

部分自助餐厅食材档次和服务质量与宣传内容严重不符 探店博主吃的美食，消费者为啥吃不到

■张守坤

在某自助火锅的推广视频中，饭店场景极具高端奢华气息，一对一管家式服务，剥虾、切肉，服务员全程在线，食客只需坐在位置上动动嘴就可以；自助餐台上，整齐摆放着上百种优质食材，如大块的波士顿龙虾、鲜嫩的东星斑、拳头大的鲍鱼、堆得满满的三文鱼片等。

从去年下半年开始，这条推广视频在短视频平台几乎随处可见。然而，上海的王先生近日去店内消费后发现，店内食材档次和商家宣传的严重不符。

王先生的遭遇并非个例。如今打开短视频，人们经常可以刷到各种探店视频，里面的探店博主宣称以非常实惠的价格便可以享用各种高档食材。而实际上，有时候顾客和探店博主明明去的是同一家店，吃到的却是品质更低的自助餐。

推广视频十分诱人 店内服务严重缩水

“探店博主吃的东西又多样又好，贵的高档食材不限量供应，而我花了同样的钱，为什么享受不到这些服务？”王先生说，值钱的牡丹虾、螯虾都没了，只有冻虾；帝王蟹和波士顿龙虾大缩水，并且没有整只；东星斑的鱼肉又散又塌……海鲜区鲜活的一样没有，甜品区用的是植物奶油。此外，服务员人手不足，服务质量一般。

后来，王先生又翻看了某点评软件的评论页面，发现除了前几页是好评外，后面很多是体验感差的“吐槽”，让他“种草”的那条推广视频下方，近期也出现了不少质疑。

推广自家餐厅无可厚非，但食材档次和服务质量与宣传视频相比均大幅度下降，这点让很多消费者无法忍受。

那么，如果自助餐厅的菜品和宣传视频的内容不一致，是否可以认定商家存在虚假宣传行为？

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江告诉记者，虚假宣传可以分为虚假的宣传和引人误解的宣传，前者是虚构、捏造信息；后者是指信息本身是真实的，但经过故意编排后，具有误导性和欺骗性。宣传内容如果达到了欺骗、误导消费者，进一步影响其交易选择的程度，就应当认为其构成虚假宣传行为。

华东政法大学经济法学院教授任超认为，短视频宣传内容与店内菜品实际不符，涉嫌违反消费者权益保护法、反不正当竞争法等有关规定，侵犯了消费者的知情权和选择权。消费者可以要求商家按照视频宣传内容提供相关产品和服务，如果不能提供，消费者可以要求退款。如果商家故意通过虚假视频内容欺骗消费者，还可能构成欺诈。一旦构成欺诈，消费者可以要求价款三倍的赔偿，赔偿金额不足500元的，按500元计算。

为获佣金移花接木 虚假宣传屡禁不止

除了商家在短视频平台或者付钱让探店博主进行宣传外，一些探店博主甚至会不请自来，主动帮商家做宣传。

有业内人士介绍，当下，一些网红博主甚至还可以跟商家达成合作，消费者如果通过视频中的链接下单消费，博主就可以赚取相应佣金。随着这种营销方式的火爆，目前网上有一些从未去实地探访过的“云探店”博主会通过其他途径扒来一些素材，东拼西凑做宣传视频，发在个人社交平台，赚取流量。他们发布的视频，有时

可能会起到反作用。

“不到百元一人的自助餐，小龙虾、鲍鱼、螃蟹、三文鱼不限量畅吃，购买链接就在左下角，刷到的小伙伴赶紧囤一波，这福利不知道哪天就没了。”今年4月初，山东青岛的赵女士在手机上刷到这条探店视频后颇为心动，立即通过链接购买了两张自助烤肉餐券，每张79.99元。

但当她来到上述自助餐厅时，满满的期待却瞬间变成了失望：“视频中的鲍鱼、三文鱼，店内都没有，主要就是中餐和烤肉。小龙虾倒是有，但并不是宣传中的麻辣小龙虾，个头小了很多，而且需要自己煮熟。”

实际上，该自助餐厅也是受害者。餐厅回应称，其从未宣传过店里有不限量的螃蟹、三文鱼等食物，因为自己的定价导致利润非常低，根本供应不起。赵女士看到的探店博主拍的视频虽然店名一样，但其实是其他地区的同一品牌连锁店，他们确实有这些食材供应，但是自助餐价格也高出不少。

工作人员称，这种未经核实就发布的视频，不仅让消费者有上当受骗的感觉，也让商家成了受害者。在短视频下方的留言中，确有博主承认用的是其他门店的视频，而且是在该门店开业前一天视频就发出来了。

在任超看来，无论探店博主是否为店家雇用、是否收取费用，即使是通过产品介绍、体验分享、消费测评等形式，只要探店博主直接或者间接推销产品或服务，其行为就构成互联网广告，博主的行为就应当受到广告法和互联网广告管理办法的约束，需对广告内容真实性负责，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。否则，市场监管部门就可以对其进行行政处罚，消费者亦可以要求其承担民事赔偿责任。

如果探店博主是被店家所雇用、收取费用进行虚假宣传，任超认为其应当跟店家共同承担连带责任，甚至在特定情形下承担先行赔偿的责任。根据广告法第五十六条，广告经营者、广告发布者不能提供广告主的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者可以要求广告经营者、广告发布者先行赔偿。

