情绪消费另一面：花钱买来更大伤害

N 央视

“您得了很严重的抑郁症，建议先下单我们288元的咨询治疗套餐。”2024年6月，家住广东湛江的陈哲远在手机应用商店发现一款主打情绪倾听的APP，花了近2000元，“治疗效果”却适得其反。这让陈哲远开始复盘这次“踩坑”经历——咨询师没有资质证明、APP无法查询公开的资格证书。

事实上，陈哲远的遭遇并非个例。近年来，人们对情绪价值的需求，让一众情绪消费产品如雨后春笋般出现，潮玩店、宠物店和“谷子店”挤满了年轻人，“陪游”“哄睡”“解压”等情绪服务受到青睐。

有机构预计，2025年与情绪消费相关的市场规模将突破2万亿元人民币，其中盲盒的市场规模将突破580亿元，与2024年的165亿元相比，年复合增长率高达28%。但如同“情绪”本身看不见、摸不着，新兴消费中同样藏着不少隐患。

杰清/漫画

和“陪聊员深聊”后，骚扰电话不断

2024年9月开学后，在朋友的推荐下，在北京读大学的大二女生韩美琪加入了一个名为“陪聊团”的QQ群。根据群主介绍，人们进群之后就会绑定“CP”——有专门的陪聊员添加你为好友，开始“陪聊”，价格为一个小时40元。

韩美琪入群后，很快就有一个“陪聊员”加了她。三言两语之后，韩美琪就给对方转账陪聊费用200元。

“他会听我讲学校里的烦恼，给我建议。比如，如何和舍友相处，如何平衡课业和社团，怎么应对不公平待遇，面对父母的压力怎样排解……”韩美琪回忆说。

但韩美琪没有注意到，自己有意无意间透露给“陪聊员”的个人信息也越来越多：学校、专业、家乡、父母的工作，甚至手机号、住址等等。

很快，韩美琪开始不断收到各种骚扰电话：保险、买房、健身……甚至因为自己就读英语专业，不断有留学机构和教培机构“精准”找到她。

“到后来，他们上来就问‘是××大学英语专业3班的韩美琪吗’。”韩美琪非常纳闷，为什么这些人会知道自己的信息？仔细回忆后她发现，这些信息她只和“陪聊员”说起过。

韩美琪质问后，那位平时和蔼可亲的“陪聊员”直接将她删除，群主也将她踢出了群聊。

韩美琪在“陪聊”上大约花了800元。但由于与陪聊员后续沟通多为语音电话，没有通话录音，现在不仅“陪聊费”打了水漂，韩美琪还陷入了“自己的信息被陌生人掌握”的恐惧中。

“很怕，很后悔，我不该有问必答。”韩美琪开始担心对方用AI合成的声音诈骗爸妈。

在法律层面，泄露个人隐私的陪聊服务显然已经违法。但现实中，监管却很难真正到位。

北京职业律师安宇华告诉记者，陪聊服务的提供者多为个人，数量多、分布广泛、服务的方式灵活多样，很难做到全面有效地监管。

比如，目前的陪聊服务大多通过聊天软件进行，但聊天记录、系统日志很容易丢失或被删除，也很容易被篡改或伪造，引发个人信息泄露风险。

“再买点，多买点”，少女沉溺“恋爱梦”

45岁的武汉市民张惠婷无法理解女儿的爱好——今年女儿高中毕业，暑假才刚开始，就频繁前往一家剧本杀门店。

仔细询问下，张惠婷得知女儿迷上了“恋陪本”（以某个玩家恋人身份出现，陪玩家谈恋爱的情感类剧本杀）。为了增强游戏沉浸感，这类剧本中，剧本杀主持人会与玩家进行牵手、拥抱等互动，沉浸式让玩家体验刻骨铭心的爱情故事。

“恋陪本”一次的价格就要500多元。因为除了客单价之外，还有许多附加的费用。比如，作为主角，要为配角们提供奶茶、伴手礼等补贴。

女儿告诉张惠婷，这种模式就是“花钱让大家帮自己谈恋爱”“花钱做一次爱情美梦”。但是张惠婷发现女儿似乎沉浸在“做梦”的感觉里，不愿意出来。

女儿告诉她，游戏里的恋陪会为了她全心全意地付出，为她“下跪”甚至“挡刀”，她经常玩得泪流满面。“渐渐地，女儿对这种游戏产生了依赖。剧本杀的店家和DM（恋陪主持人）也不断利用这种情感依赖，诱导我女儿办会员、体验新剧本等等。”张惠婷说。

根据安宇华观察，情绪经济发展中，“诱导消费”的情况越来越多。比如，一些盲盒直播间里，消费者买够数后会得到“加奖”（额外增加的奖励），通过“额外赠送”“许愿赠送”等模式，促使消费者不断下单。

