

四類虛擬情緒商品



一是祈福型，例如「好運霧」「愛因斯坦的大腦」



二是娛樂型，例如「野生霸王龍」「虛擬蚊子」



三是療癒型，例如「罵醒戀愛腦」「心靈樹洞」



四是陪伴型，例如「叫醒哄睡」「雲監工」

悅己消費催生新職業

頗具前景 如今「情緒價值」正受年輕人推崇，他們在購買商品或服務時，更加注重個人情感的滿足和精神世界的愉悅。無論是為自己購買一束鮮花，還是在線上購買一份「無厘頭」的虛擬情緒產品，年輕人追求精神愉悅的「悅己消費」更是讓「傾聽師」等成為熱門新職業。

「心理傾聽師介於業餘傾聽和專業心理諮詢師之間，幫忙疏導情緒，以避免負面情緒演變成抑鬱症。」這位自稱「龍龍老師」的人，是某心理APP的傾聽師培訓老師，她熱情介紹職業前景。「通過培訓考核之後，就可以線上接諮詢單，我們3月份接單最多的傾聽師接了439單，按照58元半小時為一單計算，扣除掉平台手續費這名傾聽師的月收入可達1.7萬元。」龍龍老師表示，「情緒緩解」成為剛需，心理傾聽師是頗具前景的新職業。

《2024年中國消費趨勢報告》顯示，悅己消費已成為消費趨勢，情緒消費也衍生成一門越來越火的生意。「作為一種新興的未來風口職業，傾聽師有巨大的市場發展潛力，但是由於缺乏行業准入標準及規範，導致從業人員良莠不齊。」作為一名專業的心理諮詢師，欽舟去年開始踏足傾聽師領域，他告訴記者傾聽師並無專門的職業資格證書，且大多數網絡平台的審核並不嚴格，缺乏有力的監管和職業規範。「消費者就像在開盲盒一樣，你不知道傾訴的對象是否專業，且具備解決其心理問題的能力。」作為一名從業者，欽舟希望有關部門能盡快完善相關法律法規，建立更有效的投訴和預警機制，為新業態發展提供「土壤」。

大公報記者曾萍

2025年可達7萬億美元
療癒經濟 前景廣闊

緩解焦慮 從轉發錦鯉、寺廟上香，到2023年刮刮樂業務暴漲100%。在繁重的工作和生活壓力之下，年輕人愈發追求精神「療癒」。據全球健康研究所的報告《全球健康經濟》預測，全球療癒經濟將以每年約10%的速度增長，到2025年，療癒經濟的市場規模將達到7萬億美元。

新年開工第一周，許多年輕人開始在工位上供奉「財神」、「月老」。年輕人自嘲「在上班和下班之間，選擇了上香」。記者在淘寶的一家銷售「好運噴霧」的店鋪看到，從「逢考必過」到「財運爆棚」等涵蓋生活、工作、學習的「好運充值」產品累計售出超過3萬件。在商品提問頁面，不少購買過的消費者紛紛留言「還願」。

「今年我報考了廣西的事業單位編制考試和公務員考試，我在網上花了0.68元充值了逢考必過，主要還是一種美好願景，也能一定程度上緩解考前焦慮。」董小姐說這類虛擬產品售價不高，更像是一種「精神按摩儀」，雖然根治不了問題，卻能療癒部分負面情緒。

此外，小紅書上與「療癒」相關的筆記超300萬篇，禪修、瑜伽、頌鉢等新型療癒方式正成為這屆年輕人的心頭好。

大公報記者曾萍

為情緒消費買單 虛擬商品熱賣

網絡「樹洞」傾聽煩惱
幽默段子博君一笑

工作、戀愛不順利，打開購物網站下單一份「心靈樹洞」服務，便會收獲陌生人語音或文字的「陪伴」；花幾元錢買「中國數學家華羅庚的大腦」或「愛因斯坦的大腦」就能「長腦子」；或者花費幾元錢買一個「虛擬笑聲包」，裏面裝滿了各種搞笑的聲音和段子，讓你在繁忙的工作間隙笑出聲來……這些看似荒誕卻充滿創意的虛擬情緒商品，以其獨特的魅力和趣味性，正逐漸成為年輕人生活中的「一股清流」，悄然改變着年輕人的消費方式和生活態度。

大公報記者 曾萍

「愛情不是你想買，想買就能買，但是情緒可以。」「95後」的慧慧是一名白領，她說自己在忙碌的「996」工作之餘，經常在深夜感到「emo」（形容一種消極、沮喪的情緒狀態）。「因為壓力，我經常產生負面情緒，也不好意思把壞情緒傳遞給朋友，畢竟大家都挺忙的，沒有義務做我的『情緒垃圾桶』，所以我在網上購買了樹洞傾聽服務。」

