

特稿 181

更多精彩内容
请扫二维码

“一颗粽子100元?走,瞅一眼!”6月21日,成都市市场监督管理局(以下简称“成都市市场监管局”)在短视频平台的官方账号更新了。临近端午,当期的视频选择在有成都市“粽子一条街”之称的马鞍东路拍摄。

这是名为“成都市场监管”的账号的第443个“作品”。发布不到两天,视频播放量超过2000万次,点赞量近25万次。

“数据还不错,有些评论内容值得跟进互动。”在与同事一起复盘视频数据时,景赢淡定地分析道。他是@成都市场监管众多短视频中的出镜者,相比于真名,账号中的300余万粉丝对他有个更亲切的称呼——“督哥”。

面对千万级的播放量,“督哥”的淡定是有底气的。成都市市场监管局的账号页面里,点赞量超过20万次的视频很常见。由景赢和同事们共同策划的一系列以“探店式执法”为主题的短视频,全网累计播放量已超过10亿次。

每次探店前,景赢习惯对着镜头说一句“瞅一眼”。“瞅”了近两年时间,@成都市场监管火出了圈,向来显得神秘与专业的市场监管执法流程也成了被许多网友催更的“连续剧”。

你来点,我来查

景赢加入@成都市场监管账号运营团队,是在2020年。那时候,学广播电视编导专业出身的他刚到成都市市场监管局新闻宣传和公共联络处工作不久。

据景赢回忆,当时,注册一年多的@成都市场监管大约有8万粉丝,发布内容多为对热门视频的二次创作和常规普法宣传。在海量政务新媒体账号中,“处于一种‘不热不冷’的状态”。

翻阅账号主页能发现,成都市市场监管局前期发布的视频中,点赞量过万的很少见,大多停留在三位数。为了将官方账号真正“孵化出壳”,在领导的支持下,景赢和同为90后的搭档、擅长视频拍摄剪辑的女孩林典想了很多办法。

2020年5月,正值当年全国化妆品安全科普宣传周期,景赢、林典与局里相关处室一起策划了4期儿童化妆品玩具开箱视频。林典说,拍摄前团队写了分镜头脚本,多次排练寻找最佳摄像角度,视频内容从开箱展示到产品送检再到成分检测结果公布无所不包。

然而,如此“干货满满”的推送,点赞量最高的一期不到5000次,评论数更是寥寥。“形式和

系列。时隔近两年,再复盘第一期的走红,成都市市场监管局新闻宣传和公共联络处处长林浩觉得,正是在那时候,困扰景赢、林典乃至他自己的“视频没人看”的问题被“意外”解决了。

在市场监督管理系统工作多年,林浩经历过各类安全执法检查。“有根据文件要求定期开展的,有执法人员和执法对象随机抽取的‘双随机’,还有与公安、农业等部门的联合执法……”说到这里,林浩话锋一转,“可是,绝大多数执法都是以监管方为主导,消费者在其中发挥的作用并不大”。

“你点我查”栏目的突破点正在于此,把决定权交给公众,网友指哪儿,“督哥”就去哪儿。

这并不是一件很容易的事。相比于过去按部就班的策划、拍摄,自“你点我查”栏目推出后,“督哥”团队要花大量时间浏览粉丝评论和私信,经过初步查证、筛选,再结合实际情况,才能从被点名率较高的经营主体中选出下一个检查对象。“随时都可能发生突发状况。”景赢说。

“突袭”小龙虾店大获成功后,有两万多网友在评论区呼吁“督哥”去一家由演艺明星创办的火锅店看一看。团队本想乘胜追击,谁知到了现场,却赶上店面停业装修。在后来发布的视频里,林典调皮地给四处张望的景赢配上了哀怨的背景音乐和满头问号的特效,评论区里更是挤满了失望的“吃瓜群众”。

事情并没有就此结束。按照火锅店公示的装修日期,一个多月后,景赢再次探店补交了执法“作业”。相关视频发布后,不少曾参与点名的网友又惊讶又赞赏。有人说“我天天来看,还真看到了”,也有人说“‘督哥’这个朋友,值得交!”