在他看来，目前“剧本杀”“情绪疏导”“直播间”等很多新兴产业缺乏统一的行业监管标准，对于剧本内容、服务形式、互动尺度都没有相应的规范。“因此，行业从业者良莠不齐，个别商家为追求利益‘打擦边球’，监管部门很难实现精准监管。”

而另一边，对于消费行为的界定也存在困难。安宇华提出，以剧本杀或者“恋陪本”为例，消费本身具有一定的主观性和模糊性。“玩家出于对情感的追求，自愿付费，很难界定哪些消费属于正常体验消费，哪些是被诱导的消费。”

而且，“情绪诱导消费”的模式有很大部分通过线上接单，平台对从业者的审核资质往往流于形式。安宇华介绍说，“小作坊式”的服务绕过平台私下交易也有发生，监管部门很难主动发现。

同质化的“舒压”越“解压”越无聊

“满大街的‘解压馆’‘舒压店’，实际上内容都差不多——摔盆砸碗，鬼哭狼嚎。”在体验过北京十几家“解压馆”之后，李晨茹感觉到枯燥无聊。

作为一名资深“情绪消费者”，李晨茹从去年离职之后就不断寻找释放情绪的新方法。离职前的一场病，让她格外关注自己的情绪状况。秉持着“有压力就要排毒”的心态，近一年来她尝试了各种情绪疏导类产品。

但最近，她开始逐渐觉得乏味：“拿解压馆举例，基本是砸酒瓶，设置一个房间让人嘶吼，或者是射箭、蹦床，用一些常见的娱乐项目简单拼凑。场景布置上也大同小异，什么黄金屋、颠倒屋、水床、纸醉金迷屋，到处都一样。”

她曾经是一名盲盒收集狂，现在却逐渐对手办产品无感。“到处都是风格类似的盲盒，一味模仿大厂家。”

李晨茹觉得，现在的情绪消费热度很高，但是满足个性化需求的东西却很少。

李晨茹的感知也在被数据印证。南都湾财社发布的《情绪经济社会认知度调研报告》显示，超过50%的受访者认为情绪消费市场同质化严重，解压玩具同质化率高达73%，情感咨询服务投诉量年增45%。

“情绪消费规模高速增长，也会导致同质化问题加剧，文化创新力不足。企业过度依赖现有模式，缺乏原创性，跟风现象严重，难以满足消费者日益多元的情绪需求。”安宇华表示，重复的、碎片化的情绪消费挤占公众过多时间和财力，是一件值得警惕的事情。

出了问题该找谁？律师建议制定“行业标准”

在情绪消费中“踩坑”后，多位消费者陷入欲告无门的困境。

“情绪疏导”失败的陈哲远，不知道自己的经历属于医学治疗还是单纯的“娱乐活动”；担心隐私泄露的韩美琪，难以判断陪聊属于心理咨询还是生活服务；女儿沉迷“恋陪本”剧本杀，张惠婷不知道该找消费者协会还是平台解决。

“涉及多个领域，就存在多头管理、职责交叉不清的情况，导致监管真空。”北京恒都律师事务所执业律师周卫法认为，要建立跨部门的协同监管机制，明确卫健委、市场监管局等部门在“情绪经济”监管中的职责，加强部门之间的沟通与协作，形成监管合力。

“监管的难点在于商家隐蔽、身份虚拟，交易行为也往往隐蔽、不正规。”安宇华认为，针对这一点，只有通过技术手段才能实现更广泛的监管覆盖，比如区块链技术、AI识别技术等。同时，加大对虚假宣传、价格欺诈、消费欺诈等行为的查处力度。

周卫法建议建立动态监管制度。通过构建“负面清单”，明确禁止利用情感操控实施诈骗、传播极端负面情绪、非法收集情绪数据等行为，并定期评估更新，将新型风险行为及时纳入清单。

此外，他还建议，由行业协会、技术专家与伦理学者共同制定“行业标准”，涵盖AI情感伴侣、情绪宣泄馆等细分领域，并根据行业发展动态更新，逐步转化为监管依据或强制规范。

“可以将情绪服务按性质分为医疗健康类、生活服务类、娱乐消费类等，实行差异化监管，明确不同类别服务的准入标准、服务规范和监管主体。”周卫法举例道，对于涉及心理干预的情感咨询、创伤疗愈等服务，须强制进行从业资质认证，平台需核验并公示证书；对于娱乐消费类的服务，按普通商品管理，但也要制定相应的质量标准。

不过，湖南国简律师事务所执业律师张琪也提出，并非所有从业者都有进行资格考试的条件。陪聊、陪游、陪打球……对于这类从业者，要求他们提供资质证书比较困难。

针对这部分“空白”，张琪建议，强化消费中的“权利保护”。比如，要求经营人员和主体做出“隐私泄露处罚与赔偿”的市场承诺；要求从业者必须与消费者签订“隐私保密协议”等等。