緩解精神內耗 有價有市

慧慧坦言購買過幾次「樹洞服務」，價格在50-100元（人民幣，下同）不等。「我和一個聽我吐槽的女生成為了好朋友，我生日她給我發紅包，我沒收，平時我說給她點奶茶外賣，她也不要。我反而覺得這種跨越了網線的友誼很難得，也讓我感到很溫暖。」對於「情緒消費」，慧慧說也有朋友表示不理解，但對她而言，在網絡上「購買情緒」卻是其解決精神內耗的「高效途徑」。

網購「情緒」千奇百怪，類目繁多。記者在淘寶搜索「樹洞傾聽」，有多家店舖提供關於「聊天哄睡」、「失戀疏導」、「工作吐槽」等內容的「情緒服務」，銷量最多的店舖已售出超過10萬件。記者詢問客服了解到，文字和語音信息的

聊天價格為每小時40-210

元，語音通話聊天的價格則為每小時60-340元。此外，還有「孤寡青蛙」、「罵醒戀愛腦」、「虛擬蚊子」等看似「無厘頭」的情緒產品，都在網購平台有着不低的交易量，可謂是「一個敢買一個敢賣」。而淘寶搜索也顯示「罵醒戀愛腦」近期成為熱搜，搜索量較前一周上漲了13%。



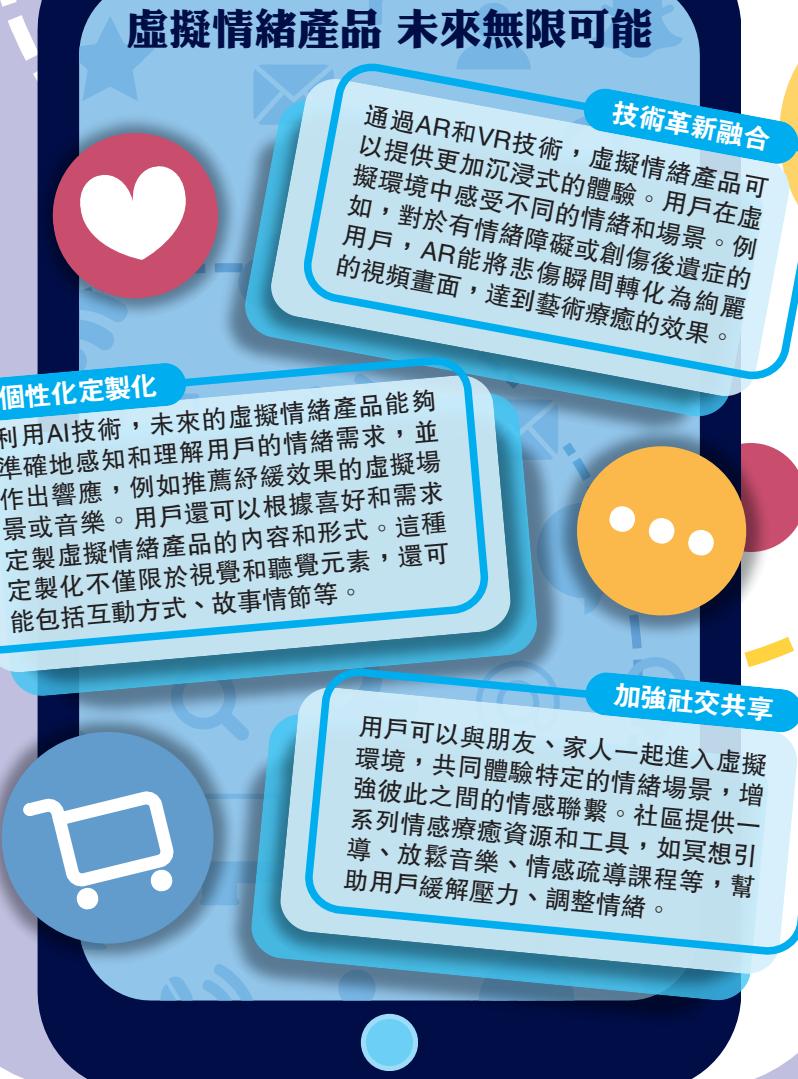
▲「愛因斯坦的大腦」號稱可令「智商+1」。

購入「虛擬大腦」獵奇

「智商+1，愛因斯坦加強版腦子，可送親朋好友，拍下自動長腦子裏。」在某網購平台上，一款名為「愛因斯坦加強版腦子」的商品累計售出超過了10萬件，並且在記者搜索的24小時內有85人購買。該款虛擬產品價格從0.01-3元不等，除了有愛因斯坦大腦外，還可選購「逢考必過腦」、「一年脫單腦」等共24種「虛擬大腦」。

