盘中的手抓饭，紧接着又将镜头转向大盘鸡拌面和羊腿子肉串，用特写近距离展示桌上的一道道新疆特色美食。从点菜到用餐结束，刘译阳的拍摄一气呵成。之所以能如此流畅、高效，得益于她4年探店的经验积累。

刘译阳今年41岁，甘肃兰州人。作为国内较早一批起步的探店达人，她的抖音探店账号“老刘寻吃”目前已收获粉丝34万。她曾是一名喜剧演员，后来尝试转型。“我本来就喜欢美食，所以总会找时间出门寻找各种美食。”借着每周外出吃饭的机会，刘译阳开始拍摄记录自己探寻美食的日常。

彼时，探店行业尚属一片蓝海，没有成熟经验可以复制，大家都“摸着石头过河”。凭着对美食的热爱，刘译阳的探店“业务”发展迅速，她也成为一名职业探店人。

4年间，刘译阳陆续推出了“老字号寻吃”“路人荐店寻吃”以及“手机尾号荐店寻吃”等多个系列作品。其中，“带爸爸同吃”系列格外受到观众欢迎，播放量较高。

“相比自己一个人，跟爸爸一起吃不仅可以分享美食，更重要的是我们的互动能自然地传递出父女间的温情，这是观众爱看的东西。”刘译阳说。

探店工作看似轻松、光鲜，但镜头背后，达人们的工作可不少。其中，后期剪辑就是最基础也最耗时的一项。

从业4年，刘译阳已经能在前期拍摄中熟练判断并删减无效素材，即便如此，每次拍摄下来也有不小的素材量，短则40分钟，长则超过1小时。尽管最终发布的作品时长大多在几分钟以内，但从筛选精彩素材，到剪辑包装，再到最终发布，常常要花上一天半的时间。刘译阳虽然每周只发布3个作品，但所耗的心力与体力并不少。

被问及为何不寻找剪辑助理辅助完成工作，刘译阳表示，想要什么样的作品还是自己最清楚。无论是拍摄还是剪辑，时间和地点都可以自主选择，相对不受限制，这是刘译阳享受并坚持探店的重要原因。

“探店工作就像是成为一名生活向导，我能在其中感受到自由与快乐。”刘译阳说。



同吃系列视频。刘译阳（右）正在拍摄录制“带爸爸同吃”系列视频。黄慧莹摄

探优质好店，展真实体验

这些年，刘译阳的探店事业并非一帆风顺。随着行业风向和个人理念不断变化，做出适当调整成为长远发展的必然选择。

刚开始时，刘译阳也踩过坑，收到了网友差评。询问得知，原来是她曾推荐过的一家老字号餐厅区别对待达人和普通顾客。在视频中，刘译阳极力推荐套餐里的“宫保虾球”，但普通顾客消费时，商家却把这道菜换成了“宫保鸡丁”。

“观众根据我的推荐去吃，真实的情况却令观众失望，我不愿看到这样的事情发生。”刘译阳说，此后她更加严格地把控标准，只有自己真正爱吃、诚信经营的好店，才会进入她的探店范围。

探的店多了，刘译阳也有了行业情怀。“探店就是架起一座桥梁，我们希望为观众提供优质可靠的服务，同时帮商家提高收益。但如果一味追求低价，即便商家因为我的推荐‘爆单’，他们的服务也很难跟上，这不利于商家和整个餐饮大环境的良性发展。”

坚持探好店，背后是刘译阳对真实性的执着追求。“好就是好，不好就是不好。就算是商家向我抛来‘橄榄枝’，主动邀请我探店，我也不会提供虚假好评，这是我的原则。”刘译阳表示，探店视频与观众的体验息息相关，如果不能提供真实可信的参考，探店也就失去了它最初的意义。

真实，不仅反映在客观呈现拍摄对象上，更彰显在达人的点滴举动中。跟随刘译阳探店，记者明显感到，面对镜头，她的语言表达和肢体动作十分自然，与镜头之外并无明显差异，没有为呈现夸张效果而刻意改变。

刘译阳向记者分享了自己的经历：一次，她遇到一位自己曾关注的探店达人，对方在视频中总是摆出夸张的神情和姿态，没想到见到本人后，对方私下里的真实性格却十分内敛，与镜头前大相径庭。

探店来源于生活、服务于生活，涉及的也是普通消费者吃喝住行的日常。因此，展现真实的情感，往往更能

打动消费者。“吃饭本来就是生活中的平常事，所以我认为，展示自己生活中最真实、自然的样子就好。希望有一天，关注我的人遇到我本人，也不会让他们感到与作品割裂。”刘译阳说。

合力共助美好生活

得知“生活服务体验员”被列入新工种名单，刘译阳十分高兴。她认为，这将吸引更多新人进入这一新兴行业，创造新的职业机遇。

据短视频平台抖音统计，截至2024年7月，抖音探店达人规模较去年同比增长40%，达人视频帮助商家收入提升63%。作为新兴就业形态，探店已经成为就业增收的重要途径。

