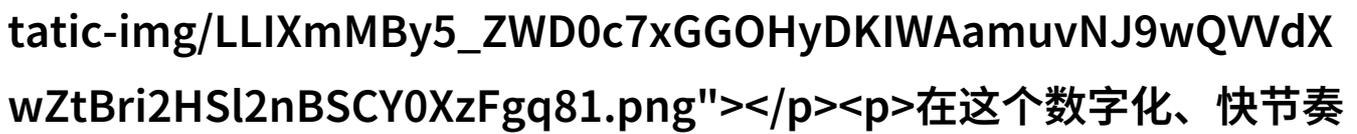


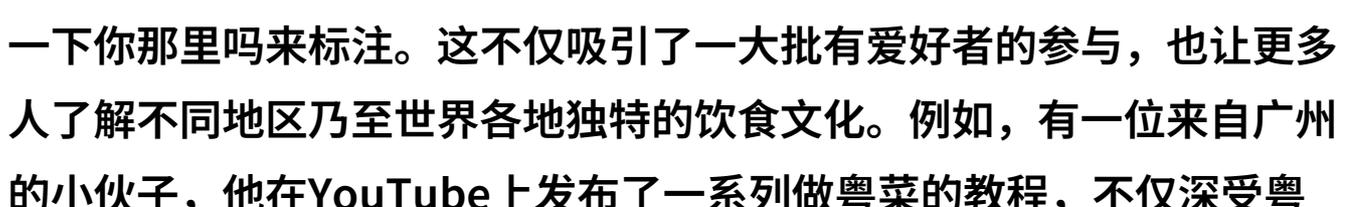
我可以尝一下你那里吗视频-味蕾上的邀约

味蕾上的邀约：探索“尝”与共享的新纪元



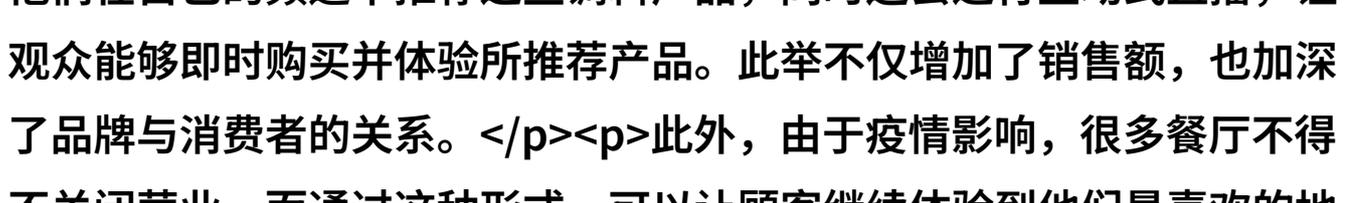
在这个数字化、快节奏的时代，我们经常通过视频平台分享生活的小确幸和美食时刻。"我可以尝一下你那里吗视频"成为了网络上一种流行的表达，意味着我们渴望分享彼此的喜悦和美食体验。在这样的背景下，几个年轻创业者决定利用这一热点，将线上美食分享与线下餐桌社交相结合，他们发起了一个名为"味道共享计划”的活动。

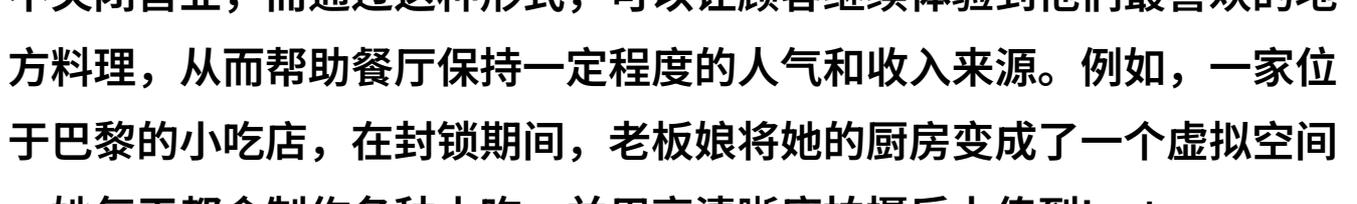
这个项目鼓励人们上传自己烹饪或品尝过程中的高质量视频，并使用标签#我可以尝一下你那里吗来标注。这不仅吸引了一大批有爱好者的参与，也让更多人了解不同地区乃至世界各地独特的饮食文化。例如，有一位来自广州的小伙子，他在YouTube上发布了一系列做粤菜的教程，不仅深受粤菜爱好者青睐，还吸引了许多外国网友来学习这门风味独特的烹饪艺术。

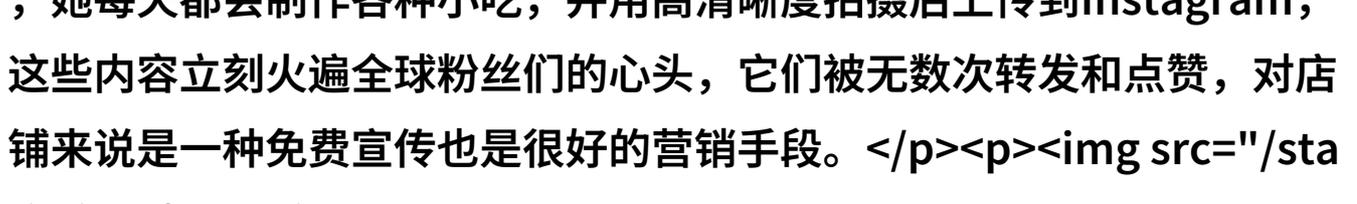


随着活动的一步步推进，一些企业也开始注意到这种现象带来的商机。比如，一家专门生产高品质调料的大型食品公司，与知名主播合作，让他们在自己的频道中推荐这些调料产品，同时还会进行互动式直播，让观众能够即时购买并体验所推荐产品。此举不仅增加了销售额，也加深了品牌与消费者的关系。

此外，由于疫情影响，很多餐厅不得不关闭营业，而通过这种形式，可以让顾客继续体验到他们最喜欢的地方料理，从而帮助餐厅保持一定程度的人气和收入来源。例如，一家位于巴黎的小吃店，在封锁期间，老板娘将她的厨房变成了一个虚拟空间，她每天都会制作各种小吃，并用高清晰度拍摄后上传到Instagram，这些内容立刻火遍全球粉丝们的心头，它们被无数次转发和点赞，对店铺来说是一种免费宣传也是很好的营销手段。







tBri2HSl2nBSCY0XzFgq81.jpg"></p><p>总之，“我可以尝一下你那里吗视频”已成为一种跨越地域、时间甚至是文化差异交流口语，它不仅丰富了我们的视觉感官，更重要的是它提供了一种新的方式去理解、接触并欣赏不同的生活方式。而对于那些希望利用这种热潮促进业务增长或者提升品牌形象的人来说，只需找到合适的话题，如同开启一次全新的故事讲述——只需要一句话：“我可以尝一下你那里吗？” </p><p>下载本文pdf文件</p>