记者了解到，商家在开业初期铺天盖地推广，引流完成后就“狸猫换太子”，最终因虚假宣传而被处罚的案例并不少见，但虚假宣传之风为何屡禁不止？

“这是由于自助餐虚假宣传的隐蔽性较强，监管机关往往难以主动发现，认定起来也存在一定的争议与困难。”任超认为，博主探店宣传的视频往往悉心挑选了灯光、角度、剪辑等，商家和博主会以此为借口，称其与现实本来就有一定程度的差异。同时，消费者维权意识较弱，商家违法成本低等也助长了虚假宣传行为。

加强监管依法严惩 持续优化消费环境

探店博主的探店视频如果存在误导消费者、扰乱市场公平竞争秩序等情况，消费者和商家可以采取哪些措施维权？

据北京瀛和律师事务所高级合伙人王旭律师介绍，商家可以直接与探店博主协商解决，要求其承担相应的赔偿责任或撤下虚假宣传内容。消费者权益受到损害的，可以向当地消费者协会或其他有关部门投诉举报。构成虚假广告或者不正当竞争法上的虚假宣传行为的，消费者和商家可以向市场监管部门投诉举报。如果探店博主的虚假宣传行为已经给消费者或商家造成实际损失，可以向法院起诉，要求其承担相应的赔偿责任。

5月16日，中消协在京发布《中国消费者权益保护状况年度报告(2022)》，提出加大对虚假宣传、制假售假、价格欺诈等侵害消费者合法权益行为的打击力度，持续优化消费环境。

长期存在的自助餐虚假宣传行为该如何解决？

任超认为，不同平台、不同主体对此都应承担相应责任。商家应该诚信经营，以口碑和质量赢得消费者的信任。消费者应增强自我保护意识，加强对自助餐行业的了解，及时维护自己的合法权益，如遇到虚假宣传行为可以主动投诉或向监管部门反映情况。探店博主应该保持客观公正的态度，不得进行虚假宣传或者故意误导消费者；推销商品或者服务的短视频，应遵循相关法律规定，不欺骗、误导消费者，并在内容中显著标明“广告”字样。

“监管部门应加大监管力度，建立严格的管理制度和惩罚机制，及时查处虚假宣传行为，保障消费者合法权益，促进行业健康发展。”任超说。

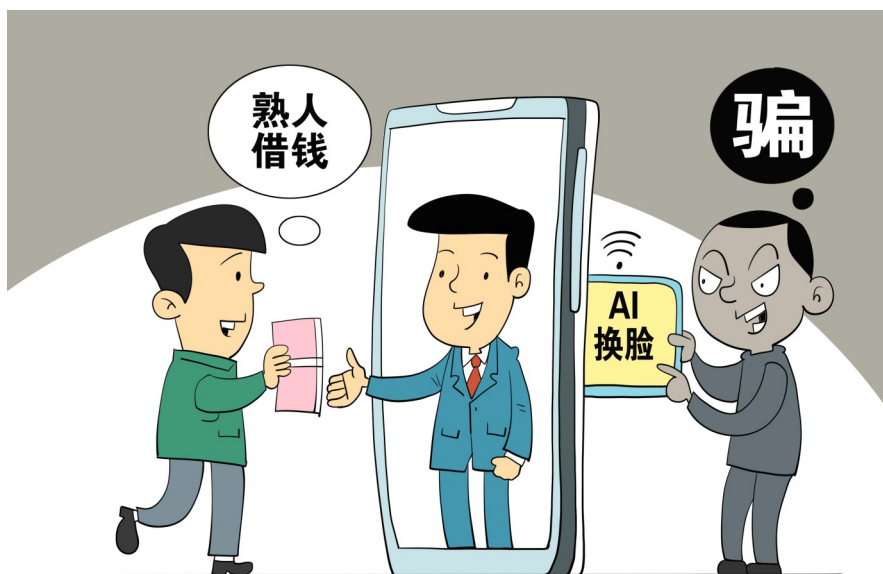
在采访中，有消费者认为，营造良好健康的探店生态不能只依靠执法部门，短视频平台也应该有所作为。对此，有平台官方客服答复，对于宣传内容与实际情况不符的视频，用户可以进行投诉举报，平台官方将以警告、下架视频、账号降级、封禁投稿等措施打击这类行为。同时，平台呼吁探店博主应秉持客观真实的原则，如实地反映个人消费体验。(转自《法治日报》，有删改。)

警惕“AI换脸”诈骗

当下，“AI换脸”的应用范围越来越广，但存在滥用之嫌，甚至有人利用AI换脸实施犯罪，例如伪造不雅视频、换脸诈骗等。前不久，就有一男子因不法分子“AI偷脸、换脸”，10分钟内被骗430万元。

网警提醒，“AI换脸”难以肉眼区分，因此在确认涉及钱款时，尽量通过电话询问具体信息，确认对方是否为本人；尽量使用银行汇款，避免通过社交软件转账，同时将到账时间设置为“24小时到账”，以预留处理时间。

中新社发 朱慧卿作



热线：
010-65367134
邮箱：
gaokuzgcsb@126.com
(来稿请注明城事版)

全市只有一个 公交卡充值点

我是山西省阳泉市居民。我市公交卡充值不能在线上进行，而线下只有一个滨河公交卡充值中心。为了充值，有的居民需要坐40多分钟的公交车，很不方便。经询问阳泉市公交总站，得到回复说目前只有这一个线下充值点。希望公交公司能关注这一问题，开通线上充值渠道，或者增设便利的公交卡充值点，方便群众生活。

【报料仅代表网友个人意见，不代表本报观点】