



年轻人愿意花钱买“情绪价值”，业态乱象却不容忽视——

情绪消费，“悦己”也要防“入坑”

年轻人愿意为“快乐”埋单

结束上一段恋情之后，王宇（化名）迷上了向“树洞”倾诉。“树洞”是他在网上的聊天搭子，是个女孩，心思细腻。只是王宇并不知道对方的真实姓名和年龄，她发布在社交平台上的照片也难辨真假。一个多月的时间里，王宇花了1000多元来购买“陪聊业务”。

“之前我也很难理解在网上找陪聊的行为，后来我发现‘树洞’真的非常懂我。她愿意倾听和安慰我，带我走出了‘最难的时光’。”王宇认为，这份钱“花得很值”。

陪聊、叫醒、哄睡、陪玩……记者发现，网络平台上销售的情绪消费服务形形色色，部分项目销售量较大。业内人士认为，随着社会节奏的加快和生活压力的增大，情绪消费逐渐成为年轻群体的新宠。《2024中国青年消费趋势报告》显示，近三成受访年轻人会为获得情绪价值而消费。

临近毕业，大四学生张怡然（化名）从3月初开始做地陪导游，已经接了20多单。“我带的大多数是外地游客，游览路线集中在市南区、崂山区沿海一线。”除了跟游客聊天，张怡然还会帮他们做食宿攻略、拍照修图，甚至有时还要帮忙照顾儿童。

张怡然自己就非常喜欢到全国各地旅游。她认为，现在很多年轻人在旅游时追求松弛感，希望旅途中“有朋友式的陪伴”。“我的客户以年轻人为主，年龄一般不超过30岁。我自己比较健谈，能够找到聊天话题，跟他们相处比较愉快。”一个多月下来，“随缘接单”的张怡然赚到了7000多元，她打算用于毕业旅行。

为了保障自身安全，避免发生交易纠纷，张怡然会提前跟“客户”沟通，并收取定金。“我会再三强调行程中不能有肢体接触，并建议他们购买相关保险。如果担心‘爽约’，我们会通过闲鱼平台来交易。”张怡然发现，她能在前期沟通中大致了解对方，提前做好功课。

情绪消费需求增长也推动“谷子经济”走热。“谷子”是英文单词“goods(商品)”的谐音，泛指由漫画、动画、游戏等领域版权作品衍生出来的周边产品，例如徽章、角色立牌、色纸、小挂件等。在李沧区李村商圈，每到休息日，不少年轻人专程到“谷子一条街”来“吃谷”。二次元爱好者杨女士认为，买到心仪的“谷子”，幸福感堪比收到工资发放短信。

部分情绪消费暗藏风险

日前，记者以游客身份，通过小红书平台与地陪李瑶（化名）取得联系。李瑶自称熟悉

堵点痛点 记者出击

■诉求来源
12345·青诉即办
观海新闻客户端“直通12345”
党报热线82863300
■话题热度 ★★★★

买解压玩具释放工作压力，下单购买虚拟商品获取精神愉悦，求旅游搭子来一场说走就走的旅行……越来越多的年轻人更加注重取悦自己，愿意为“情绪价值”埋单。然而，在情绪消费兴起的同时，乱象也不容忽视。

■在小红书平台，不少“地陪导游”打出广告。

青岛各大景点、酒吧、饭店，自己特别能聊天，能够提供丰富的情绪价值。

“1小时收费60元，2小时起订，不满1小时按照1小时收费，约好后需要先付定金。”李瑶告诉记者，定金一般是100元，违约概不退还。随后，记者与她约好次日上午见面，游览市南区一处景点。

第二天9时，记者如约来到约定地点，给李瑶发微信后，迟迟未收到回复。“实在抱歉，闹钟没响睡过头了。”9时40分许，李瑶姗姗来迟。

“我不是专业导游，不能给你讲解什么，要不咱们随便聊聊天吧！”李瑶坦诚自己也是第一次到此景点。在游览和聊天过程中，她多次与他人微信聊天，“我在与过两天要来旅游的客人沟通，我需要帮他们做攻略、订酒店。”行程结束，记者体验到的情绪价值并不多。

