



04 新职业

观察

探店达人竞争激烈 形象IP化是出圈关键

据业内人士透露，不到一年时间，长沙仅抖音平台的探店达人的数量已从最开始的千余人暴增至如今的1.6万余人。为何越来越多的短视频创作者热衷于成为探店达人呢？

王继华既是本地生活团购服务商——长沙市奇狐文化传媒有限公司的负责人，也是一名粉丝超过4.5万的探店达人。在他看来，探店达人是一个新鲜事物，目前正处于风口。而成为抖音探店达人的门槛很低，用户不用缴纳任何费用，只要粉丝量超过1000人，就可以申请成为一名探店达人。虽然探店达人数量庞大，但大部分人都是将其当成兼职或副业来做。生活中吃喝玩乐是刚需，成为探店达人后，既可以免费吃喝玩乐，又能通过推广获得一定的佣金收入，何乐而不为呢？

“可以肯定的是，长沙地区80%以上的探店达人，佣金月收入低于2000元的，只有处于头部的探店达人，才会有不错的收益。”王继华解释，其公司名下的“长沙吃喝玩乐”探店号，促成的月团购成交额在5万元左右，排在长沙同城榜的110名左右，获得的月佣金只有3000多元。

王继华建议，探店达人目前竞争激烈，想要出圈并不容易，“账号要做好定位，将人物形象IP化，做出自己独一无二的特色，这是关键；同时，视频拍摄的专业度以及脚本的撰写也很重要；此外，还要挑选有质量的商家。”

在本地团购成为消费者“薅羊毛”的好去处时，线上平台的探店生意愈发火热，美食探店等话题的播放量接近900亿次，捧红了一大批探店达人。

在长沙，不到一年时间，抖音探店达人的数量已从最开始的千余人暴增至如今的1.6万余人。

为何越来越多的短视频创作者热衷于成为探店达人？在这个流量即是财富的时代，探店达人如何赚钱？如何看待这一新兴职业？想要从如此多的竞争者中脱颖而出，又该怎么做？

■三湘都市报全媒体记者 潘显璇 实习生 卢奥 视频 实习生 宁瑞欣

探店分享，免费吃喝月入20万

不到一年，长沙抖音探店达人增至1.6万多人，头部玩家收入不菲



探店达人“南门口八哥”和好友在滑雪馆探店体验。受访者供图



探店达人“廖所长说酒话”在探店。视频截图

月省两三千元开销，是朋友的“免费饭票”

长沙有哪些新的网红打卡点？可以推荐几个吃喝玩乐的好去处吗？……微信上，24岁的长沙舞蹈老师张小君经常会收到朋友发来的咨询信息。

之所以会如此，是因为在社交平台上，张小君在短视频平台上的ID是“君君爱探店”。由于舞蹈教学时间是在下午，平时时间比较充裕，从2021年12月份开始，张小君成为了一名探店达人。一个月的时间里，她去了30多家店，每天都坚持发布探店视频。“探店前，我会提前了解商家的特色以及推出的团购套餐，做好攻略，想好宣传和拍摄思路。这样一来，探店的时候才会心里有谱，然后根据实际情况对拍摄思路做调整。”

在成为探店达人前，喜欢尝试新鲜事物的张小君就经常和好友们去各种有趣好玩的商家打卡。张小君去年大学毕业，参加工作一年多，经济压力不小。成为探店达人后，她变成了朋友们的“免费饭票”，不仅一个月省下了两三千元的吃喝玩乐的开销，还赚了一千多元的团购订单佣金。

故事一

吃喝玩乐成为工作，时间长会失去新鲜感

26岁的杨小桃在长沙经营一家小吃店，平时喜欢在短视频平台上分享自己生活的日常。

“去年经常刷到探店达人们分享长沙吃喝玩乐的好去处，看得我挺心动，便萌生了想尝试当探店达人的想法。”2021年11月，杨小桃以自己的短视频平台ID“一师兄”申请成为了一名探店达人，利用业余时间开启了探店生活。

一个多月的时间里，杨小桃先后去到了二十来家店探店，主要以餐饮店为主。“刚开始觉得非常好玩，挺新鲜的，毕竟不用花钱就能吃到各种美食。但时间一久，发现每天这么吃喝玩乐似乎变成了一项工作，失去了新鲜感，也略显无聊了。而且为了更好地完成探店拍摄，往往是拍完后才动筷子，这个时候菜品已经冷了，导致没有太多欲望享受美食了。”杨小桃感慨。

故事二

月收入超20万元，每天熬夜到凌晨三四点

与“君君爱探店”、“一师兄”等新晋探店达人不同，“廖所长说酒话”是一名“老口子”，在长沙的探店达人圈以及餐饮圈都小有名气，促成的团购订单额长期霸榜同城前三。

探店达人“廖所长说酒话”真名廖文植，今年36岁，长沙人，在园林绿化行业工作，和朋友一起开过酒吧。

2021年2月，廖文植开了两年多的酒吧因疫情没能撑过行业寒冬。“我平时会原创些有意思的段子，发在短视频平台上还挺受欢迎的。有一次在朋友开的餐厅里吃饭，‘朋友说你讲段子这么厉害，试着帮我把餐厅宣传宣传’，我便试着拍了一次发到短视频平台上，没想到点赞的人挺多。之后，我又尝试着拍了几家餐厅菜品的宣传，同样颇受网友认可。”

凭借短视频宣传餐厅已小有名气的廖文植，很快成为商家们邀约和争抢的对象，转型为一名全职探店达人。

“一开始，我发布的几个视频没什么播放量，更别提粉丝和网友通过视频里的链接来下单团购了，所以没赚到什么佣金，有点沮丧。经过思考、尝试和调整，之后的视频在订单转化率方面才渐入佳境。”

在杨小桃看来，目前探店达人这一新兴职业正处于风口，对于想要从事自媒体创业的人来说，可以学到很多东西，接触到很多资源。

有意思的是，廖文植探店的拍摄设备，只是一台普通的手机，灯光、云台等设备一概未配，后期剪辑全部由自己完成。

廖文植在短视频平台上的粉丝数量只有7.7万，但几乎每个月促成的团购订单成交额都超过100万元，长期排在同城前三。

与大部分探店达人收入来自佣金不同，由于已经成为了长沙的头部探店达人，廖文植忙得不可开交，目前只接受商家花钱的邀约探店，每月从商家处获得的邀约费用就超过20万元。

看似光鲜的背后，也有着不为人知的辛苦。“最忙的时候，一天拍过8家探店，现在平均每天要接三四笔探店业务，从拍到剪全部由自己完成，每天剪辑视频都得剪到凌晨三四点。”廖文植坦言，虽然辛苦，但很有成就感，他会坚持下去。

故事三