作为最早进入探店行业的“老人”，刘译阳经常热心地给刚入行的新手传授经验。然而，随着线上生活服务持续丰富，各平台探店达人的数量也快速增加。刘译阳表示，从过往经验来看，新人起步往往经历至少半年的“蛰伏期”，这段时间如果没有足够的耐心和稳定的收入，很难坚持下来。

看似门槛低的探店行业，并没有想象中容易。想要在激烈竞争中脱颖而出，有真本领是关键。“除拍摄、剪辑等硬性技能之外，更重要的是挖掘个人独特性、打造个人品牌的能力。”刘译阳说。

翻看“老刘寻吃”的主页，风格统一、个性鲜明是作品的一大特色。刘译阳坦言：“内容还是要靠自己不间断、不懈地探索。我经常思考要拍什么、怎么优化内容才能吸引更多观众，为此‘头脑风暴’到深夜是常态。”

当前，各大平台也积极推动，鼓励探店达人优化创作。2023年，抖音平台陆续推出“美好生活发现计划”“心动生活家”“人间烟火”等活动，通过商单补贴、提升运营服务及加大培训力度等方式，激励优质探店内容创作；美团平台上线“美团圈圈”小程序，鼓励达人探店，实现订单转化；小红书平台上线“官方探店合作中心”功能，发起“100家探店计划”，着力打造美食探店内容生态……

纳入职业大典，探店达人这一行业预计将迎来一波热潮。保持探店内容的高品质，不仅需要从业者坚守初心，更需要平台等相关主体参与，共同规范探店行业发展。

2023年，抖音生活服务发布了行业首个“探店规范”，打击虚假宣传行为，明确了商家和网络达人在探店合作过程中应遵守的行为规范和权利责任。同时，抖音平台也通过达人信用分、低质内容评估规范等方式，提升达人创作能力，为消费者提供更佳的内容体验。

专家表示，随着更多新兴职业不断出现，更完善的法律配套措施需及时跟进。应加快制定更符合新兴职业的劳动和技能标准，进行科学引导和规范管理。

村里的项目，村民建、村民管、村民赚

内蒙古自治区包头市青山区宏庆德村：康朴 徐畅

走近宏庆德村村前广场，工人正紧张有序地搭建流动便民商铺。这是宏庆德村今年申请的中央扶持发展新型农村集体经济项目，工人中有好几位是本村村民。

“父母身体不好，我打工也不敢往远了走。今年村里申请到便民商铺，村支书专门来跟我说可以优先雇佣村民。”拿着刚到手的6000元工资，村民刘富高兴地说。

今年以来，内蒙古自治区包头市青山区以扶持发展新型农村集体经济项目为抓手，为村民创造家门口的就业机会。宏庆德村党支部书记王春雷介绍，结合用工需求，项目按“公益性基础设施建设+劳务报酬发放”模式，参照市场价格订立劳动合同，吸纳本村及周边村低收入群体参与建设。“项目开工以来，带动了村民就业，还帮助他们在学习过程中学到专业技能。”

“进入施工队以后，我加入了‘党支部+施工队+村民代表’议事协商小组，施工过程中遇到问题，我们都会第一时间召开协商会。村里还选出村民代表成立项目理事会，对建设内容、建设方式等进行讨论表决。”村民赵友根说，“村民是这个项目建设的一分子，大家都想出力。”

“项目建设中，员工难免会和施工方产生矛盾，但有村民加入，施工队遇到问题，村民就会帮忙协调，有效化解了矛盾纠纷。原本计划4个月完成的主体结构，3个月就基本完工，成本省了一大笔。”施工负责人王蒙介绍。

不过，项目即将完工时，刘富有些担心：“会不会没活可干了？”

村里早有了考虑。为了让村民有长期稳定的收入，宏庆德村探索“党支部+村民”长效利益联合机制，成立党支部领办合作社，参与项目建设的村民不仅可以优先入股，还能以优惠价格优先租赁便民商铺，发展自己的“小产业”，村民也能参与分红。

现在，宏庆德村的流动小商铺不但解决了本村16名村民的就业问题，还为不远处的包头装备制造产业园区的近5万名员工提供餐饮、住宿、娱乐、商超等服务，收入又上了一个台阶。

“宏庆德村是青山区创新推动乡村全面振兴的缩影，青山区依托项目建设带动村民成功就业，开展各类技能培训29期，村民收入显著增加。”青山区委组织部部长刘斌华说，“我们将围绕本地主导产业发展和乡村建设需求，进一步创新工作机制，拓展农村集体经济增收模式，为推进乡村全面振兴发挥更大作用。”

