

情绪消费火了 规范还没跟上

专家建议,行业尽快出台服务标准,明确资质要求和行为红线,平台也要落实审核义务

“就是想找人说说话,能给我提供情绪价值。”江苏的何女士习惯在下班后下单陪聊服务,缓解一天的压力和疲惫,几乎每月都在这类情绪消费服务上有固定支出。

如今,越来越多像何女士一样的年轻消费者愿意为情绪价值买单。上海市青少年研究中心等发布的《2025 Z世代情绪消费报告》显示,近六成青年愿意选择快乐消费,为情绪价值买单。从细分数据来看,“疗愈”相关内容的发布量较上年增长了86.6%,搜索量同比攀升217.3%。

为心情付费,为治愈买单,情绪经济正催生巨大消费市场。但热潮之下,在游戏陪玩、“情感陪伴”、“树洞倾听”等承载情绪价值的服务领域,缺乏服务规范和标准等现象不容忽视。



(视觉中国)

A 情绪服务质量参差不齐

陪聊、“树洞”、游戏陪玩、哄睡……记者在社交媒体、电商平台等网络平台上看到,类似的情绪消费服务项目琳琅满目,有网店的销量显示已超过40万单。

记者随机选择了一家提供陪聊的店铺,客服发来的价目表显示,陪聊人员按照盲盒、镇店、神级、首席、锦鲤、翘楚等不同级别分服务时长来收费,级别越高价格越贵,最高级别的每小

时收费260元,包天收费999元。

记者以8元的优惠价格下单了15分钟的盲盒服务,并以“情绪低落、事业受阻”为由和陪聊者交流,对方给予安慰引导后,推荐记者选择包天、包周等长期陪聊服务,表示自己是锦鲤等级,需按照每小时180元的标准续费。对此,客服解释店员等级是根据颜值、声音、情商、顾客反馈而定。

“体验是5元,续单80元一个小

时太贵了”“对方卡点很准,时间一到就叫续单”……记者注意到,在一些陪聊店铺的评价区,有不少消费者反馈收费标准模糊、续费有套路,服务人员的服务水平和质量也参差不齐,“感觉有的陪聊人员就是按照话术模板聊天,没什么情绪价值”。

经常点游戏陪玩的小柳告诉记者,能不能遇到好的陪玩有时需要看运气,有的陪玩技术好且会哄人,而有

的陪玩则缺乏服务意识,甚至向客户索要打赏和虚拟礼物。

记者在社交平台上看到不少招聘陪聊、陪玩人员的广告,按照其中一则广告信息加入了陪聊新人培训群,工作人员称参加完培训就能接单,每小时8~13元的保底收入。“培训”只有20分钟,“讲师”介绍了一下基本流程和工作纪律,其余时间则在宣传其他员工通过陪聊获得了多少收益。

B 行业标准缺失等致投诉多发

“情绪价值消费本身是中性的,甚至能起到减压、陪伴的积极作用,但当这种需求被商业化放大而缺乏规范时,就容易滋生虚假宣传、服务失范甚至违法行为。”北京嘉淮律师事务所律师赵占领表示,一些情绪消费服务质量无保障,从业者无资质、无标准,消费者容易遭遇“货不对板”,此外,交易多发生在社交平台或私下转账,一旦发生纠纷,消费者很难举证维权。“这些乱象源于行业标准缺失和平台管理不足。”赵占领说。

中国消费者协会今年2月发布的

2025年全国消协组织受理投诉情况分析显示,情绪消费问题成为新的投诉热点,主要集中在商家通过各类套路诱导消费以及消费者退费难等方面。此类投诉大多非一次性大额消费,而是呈现低门槛准入、然后不断诱导消费者加码付费或打赏的阶梯式特征。

除了平台、俱乐部、陪玩团等有组织的商家外,还有不少“散陪”在社交平台及二手交易平台上接单。“陪玩主动在社交平台联系我,报价8元一局,存5送2还有优惠。”小刘说,自己给对方转账了40元后,却找不到人了,社

交账号也被拉黑了。

对此,中央财经大学法学院教授朱晓峰分析,这类消费服务的质量主观性强,缺乏行业规范,消费者很难证明对方服务没有达到双方约定的目的。此外,部分从业者使用虚拟身份,一旦失联,消费者起诉对象难以明确。

提供情绪消费服务的从业者也可能面临风险。游戏爱好者小陈不想受陪玩机构的限制和抽成,选择做“散陪”。“没想到第一天接单就被爽约了。”小陈说。记者在中国裁判文书网搜索到多个游戏陪玩与陪玩平

台产生纠纷的案例,有陪玩人员由于无法提供与平台之间的服务协议、提现规则,以及证明其与公司具有人身隶属性和经济从属性的相关证据,因而要求平台支付未兑现的报酬、确认与平台存在劳动关系等诉求难以得到法院支持。

中国劳动关系学院社会工作学院副教授曹荣表示,由于情绪消费服务行业缺乏有效的规范,从业者的劳动权益可能得不到很好的保障。比如,服务合同不清晰就容易出现违约的情况,而市场定价混乱也让从业者很难保证收入稳定。

C 形成治理合力促进规范发展

有数据显示,2024年我国“情绪经济”市场规模已达23077.67亿元,预计2029年将突破4.5万亿元。情绪消费打破传统消费的边界,催生出新的消费场景与需求,同时也不断衍生出诸如宠师、情绪疗愈师等“情绪新职业”,拓展了产业空间和就业新空间。

“要让为‘情绪价值’买单这一新业态的消费行稳致远,关键在于形成治理合力。”朱晓峰认为,只有在规范中发展,情绪消费才能从一时的热潮转化为可持续的发展,真正为消费者心理健康提供支撑。

赵占领建议,行业应尽快出台服

务标准,明确陪聊、陪玩的资质要求和行为红线。同时,平台要落实审核义务,对入驻商家实名登记、交易留痕、投诉公示。监管部门可参考心理咨询类服务,建立分级管理机制。

“从业者自身也要提高职业道德和专业水平。”曹荣补充说,可以建立

行业认证制度,让从业者拿到相应资质。平台方要对从业者进行培训和审核,确保服务专业、安全。此外,还可以鼓励社会组织和学术机构进一步研究情绪消费的社会影响,为行业提供科学的指导和理论支持。

(《工人日报》)