二手交易平台闲鱼发布提醒：陪聊、陪玩等陪伴类服务交易有较多安全隐患，为保障用户合法权益，该类商品禁止在“闲鱼”交易。“闲鱼”提醒用户，感到困惑无助时可以向有正规资质认证的心理咨询师寻求帮助。



然而，记者在该平台上仍然发现大量“陪聊商品”。记者询问多名陪聊人员，对方均表示没有从事心理咨询的相关资质，但“经验丰富，能够提供良好的情绪价值”。在部分社交平台，部分商家高价出售的“陪游”服务中，包含“微醺”字眼，存在“擦边”风险。

在社交平台，不少网友发帖“吐槽”，称自己选择的陪游、陪聊等消费项目质量不高，还有市民讲述被骗经历。

市民李伟（化名）在某交友平台上与多名“陪聊”人员聊天，聊了几天就花了1000多元。“在此平台上每发一个字都要钱，刷礼物更贵，陪聊人员都会索要礼物。”李伟告诉记者。据悉，他所称的“交友平台”实则以婚恋为名引导男性付费聊天和刷礼物。

“在我们的交友平台上跟男生聊天，对方回复一条信息，你就能赚到一条信息的钱，多劳多得。”在小红书平台上招募“陪聊兼职”的“诺诺”透露，头像可以用AI生成，对方根本不知道与他聊天的是什么人。“学费是299元，可以学习聊天技巧，获取我的‘一对一’指导。”“诺诺”要求记者先交“学费”再赚钱。记者发现，该交友平台正是李伟“入坑”的平台。

业内人士建议，应及时出台相关法律法规，切实保障消费者合法权益，让情绪消费有法可依、有章可循，减少市场风险和消费纠纷；相关网络平台方也要进一步压实主体责任，加强对经营者主体资格、服务内容、服务信息真实性等方面的审核监督。

防范消费陷阱需加强监管

“情绪消费”盛行的背后，是年轻人对心理疗愈的迫切需求。产业时评人张书乐认为，情绪消费市场火爆源于“Z世代”消费能力崛起及对个性化需求的追求，以及国潮、“谷子”经济等新兴消费的推动。

“在情绪消费服务中，无证从业现象较为普遍，以至于服务质量不高；部分服务处于灰色地带，通过社交媒体撮合，缺乏行业和部门监管，容易形成消费陷阱，产生消费纠纷。”张书乐说。此外，“AI伴侣”类应用平台也存在隐私泄露、消费陷阱和情感依赖等风险。

在情绪消费领域，一些“地陪”人员并没有导游资质，很多提供心理咨询服务的“陪聊”人员也不是专业人士。山东东润律师事务所律师邹文成指出，根据法律规定，从事特定服务必须具备相应资质。例如，依据《导游人员管理条例》，从事导游活动必须取得导游证，无证从业者可能面临行政处罚，若给消费者造成损失需赔偿，情节严重构成犯罪的将被依法追究刑事责任。根据《中华人民共和国精神卫生法》，心理咨询人员在提供服务时要遵守严格的行为规范，违反规定同样要承担法律责任。

青岛市旅行社协会副会长姜延群强调，旅行社委派的导游能为游客提供讲解及食住行等延伸服务，而互联网上所谓的“地陪导游”服务质量参差不齐，难以保障游客权益。游客应选择正规旅行机构提供的旅游服务。

记者了解到，青岛市消保委去年收到多起关于“情绪消费”的投诉，大多涉及虚假宣传，但难以维权成功。“消费者维权时应提供服务人员的身份信息、联系方式，双方沟通、交易记录及造成损失的证据，向行政执法部门举报或向法院起诉主张权利，若构成犯罪还可向公安机关报案。”邹文成介绍。

当“情绪”成为生意，情绪消费如何更好“治愈”消费者？南开大学社会学院教授管健认为，这需要从法律监管、安全保护、高质量产品源等方面加强保障，以使情绪消费业态保持可持续健康良性发展。比如，在严守消费安全底线，防范化解风险方面，在继续强化对传统电商监管的同时，积极探索情绪消费新业态的监管方式和措施，并充分运用大数据处理技术，建立更有效的网络消费者投诉和预警机制。

业内人士建议，应及时出台相关法律法规，切实保障消费者合法权益，让情绪消费有法可依、有章可循，减少市场风险和消费纠纷；相关网络平台方也要进一步压实主体责任，加强对经营者主体资格、服务内容、服务信息真实性等方面的审核监督。