浏览“你点我查”栏目合集,根据网友要求或投诉,“督哥”去过奶茶店,到访过高销量外卖商家,还闪过高校食堂、农贸市场……无论检查结果好坏,都会通过镜头向粉丝报告。此外,“督哥”也有不少“自选动作”,比如借着“雪糕刺客”话题探访便利店,或是在诸如“剩菜盲盒”这样的新事物出现后一探究竟。

对于发现问题的店铺,除了根据情况严重程度做出相应处置外,每隔一段时间,“督哥”还会发布“回头看”视频以便网友了解整改情况。



5月14日,在成都一家装修风格独特的火锅店内,不少顾客正在用餐。

视觉中国供图

“督哥”来了

本报记者 李娜

公示经营地点找不到门店的蛋糕店,通过下单点餐想要获得线索。没想到,等送餐员抵达,执法人员表明身份并提出要他配合执法检查时,对方竟然坚持要身穿熊猫玩偶服给景赢跳一段舞——那是买蛋糕赠送的特色服务,“不跳要扣钱”。

景赢生性活泼,音乐一响,他就和送餐员一起跳了起来。这一幕成了视频中的一大笑点,但景赢事后却说,跳着跳着自己反倒有些心酸,“每一个市场主体背后,都有辛苦劳动的普通人,我们如何执法将直接关系到他们的生计”。

2022年3月,@成都市场监管接到网友举报,在外卖平台上一家售卖熟食烤鸭的店铺,上传的食品经营许可证经营范围却是零食和散装食品。接到线索后,景赢和同事很快赶到商家位于成都市锦江区的门店。在那里,王恩菊夫妇的小店已开了27年,“靠它养着两个大学生和家里的老人”。

现场检查显示,除因夫妻二人不了解食品经营许可证相关规定导致漏项外,小店卫生情况、食材配备均符合相关要求。在与街坊聊天中景赢还得知,因为用料足口味好再加上价格公道,多年来大家都爱光顾这家夫妻店。据此情况,景赢和执法人员主动提出为小店重新制证提供帮助。“我们既要执法,也要服务。”景赢说,为商家普法、为本分经营者提供指导,同样是“督哥”的职责。

出人意料的是,当期视频发布后,评论区里除了给“督哥”温情执法点赞的,还有许多网友表示要尝一尝王恩菊夫妇的手艺。一时间,小店“火”了,“外卖平台的订单多到做不完,有消费者还通过跑腿服务来买我们的烤鸭。”王恩菊说,有一阵,她和丈夫累到不得不闭店休息。

直到几个月后回访,景赢才听说了“执法检查带火生意”的故事。惊讶之余,他和同事也感到很欣慰,“有网友开玩笑说,‘督哥’如果直播带货,就凭‘吃得、用得放心’一条,一定能大卖”。

成为“督哥”

在成都市市场监管局宣传和公共联络处,制作一期“探店”短视频所用的设备并不多:一部手机、一个无线麦克风、一台笔记本电脑。不过要让每一期视频既有趣又有料,“督哥”团队需要做的工作有很多。

景赢的办公桌上,摆着一堆几乎与电脑显示屏等高的市场监管领域相关法律法规书籍。出镜主持他是专业的,但面对系统而复杂的执法检查业务知识,刚开始景赢基本就是个“门外汉”。

“你点我查”栏目第一次“探店”前,成都市市场监管局相关处室给景赢做了食品安全检查“特训”。食品经营许可证范围分类、冷藏、冷冻温控要求,食材摆放要求……“最初可能死记硬背。”景赢笑着说,去小龙虾店时,他悄悄带了个写满知识点的手抄本,以防不时之需。

仔细看“你点我查”的前期视频,不难发现,有时候景赢会主动把麦克风和镜头让给同行的执法人员,由他们来指出问题、讲解规范。“那时候业务不熟,怕说错了露怯。”景赢解释道。

随着学习的深入,渐渐地,执法检查时景赢能看出问题越来越多,口中的专业术语也说得越来越顺。随意打开一期近期的“探店”视频,网友都能跟着景赢学到不少食品安全方面的小常识,“餐饮单位食品专间墙壁高度应在1.5米以上”“食品放置位置要离地离墙”“到期废弃食材需建立专门台账”……

