



# 双 红 打卡 热闹了 谁

03

市场

数据

超五成消费者  
愿为“打卡”  
排队两小时以上

爱“打卡”的消费者有多少?5月20日,三湘都市报记者以“你愿意去网红店排队打卡吗”为关键词进行了一项网络问卷调查,共有94%的受访者表示出门旅游前会先做“打卡”攻略,还有56%的受访者愿意为“打卡”一家网红店排队两小时及以上。

“不在朋友圈、微博留下精美的游客照和美食探店总结,旅行似乎都白去了。”长沙理工大学大四学生小徐表示,为了在朋友圈留下好印象,每次出门都得拍上百张游客照,再从中挑选出最满意的1-2张发布,一条看似简单的朋友圈往往少不了2-3小时的编辑。



“气温也太高了,雪糕要是融化了,这张‘打卡照’可就难拍了。”今年“五一”小长假期间,魏先生在岳阳楼景区花15元买了一个楼宇造型的文创雪糕后,兴致勃勃地对着岳阳楼拍下一张颇为满意的“打卡照”。

在迪士尼乐园拍绝美游客照、到文和友吃上一顿小龙虾、去热门电影拍摄取景地打个卡……在互联网深刻影响大众生活的今天,“网红”无处不在。无论想去哪、想吃啥,你总能从网上搜到成千上万篇“打卡”、“种草”文章。

打卡网红景点、小吃店往往要耗费较大的时间和金钱成本,消费者为何却依旧乐此不疲?那些活跃于社交平台上的“你不可错过的老巷小吃”“绝绝子的小众拍照取景点”背后,又是哪些人在做幕后推手?

■记者 黄亚苹

## 动辄排长队,是谁在制造“网红”

互联网时代“酒香也怕巷子深”?“打卡”需警惕商业陷阱



2021年“五一”小长假期间,游客们纷纷前往长沙市芙蓉区这面印有“长沙”二字的红砖墙附近“打卡”。拍下这样一张打卡照,至少得排队30分钟。 记者 黄亚苹 摄



魏先生购买了岳阳楼文创雪糕后,兴冲冲拍下打卡照。  
受访者 供图

### 【提醒】

网红难长红,“打卡”警惕商业陷阱

不可否认的是,商家与意见领袖将新店打造成网红,确实有利于增加营业额,但也容易走进刷好评、雇人排队充场营造店面门庭若市的怪圈;对于用户而言,盲目追求探店、“打卡”,不仅会忽略旅行时的风景,也容易陷入商家挖的商业陷阱中。

最近,杭州市市场监管综合行政执法队就根据线索,依法对杭州十余家组织免费吃饭刷好评的企业进行了突击检查。上述企业根据某些“网红”商家的需求,通过微信等社交软件组织大量人员前往商家免费消费营造排队气氛,并在各种互联网评价平台进行虚假好评留言和高星级评价,该行为不仅扰乱正常的竞争秩序、误导消费者,还涉嫌违反《反不正当竞争法》第八条第二款“经营者不得通过组织虚假交易等方式,帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传”的规定。

此外,三湘都市报记者曾暗访发现,为了营造门店生意火爆的假象,2019年4月,位于长沙市太平街的“旦3蛋烘糕”小吃店便托“黄牛”雇在校大学生、带着小孩的中年妇女假冒消费者,在下班高峰期吸引路过的消费者尝鲜。5月20日晚,三湘都市报记者再次前往太平街发现,此前雇人排队充场的“旦3蛋烘糕”已变成一家奶茶店。

从另一方面来看,即便是做好了自认为万无一失的攻略,“打卡”网红店还是会踩“雷”。2020年5月,牛蛙火锅品牌哥老官在长沙开出湖南首店,并推出10天5折的促销活动。彼时,自称火锅狂热爱好者的周小姐在网络检索了大量“免排队取号攻略”后,打算进店用餐,“上午十点半,午餐时段就停止放号了,服务员建议我晚上再来。”

下午五点,担心取号人数过多的周小姐再次来到火锅店外,却只领到一个需等待134桌的用餐号,“等了五个半小时,商场都关门了,我和朋友才吃上这顿牛蛙火锅,但味道并非网传那般惊艳,算是一次失败的‘打卡’经历。”

### 【现象】出门先搜“打卡”好文,旅游才能少踩雷

“茶颜悦色幽兰拿铁加双倍奶油和碧根果更好吃,想吃天宝兄弟最好下午两点前到店取号,去省博看辛追夫人需要提前一周在公众号预约……”5月21日,家住四川省广元市的熊静一边浏览着微博、小红书上发布的“不能错过的长沙网红打卡点”、“800元带你游遍长沙小众景点”等文章,一边在手机备忘录中记录下前往长沙旅游的注意事项。

一周前,熊静与朋友一行四人相约在端午节期间来长沙旅游。趁着午间休息的空当,熊静照着热心网友的分,做起了“长沙旅游不踩雷攻略”,前后不

到十分钟,备忘录就写了满满一整页,“都说长沙好吃的特别多,提前做好攻略节省排队时间,也能更省钱。”

现如今,跟熊静一样出门旅游必做“打卡”攻略的消费者不在少数,他们浏览着社交平台上编排精美的文字和图片,以期从中整理出更加适合拍出小众游客照的取景地或品尝更为地道的本土美食。一些热衷社交的年轻人,只要发现其关注的同城美食大V或自媒体人发布最新“探店”文案或视频后,便迫不及待地“打卡”、探店,成为朋友圈中“第一个吃螃蟹”的人。

### 【探因】“意见领袖”与商家造“网红”

从口口相传的私房佳肴到经营数十年的小吃店,早期的网红店似乎只需做好口味、服务等分内事,就能坐等顾客上门。然而,进入“酒香也怕巷子深”的互联网时代,为了“打卡”一家网红店,消费者不惜花费动辄数小时来排队甚至找同城跑腿代为取号,消费者为何乐此不疲?

“拍照后精修并配上创意文案,再掐着通勤、晚餐时间点发送朋友圈,立马就能获得一大波点赞和评论。”热衷于前往网红餐厅探店、“打卡”的95后郭佳认为,通过朋友圈分享探店心得,一方面是向那些仅有着“点赞之交”的朋友们展示自己的品味,另一方面也能找到志趣相投的朋友。

“微信朋友圈更像一个舞台,每一条动态的内容、文案都是发布者的自我表演。”靠着一周五次的探店更新频率,郭佳已成为长沙小有名气的美食博主,每当有品牌开业,她都能被邀请参加试吃会,发布

9张精修图加推荐文案,还能获得至少1000元的商务推广费用。

从另一方面来看,“打卡”热情被点燃的背后,更大的推手依旧是商家。一位长期从事餐饮管理,并开设了自己品牌的餐饮业资深人士就表示,大多网红品牌吸引到消费者的主因是“看稀奇”,一种别人买不到但我能买到,别人去过我也要去消费心理,“目前,长沙大多数网红店都希望能够凭借当地的KOL软文、抖音短视频等方式实现短时间内人气的快速聚集,但这种模式容易让人疲劳,也容易让店铺的管理者背离经营的本质。”

而另一位从事商业运营管理的长沙商业人士也表示,与零售商操控传统节日不同,如今的打卡拔草式消费反过来影响甚至塑造了都市的餐饮服务业,例如,五一商圈此起彼伏出现的“零座位”咖啡馆或奶茶店,仅供容纳10人同时就餐的小店,只需在饮品杯上印上“长沙”或与之相关的风景、俗语,便能吸引一大批打卡族进店消费,完成日均数万元的营业流水。