小区里的“轰趴馆”，谁来管？

记者以消费者身份向该小区一家“轰趴馆”的经营者咨询。“我们这里有台球、游戏机、影院、会议室、KTV等设施，烧烤只能在厨房里进行，否则容易被居民举报。”经营者提醒，在室外活动时不能大声喧哗。

噪音扰民问题难解决

采访中，“轰趴馆”噪音扰民是居民反映最集中的问题。“按照法律法规，居民区有明确的噪声排放标准，但我们小区内的‘轰趴馆’经营时间往往不固定，夜间活动产生的噪音严重影响了大家的正常生活。”文昌渔花苑小区业主李先生说。

“因为噪音问题，我们报过警，公安人员会上门提示‘轰趴馆’的顾客降低噪音，但过不了多久，高分贝的喧闹声、音乐声又会响起。而且，新一轮顾客入住后又会产生新的噪音。”周杨无奈地说。

消防安全问题也受到关注。“‘轰趴馆’作为经营场所，往往人员密集，其消防设施是否完善，安全措施是否达标，我们对此有疑虑。”家住西海岸新区建邦听海西区的王女士表示。

记者从行政审批部门了解到，开展营利性生产经营活动需办理营业执照。根据2024年5月实施的《山东省市场主体住所(经营场所)登记管理办法》，在住宅内开展经营活动的，登记注册时还需提交有利害关系业主一致同意的证明材料。

而上述“轰趴馆”均在2024年5月前登记注册，当时实行申报承诺制，不需要提交周边业主一致同意的证明材料。另外，“轰趴馆”这一新兴业态在国民经济行业分类及国家市场监督管理总局规范化经营范围表述库中并无明确规定，其具体审批事项需依据经营主体登记的实际经营范围确定。

亟须各部门综合施策

根据《山东省市场主体住所(经营场所)

青岛日报社（集团）党建品牌专栏

●热线电话 0532-82863300



● 直通12345

● 民生在线

● 读者来信

城事微观

“没有围墙的夜校”点亮居民夜生活

在快节奏的生活中，人们在忙碌工作之余，对自我提升和精神文化生活有着强烈渴望。近日，杭州、温州等地出现“没有围墙的夜校”，为城市夜晚注入了一股清新的文化活力。这些夜校打破时空限制，将艺术、技能学习融入市民的日常生活，让夜晚成为自我提升的黄金时段。

传统教育培训往往受限于固定的时间和封闭的教室，许多人难以参与，而“没有围墙的夜校”改变了这一模式，将课堂搬到广场、公园、社区等开放空间。例如，在温州洞头中心街，夜幕降临后，市民在散步时，可以驻足欣赏声乐课、舞蹈表演，甚至直接加入其中。这种“零门槛”的学习方式，让艺术不再高高在上，而是真正走进大众生活。

以市民需求为导向的课程设置是“没有围墙的夜校”的另一大亮点。一些地区的文化馆通过线上投票、问卷调查等方式，精准捕捉市民的兴趣点，再据此开设课程。这种“你点单，我授课”的模式，让教育从“填鸭式”灌输转变为互动式供给，真正满足了不同群体的学习需求。

“没有围墙的夜校”不仅仅是一种教育创新，更是一种城市文化的塑造。在杭州西湖文化广场，人们不再只是低头刷手机，而是围坐在一起学习、交流，甚至自发组织小型演出。这本身就成为城市夜晚一道独特的风景线，吸引了更多的人参与到文化活动中来。

“没有围墙的夜校”还成为连接不同群体的社交平台。退休老人和年轻人一起学摄影，上班族和邻居一起学唱歌，不同职业、不同年龄的人因共同兴趣聚在一起。这种基于学习的社交，不仅丰富了市民的业余生活，更增强了社区的凝聚力，为城市增添了浓浓的人文温情。

城市的夜晚，不仅可以用来放松，也可以用来成长；不仅可以消费物质，也可以滋养精神。当越来越多的市民在夜校中找到学习的乐趣，城市的文化底蕴也将随之提升。期待“没有围墙的夜校”能在更多地方落地生根，点亮城市夜生活，照亮全民文化梦。

