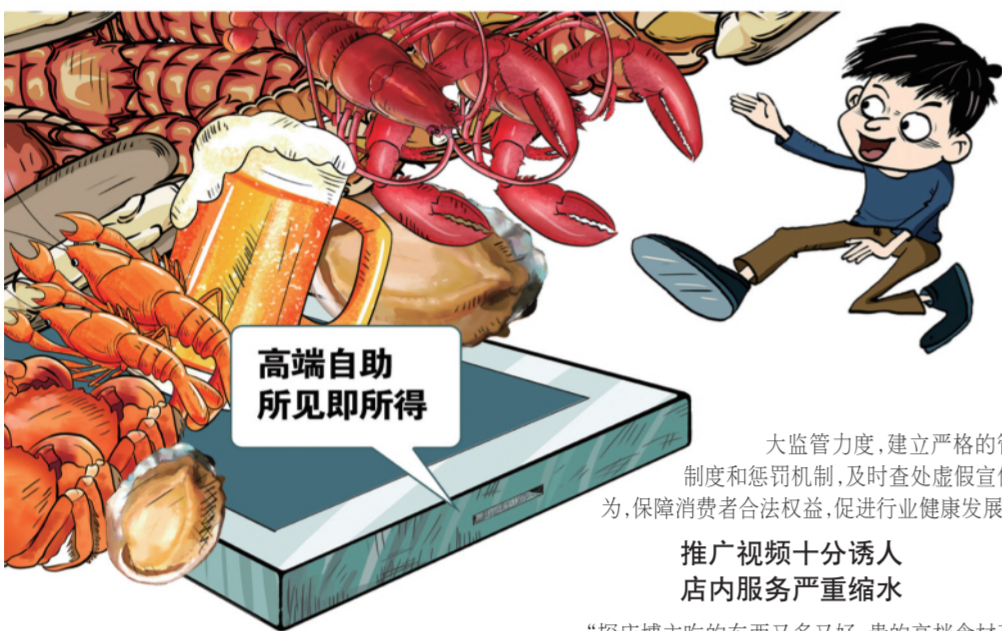




部分自助餐厅食材档次和服务质量与宣传内容严重不符

探店博主吃的美食，为啥消费者吃不到？



高端自助
所见即所得

□ 本报记者 张守坤

“北京、上海双城第一的高端自助”“只要700多元，就能打卡高端自助”……

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。但实际上，有的时候顾客和探店博主明明去的是同一家店，可吃到的却是更低品质的自助餐。

对此，近日接受《法治日报》记者采访的专家呼吁，商家应该以口碑和质量赢得消费者的信任，不应利用虚假宣传来获得流量；探店博主应该真实地反映自己的用餐体验，不得进行虚假宣传。同时，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。

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、蟹虾都没了，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，服务人员人手不足，服务质量一般。

后来，王先生又翻看某点评软件的评价页面，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。在社交平台商家评论区，有不少消费者吐槽：“是不是把买食材的钱都拿来请博主吃饭了？”

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费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，短视频营销是当下颇受欢迎的宣传方式，一些网红博主甚至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找来一些素材，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套餐，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佣，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。

如果探店博主是店家所雇用的，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却屡禁不止？

“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精心挑选了灯光、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了一定程度的差异。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，要求对探店博主的虚假宣传行为进行调查处理。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，不得利用虚假宣传来获得流量，而应该提供与宣传内容相符的产品和服务，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，知晓价格和服务的合理范围，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，真实地反映自己的用餐体验，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，应遵循相关法律法规规定，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。

对此，任超也认为，短视频平台应建立健全管理制度，制定相应的网络社区自治规定，加强对内容的审核，防止虚假宣传和误导消费者的情况出现。

漫画/李晓军



惠农e贷 让梦想走得更远



惠农e贷是中国农业银行专为广大农民朋友量身打造的一款便捷高效线上贷款产品
可在线完成贷款申请、用款还款，农民足不出户办理贷款。