不过,出镜者专业过关,在2022年加入“督哥”团队的杜鑫荣看来,只是成都市市场监管局官方账号在融媒体时代生存的基本条件。

出生于1998年的杜鑫荣曾在国内知名短视频平台从事政务新媒体活动策划工作,见证了一大批政务官方账号的起落。在他看来,@成都市场监管要从爆红到长红,让“督哥”的人设和短视频的气质更亲民、更接地气很重要。

于是,在最近一年多里,“年纪轻轻却因为工作压力发际线日益变高”成了景赢和粉丝共同给“督哥”打上的人物标签;明明是去执法检查,骑着“电驴”的“督哥”与身边驾驶帅气摩托车的酒业监管人员形成反差萌;去高档餐厅“探店”,把菜单上的页码当作价格还问“这么便宜”后,“督哥”直接被官方吐槽“小丑竟是你自己”……新的创作与编排手法搭配适当的互联网热门“梗”,“督哥”人物形象越来越立体,吸引的粉丝也越来越多,其中不少还是各行各业的商家。

“普法形式可以寓教于乐,但出发点一定是用权威、科学、准确的信息助推市场健康发展。”据林浩介绍,现在,一些商家会把“你点我查”栏目作为教材自行或组织员工观看并对照整改。“如果越来越多的店铺通过自查提升管理水平、规范生产经营的条件和行为,那这栏目最终的目的就实现了。”林浩说。

从网红账号到城市窗口

今年3月底,一位美食博主在社交平台发文称,自己在成都某夜市十多个摊位购物,其中8家存在缺斤少两情况。很快,“七两称一斤”的

面对的网络环境。”林浩说。

质疑声中,@成都市场监管在账号评论区发文表示接受批评和建议,并承诺将加强整治市场乱象。几天后,一期通过暗访督察夜市“鬼秤”的视频上线。执法人员以事先称出重量的手机为工具,随机在夜市摊位“验秤”,对查出的“问题秤”予以没收,并责令商家到相关部门接受处罚。

然而,网友依然对“督哥”交的“作业”不满意,有人犀利地指出,长期在夜市摆摊的商贩间都有微信群,一家被验了秤,消息很快就传遍了整个市场,“于是大家的秤就都准了”。

又过了几天,第二期“鬼秤”督察视频发布。这一次,通过对夜市消费者刚刚购买的产品进行复秤,执法人员避免了走漏风声的可能。“但又有粉丝说了,缺斤少两的重灾区是‘打一枪换一个地方’的流动摊位。”说起那段“危机公关”时期,景赢对当时感受到的压力记忆非常深刻。

据景赢介绍,小商贩量大面广,在执法实践中,很难凭市场监管管理一方的力量根治缺斤少两问题。但他同时表示,“鬼秤”舆情给他和团队很好地提了个醒:要运营好政务新媒体,对公众心怀敬意是前提。“‘督哥’的工作同样被监督着。”景赢说。

出圈快两年,@成都市场监管早不只是一个地区的网红账号。后台数据显示,在账号300多万名粉丝中,有近八成用户IP地址在四川之外。显然,在执法、普法之外,这一官方账号还成为了外界了解成都、感受成都的一个重要窗口。

林浩坦承,高关注度之下,官方账号运营的



景赢、林典与执法人员一起“探店”检查,并拍摄视频。

受访者供图

“鬼秤”问题引发舆情。与此同时,大量网友涌入@成都市场监管的官方账号评论区,要求“管管‘鬼秤’”。

根据前期策划,4月初“你点我查”栏目更新了一期与查处虚假营业执照相关的视频。这下,粉丝们不乐意了。评论区里有人质疑“督哥”只顾涨粉丝数却不认真做事,有人“威胁”要取消关注,还有成都网友痛心疾首地要“督哥”学学“家家足秤”的兄弟城市的管理经验。

人红是非多。从官方账号出圈起,成都市市场监管局就意识到在数百万双眼睛之下可能面临的舆情风险和压力。“但这是政务新媒体必须

瓶颈也逐步显现。比如,能不能在“你点我查”之外孵化出下一个“爆款”栏目;比如,市场监管管理涉及范围广泛,“督哥”大多数视频都与食品安全相关,能不能让其他领域的执法检查过程同样“吸睛”?