急难愁盼 小邱帮办

门框太低，撞头受伤 业主质疑电梯厅出入口设计有缺陷



■中海国际·润园小区4号楼负二层电梯厅出入口较矮。

“我们楼负二层电梯厅通往车库的出入口存在高度缺陷，导致家人撞伤头部。事后物业公司已在出入口上方贴了防撞条，但治标不治本。”近日，家住李沧区中海国际·润园小区的王先生向本报热线反映。

记者在该小区4号楼东户的负二层看到，电梯厅与车库相接处有一个长方形门洞，门洞上沿贴有防撞条和“小心碰头”的警示语。由于电梯厅地面高于车库地面，地面相接处建了三层台阶。业主从电梯厅进入车库，需要走下台阶边穿过大门洞。经过测量，从车库一侧来看，门洞高度有1.94米，但从电梯厅这边来看，最上面一层台阶到门洞上沿的距离仅有1.65米，不少业主必须低头穿过。该楼西户负二层电梯厅与车库间的门洞设计也是如此。

王先生妻子的身高有1.65米。小区监控视频显示，王先生妻子从电梯厅一侧疾步通过此门，下一二级台阶时一头撞在上边沿，身体跌落并仰面倒下。病历显示，伤者额部皮肤近发际线处见横行裂伤，长约12厘米，创缘不齐，裂开外翻，深达骨膜。妻子意外受伤让王先生意识到电梯厅的出入口可能存在设计缺陷。“事件发生后，物业在门洞上方贴了警示语，安装了防撞条，但是不改变现状，隐患就不能排除。”王先生表示。

这两道门的高度是否符合相关规范？小区物业公司和开发商均表示，这两处均按照设计图纸施工。记者就此咨询了中国石油大学（华东）建筑系教授邓庆尧。“按照《民用建筑设计通则》要求，建筑物用房的室内净高应符合专用建筑设计规范的规定。地下室、局部夹层、走道等有人员正常活动的区域最低处的净高不应小于2米，门的高度不应低于2.1米。”邓庆尧介绍说，如果门的高度达不到设计规范要求，或者台阶离门过近，缓冲距离不够，容易造成意外碰撞。

邓庆尧提出了两种整改方案：一是查看设计图纸的门上方墙体是否存在圈梁，如果无圈梁，可拆除部分墙体，增加门的高度；二是如果电梯厅面积允许，可以降低电梯厅的部分地面高度，扩大台阶与门的距离，增加缓冲区，同时在台阶两侧设置扶手。

本报撰稿/摄影 邱正

回音壁

大港二路计划七月完工

3月28日，本报《道路施工停滞半年，居民很着急》一文报道，市北区大港二路建设项目建设因涉及管线迁改及资金问题，停摆半年之久。记者近日获悉，工程已于4月10日复工。

记者在现场看到，部分路段已经完成了路基平整作业，一台挖掘机和几名工人正在进行管道井口的施工。据现场工作人员介绍，接下来将开展水稳摊铺、人行道整平、沥青铺设等工作。工程预计7月初完工。

大港二路施工路段西起大港纬二路，东至昌乐路，全长460米。待大港二路完工后，市民从大港二路可直达昌乐路，出行更为便捷。

你问我答

青银高速深圳路下桥口堵车问题如何解决

民生在线网友：青银高速深圳路下桥口，尤其是深圳路和辽阳西路交叉口附近堵车严重，请问将采取哪些应对措施？

崂山区政府：深圳路辽阳东路路口位置特殊，是高速公路、城市快速路及城市主干路的交汇处，交通流量大、路况复杂。崂山区公安交警部门采取措施全力确保该区域道路交通的安全与畅通。一是在交通高峰期安排专门执勤岗位，在交通平峰期加强交警铁骑巡逻；二是利用“智慧交通”平台，适时调整信号灯配时方案，优化局部交通组织。三是利用电子抓拍设备查处影响道路交通事故的交通违章行为，提高道路通行效率。

同样，在李沧区文昌渔花苑小区内，多个“轰趴馆”也引起部分业主不满。“这些‘轰趴馆’十分扰民，一些客人在院子里烧烤，油烟很大。”一位居民告诉记者，他多次向有关部门反映，可扰民问题始终得不到解决。