山东省龙口市下丁家镇：

党建引领 乡村蝶变

本报电（吕世军、赵健）“今年又是一个丰收年，每棵苹果树增收约15公斤，我这20亩地多收近12万元！”说到收成，山东省龙口市下丁家镇下丁家村的苹果种植大户栾松军乐得合不拢嘴。

下丁家镇是一片红色热土。上世纪六七十年代，下丁家大队苦干实干、辛勤耕耘，下丁家村成为全国农业战线的一面红旗。2023年，下丁家镇农民人均纯收入达25779元，增长4.9%。

“进入新时代，我们以艰苦奋斗的下丁家村为蓝本，党建引领传承红色基因，在改革创新中促进乡村全面振兴。”下丁家镇党委书记韩文双说。

2023年，在龙口市委组织部的指导下，下丁家镇村两级党员干部日夜奋战，用4个月时间完成破败屋舍改造；2024年，下丁家镇常胜庄村又投入100多万元，进行村庄美化、亮化工程。村容村貌变好，村民干劲更高。

这个过程中，基层干部队伍也得到了锻炼。近年来，下丁家镇开展“践诺评诺”“争先夺旗”“头雁培育”等活动。通过一系列举措，当地构建起农村党员干部能力提升全覆盖体系，努力锻造一支政治过硬、本领过硬、作风过硬的基层干部队伍。

去年，下丁家镇与润威新能源（龙口有限公司）合作，计划建设100MW光伏发电项目，预计年效益1500万元。同时，着力推动绿色转型，与中国电建集团北京勘测设计研究院有限公司对接，计划建立抽水蓄能项目，目前已进场勘探。

“今年，我们在推进重点项目的同时，持续扩大‘下丁家蜜薯’等品牌影响力，努力推进数字果园建设，同时深入挖掘本地红色文化资源，逐步形成全域旅游、乡村旅游，助力乡村全面振兴。”韩文双说。



▲点餐前，刘译阳（左）向店员咨询美食推荐与优惠活动。（视频截图）

文旅产品“上新” 服务更要“上心”

吕九海

近期，各地特色文旅项目频频“出圈”：西安大唐芙蓉园，一场“曲江花月宴”带宾客感受盛唐风采；山东临沂，“跟着团长打县城”互动项目迸发红色激情；无锡鼋头渚景区，“水上音乐烟火大会”点亮太湖夜景……一批新玩法、新场景、新业态持续涌现，引发热议。

文旅产品如何掌握“流量密码”？从这些热门项目中可以发现，大众对文旅产品的期待已不满足于单纯的“有”，更要“优”。文旅产品在持续“上新”的同时，还要做到服务“上心”，满足大众对“诗与远方”的向往。

曾有网友吐槽：许多地方的“古镇”其实是外观相似的仿古建筑，所谓的“小

吃街”，卖得也是随处可见的奶茶、淀粉肠、大鱿鱼。由此可见，千篇一律的景点已愈发不能打动游客的心。结合地区特色深挖文化资源，持续“上新”一批知名度高、辨识性强、群众喜闻乐见的文旅产品，才能引来客、留住客。

扩大产品供给的同时，提升服务水平也是关键。如今，景区的核心竞争力已从“观景观光”逐渐转向“深度体验”。如何避免游客“来过，拍过”，又“走了，忘了”的尴尬？景区还需要在深度体验上下功夫。

去年7月，文旅部公布了20个沉浸式文旅新业态示范案例，《重庆·1949》《长安十二时辰》等一批沉浸式演艺、夜游、街区入选；近期，临沂市沂南县“跟着团长打县城”特色互动项目走红，人们得以在“攻打县城”的剧情模拟中，体验硝烟弥漫的战役岁月……在各类科技手段的助

力下，景区可以更好地打造沉浸式项目，用深度体验抓住游客的心。景区诚意几何，游客最有发言权。最近，游戏《黑神话：悟空》爆火，其取景地之一、山西临汾县小西天景区吸引了大量游客。面对景区接待能力有限、排队时间长等质疑，当地工作人员积极回应，通过现场唱歌、扮演“唐僧”、赠送特色农产品等形式，疏解了游客情绪，“逆转”了口碑。

服务“上心”，游客才能“舒心”。无论是因烧烤爆火的淄博、热情待客的“尔滨”，还是虚心改变的小西天景区，这些网友口中“接住了泼天富贵”的地方，都秉持着以人为本的初心。景区应根据用户反馈，不断优化服务，完善基础设施建设，让游客在欣赏美景之余，更感受到一份暖暖的人文关怀。

文旅行业，一头连着百姓需求，一头连着消费活力。据测算，今年“十一”黄金周期间，全国国内出游7.65亿人次，国内游客出游总花费7008.17亿元，按可比口径同比增长6.3%。未来，要想进一步释放文旅市场活力，文旅产品还需“上新”又“上心”，让每一位游客乘兴而来，满意而归。