

有的店铺包月高达3万元! “情绪消费”靠谱吗?



文图据央视新闻

制图：梁惠琴

近年来，网络平台上销售的“情绪消费”服务如“叫醒、陪聊、哄睡”等成为年轻群体的“新宠”。但这一新业态背后，个人隐私泄露、服务不透明等问题频发，甚至涉嫌违法违规。

作为消费新业态，“情绪消费”该如何规范发展?

客服发来的服务价格表。

盲盒	神级	首席
15分钟 100	150	220
30分钟 180	280	400
60分钟 320	520	720

注：
视频拍摄于凌晨文字语音选择性较少
15分钟内不满意可以换人
接单较晚导致下单排队，请提前自行报价
绿色聊天视频游戏的开心

A “情绪消费”服务项目广泛 有店铺包月费用高达3万元

江西省吉安市吉州区的武先生是一名游戏陪玩师，他告诉记者，随着网游行业的蓬勃发展，游戏陪玩这一职业逐渐走进大众视野，且客户需求逐渐多样化，从单纯的技术陪玩发展到情感陪玩、娱乐陪玩等多个方向。

“这种收费一般是5元一局，主要是为客户提供情绪价值。如果遇到客户既要聊天又想要赢，费用就是15元一局。通常是在游戏聊天频道里发布广告来接单，游戏战绩数据好，自然就有人找你。”武先生是随机接单，有时一天也能赚到两三百元。

中国消费者协会发布的《中国消费者权益保护状况年度报告(2023)》指出，“情绪消费”已成为影响年轻一代消费决策的新热点。

电商平台页面显示，各类“倾诉、叫醒、陪聊、哄睡、安慰”等服务价格从1元至上百元不等。部分网店销量极高，如“失眠XXX梦”网店有粉丝2000多人，但一件标有“10元商品”的产品，销量超过30万单。而此类网店的销售页面通常只有一张简单的介绍图片，相关的服务内容、服务时间、从业人员资质等信息均无体现。

某店铺价格表显示，此类服务消费价格差异很大，陪聊人员分为“盲盒、金牌、男神、首席、锦鲤和翘楚”不同级别，级别越高价格越贵，此外还分不同服务时长，从消费15分钟到包周都有，有的店铺包月的费用最高达3万元。

C “情绪消费”行业已形成产业链 部分服务涉嫌违法违规

中国互联网协会法工委副秘书长、中国消费者协会律师团成员胡钢指出，“情绪消费”服务在满足个性化需求的同时，因服务具有远程性，且会暴露个人信息，存在隐私泄露的风险。

除了泄露个人隐私的风险，以及服务质量、服务标准不透明，一些服务涉嫌低俗不良甚至违法违规行为。

电商平台客服在添加记者社交账号后明确表示，在电商平台软件中聊天，有的东西不能发。客服表示，他们可以提供类似“线上女友”的服务，包含大尺度的视频聊天服务。

对方提供的价目表显示，视频聊天服务分为“盲盒”“神级”和“首席”三种级别，时长有15分钟、30分钟或60分钟可选。其中，购买对方提供的色情视频聊天服务费用最高为1小时720元。在交流过程中，客服不断使用各类话术催促客户下单。

记者进一步调查发现，该客服使用的企业微信隶属于江西南昌的一家文化传媒有限公司，该公司发布的“店员培训”内容非常翔实，涵盖了陪聊人员的工作性质，如“陪聊、陪打游戏、情感倾诉”等，常见订单类型包括“闲聊、倾听、吐槽、哄睡”等，以及详细的工作流程，包括陪聊人员的试音试照、接单抢单、提现方式和晋升机制等，形成了一个完整的产业链。

B 服务人员缺乏相关资质 消费服务质量无法保障

记者在某电商平台的一家店铺下单了10元钱的陪聊服务，随后以一名心情不佳的在校生身份与陪聊对象进行简单交流，陪聊者给予了简单的安慰鼓励。当记者询问对方是否具备心理咨询相关资质时，对方表示并没有担任过心理咨询师，“我对心理学很感兴趣，会有一些相关行业的经验。”

而记者询问客服相关服务人员是否持有心理学相关资质证书时，客服则以“陪聊人员经验丰富”等说法含糊其辞、回避问题。当记者提出能否提供个人详细信息如学校、专业、姓名等，并要求对方“量身定制”陪聊服务时，对方表示可以提供定制化服务，只需通过客服下单即可。“你可以联系客服，把你的个人情况，包括性格、兴趣爱好等都告诉我。”

北京邮电大学互联网治理与法律研究中心主任谢永江表示，商家若无法提供相关人员的详细信息，则可能侵害消费者的知情权。面对需要专业心理咨询服务的消费者，甚至的确有心理问题需要解决的客户，如果从业人员没有相关资质无法提供有效服务，还可能给消费者带来更大的心理伤害。

专家

规范行业管理 完善服务标准

谢永江认为，“情绪消费”相关行业需要做好真实的信息披露，区分其与专业心理咨询的边界，依法打击违法违规行为。如果“越界”或者提供专业的咨询服务又没有相应资质，很容易侵害消费者权益。行业也可能打着提供情绪价值的幌子，夹杂非法交易、提供非法内容，甚至从事违法犯罪活动，对此更应该治理整顿。

针对记者调查发现的各类风险以及涉黄违规现象，胡钢指出，“情绪消费”行业的发展必须在规范中进行，平台方、监管部门等需要多方发力。

“平台方要仔细审核平台内经营者的相关资质，对服务的全流程进行必要管理。同时，相关监管部门也可以适时发布监管指引性文件，不断促进新消费模式业态的规范和完善。”

胡钢指出，“情绪消费”作为一种消费新业态，目前尚无相关标准。消费者“下单”购买前要仔细辨别，明确相应的服务流程和计费标准等。“情绪消费”服务属于个性化的消费，服务本身是非标准化的，应提前约定相关服务的计费标准，比如时间或服务效果等，做到清晰透明。”

某店铺的陪聊服务商品页面显示，商品介绍非常简单，但销量很高，已售10万份。