“利用新媒体建立政府部门与公众的双向沟通机制,这是一道没有标准答案的题目。”当了好几年“督哥”,现在景赢不时会有“走在路上被人认出”的经历。但他说,希望大家“粉”的不是他个人,而是认同短视频所真实反映的日益开放、透明的市场监管管理工作,以及成都这座虽不完美但一直在改进提升路上的城市。



在“督哥”和执法人员的帮助下,王恩菊夫妇办理了新的营业执照和食品经营许可证。

本报记者 李娜摄

表达都极尽所能踩着互联网趋势走,关注度却上不去,到底是哪个环节出了问题?”很长一段时间里,这样的疑问都困扰着两位自认为“网感”很足的年轻人。

转机出现在2021年。当年6月,在国家市场监督管理总局“餐饮安全你我同查”及四川省市场监督管理局“周三查餐厅 周四查市场”活动背景下,成都市市场监管局启动了相关专项行动。以此为契机,@成都市场监管发布了一条“征集令”,请网友在评论区点名小龙虾店,“你来点,我来查”。

半个月后,根据网友“票选”,成都市市场监管局对两家呼声最高的小龙虾店进行了突击检查,并将现场实录发布至短视频平台。

先查营业执照、食品经营许可证、从业人员健康证,再进后厨看餐具消毒、食材使用期限、冰箱储物分区等情况……大约4分钟的视频里,不算稳定的镜头跟随景赢的视角,把食客们平日难以见到的餐厅的另一面及食品行业执法检查过程做了初步展示。

林典记得,因为检查过程中发现的问题并不多,视频剪辑完成后,她还在为“缺少爆点”而苦恼。然而就是这“看起来没什么意思”的内容,一经发布就引来了不同以往的关注度。先是浏览量、点赞量、评论数不断往上升,紧接着是账号粉丝数显著增加。“那天晚上,处室的人基本都没睡,一条一条地看评论。”林典说。

最终,这个被标注为“你点我查”系列第一期的视频收获百万级播放量,不少网友在评论区里“蹲”下期或是提名希望之后突击检查的店铺与行业。面对突如其来“爆款”,短视频账号运营团队有些发懵,“这是没打误撞,还是我们真找到了流量的‘密码’?”

交出决定权

截至今年4月,“你点我查”栏目已更新至42期,它也是@成都市场监管“出圈度”最高的一个

随着官方账号一系列“真刀真枪”的操作,有的商家“惊呆了”,许多网友“着迷了”。“你们还招人吗?”“能不能到成都以外的地方查一查?”“餐饮店后厨操作规范麻烦来一份”……一次次的“点与查”之后,“督哥”的粉丝越来越多,人气越来越旺,@成都市场监管也终于孵化破壳。

“多问网友想要什么,而不是自以为他们想要什么。”看了评论区里“活生生”的留言,“督哥”团队明白了,“即使再精雕细琢的内容,如果没有改变‘说教式’的内核,人们就不会买单”。

“既要执法,也要服务”

“你自己看看都什么样,做餐饮的应该是这样吗?”

“消费者如果知道买的食材是从这样的冰箱里拿出来的,他们怎么想?”

@成都市场监管今年5月发布的一期视频里,因为一家售卖卤鸭的外卖商铺糟糕的卫生情况,向来以好脾气、好性格出镜的景赢难得地发了火。

从视频来看,这家因网友投诉而被突击检查的店铺,待解冻的肉类被随意放在地上;冰箱因长期未清理四处沾着血水,打开后散发着明显的霉臭味;操作间内既有蟑螂,又有工人随意丢下的烟头……检查结束后,随行执法人员当场责令店铺从外卖平台下架并停业整顿。视频评论区里,卤鸭店的店名很快被网友挂出,有人惊叹“上周才点过”,有人感谢“督哥”帮自己扫了雷。

随着官方短视频账号越来越有名,每一次更新产生的社会影响都可能超出林浩等人的预期。“政务新媒体既要是把一把利刃,又不能随意伤人。”林浩说,这让“督哥”团队在选题时越发严谨和慎重,“我们的初衷绝非‘曝光’一家,关门一家”。

2021年底,为了调查外卖平台上的“影子店铺”,“督哥”团队与属地局执法人员选择了一家在