「愛因斯坦的腦子」還榮獲淘寶「2023年度十大商品」，且熱度持續不退，截至記者搜索時，淘寶搜索量較上周上漲了88%。激烈競爭下，不少商家玩出新花樣，推出「更適合中國寶寶體質」的「華羅庚腦子」、「魯迅腦子」等。

「買『愛因斯坦大腦』不僅是圖好玩，更多的是一種心靈的寄託。」今年在廣西讀大三的吳華說，自己覺得有趣「激情下單」了幾個「虛擬大腦」，他知道並不會真的有用，更多的是追求情緒價值和獵奇心理。在虛擬商品的評論區裏，消費者「自黑式」地評價，則比商品本身更有趣：「高考考了一萬多分」；「考慮到愛因斯坦是外國人，裝上腦子我還會說中文嗎」；「買完智商商漲到了251」……消費者的創意留言，成為一場有趣的情緒宣洩。

保密個人信息
勿隨意線下見面

規範監管

「多巴胺穿搭」「盲盒收集」「寺廟遊」透露出年輕消費者熱衷於為「情緒」買單，也釋放出萬億市場潛力。然而在「情緒消費」激發市場活力的同時，作為新的業態，廣西消費者權益保護委員會宣傳部主任李佩霞呼籲消費者進行理性消費。

「在符合市場監管的條件下，虛擬情緒產品確實能為一些年輕人提供陪伴、緩解焦慮、提供積極的心理暗示，但在消費時要時刻保持安全意識，避免誘導性消費，不要過度暴露個人信息，也不要隨意線下見面。」李佩霞表示青年群體要把握情緒消費的邊界，增強消費風險防範意識和信息安全底線思維，同時應理性消費。此外，以「愛因斯坦腦子」為代表的虛擬情緒產品在銷售過程中，商家應該在商品宣傳頁面說明商品的真實情況，平台也應針對這類商品制定售後管理規章。

「心靈樹洞」洩露消費者隱私，「失戀陪伴」變相提供不良服務……虛擬情緒商品的消費需求在上漲的同時，律師也建議監管部門盡快出台相關法律法規，讓情緒消費有法可依、有章可循，減少市場風險和消費糾紛。

大公報記者曾萍

22國外交官訪敦煌 感受中華優秀文化

【大公報訊】據新華社報道：夜色漸濃，絲路

名城敦煌市區上空出現片片晚霞。非遺市集、文化展演、美食品鑒……5日至8日，來自22個國家的駐華使節和高級別外交官走進河西走廊，深入甘肅敦煌體驗獨特的大漠風光。

河西走廊地處甘肅省西北部、黃河以西、祁連山和巴丹吉林沙漠之間，東西綿延近千公里，形如走廊，因故得名。2600多公里漢、明長城在這裏蜿蜒向前，5處世界文化遺產、53處石窟宛如珍珠散落河西走廊。

「我很珍惜這次機會，讓我領略到河西走廊尤其是敦煌的美麗風光和獨特的風土人情。」約旦駐

華大使胡薩姆·侯賽尼說。

走進敦煌鳴沙山月牙泉景區，駝鈴聲聲入耳，駝隊載着遊客穿行沙漠。沙丘上空，不時傳來直升機轟鳴，遊客們在直升機上俯瞰沙泉相依、綠洲相連的奇觀。

胡薩姆·侯賽尼表示，中國在盤活文旅資源、豐富文旅體驗方面的經驗值得借鑒，他希望推進兩國在沙漠景觀開發、防沙治沙等方面的交流合作。不遠處的綿延沙丘上，無數「飛天少女」衣袂飄飄，在鏡頭前擺出各種姿態，引起了波黑駐華大使西尼沙·貝爾揚的注意。他和妻子新婚不久，兩人計劃再來一次敦煌，在沙漠中拍一組婚紗照。

「穿着中國傳統服飾，在大漠中拍一組婚紗照，很有紀念意義。」他和妻子已經愛上河西走廊的大漠風光。

河西走廊景觀獨特、文化厚重，「大漠孤煙直」的自然風光和沙泉共生的奇特景觀充滿詩意，靜臥大漠戈壁的千年莫高窟，照亮了千年的文明交融。

在世界文化遺產敦煌莫高窟，當看到壁畫上高鼻樑、深眼窩的西方商人，牽着載滿貨物的駱駝，與東方的商隊相遇時，尼泊爾駐華大使比什努·施雷斯塔讚嘆，「從古至今，中國始終保持着開放包容的姿態」。



▲6月5日至8日，22國駐華使節和高級別外交官來到甘肅蘭州和敦煌考察調研。圖為參加活動的駐華外交官7日在敦煌莫高窟合影。新華社