

“孤独经济”崛起，有人月薪九千却花五千买秒回师服务 年轻人把情绪“外包”给陌生人

◎ 本报记者 陈早先



现景

陪伴正在被拆解、定价、出售

浙江杭州陈女士翻女儿手机时，手抖了。这个“00后”女孩月薪9000元，吃住在家，却每月“月光”。秘密藏在支付记录里——一笔笔标注为“秒回师”的转账，累计近5000元。收款人的工作只有一个：秒回她的消息。

这不是小说桥段，而是近日在社交网络上被热议的真实事件。“秒回师”一词因此登上热搜。在评论区，很多人说“我懂”“我也想买”“这哪是智商税，这是孤独税”……

如今，独居、高压、社交圈狭窄成为许多年轻人的常态。普通社交的滞后性与不确定性，让被及时听见成为一种稀缺资源。于是，越来越多的年轻人为“被倾听”“被回应”“被在乎”“被陪伴”买单。从陪诊陪拍到AI恋人、“树洞聊天”，“孤独经济”已从边缘现象演变为一个消费赛道。

凌晨，李岑（化名）还在改第N版方案。她给朋友发了条消息：“大周末还在加班，真的撑不住了。”等了很久，对方也没有回复。

烦闷憋不住，她对“姗姗”诉说：“又被领导骂了，说我方向不对，可我明明就是按他之前说的改的……”

不到一分钟，回复来了：“抱抱宝，熬到这么晚还被否定，心里堵得慌吧？”

“姗姗”是她在某社交平台找的秒回师，按小时计费。

春晚小品《钟点工》里有一句经典台词——“再陪我唠10块钱的”，标示了人在孤独时陪伴的价格。只是，这已不是段子，而是当下很火的一门生意——秒回师。

在闲鱼、小红书上搜索“陪伴”“秒回师”，就会有大量信息跳出来：“20元/小时，陪你说话”“你说，我听，不评判”“泰山陪爬，边走边聊”“当你的受气包，不顶嘴”……

在售卖界面上，很多秒回师都会强调“工作、八卦、生活、情感都能聊，但不接‘有颜色’的话题，保证保密靠谱”。

这些服务背后，是一个个具体的人。27岁的刘冰（化名）从兼职陪玩做起，如今已是全职“情绪陪伴者”。她的高峰期是晚上8点到凌晨2点，有时一天接十几个小时的单。“有的客人不需要说话，只要语音在线就好。”她说。

程序员阿哲则定期花钱请“饭搭子”吃饭、喝咖啡，只为避免服务员问那句：“就你一个啊？”

据艾媒咨询2025年数据，中国情绪经济市场规模已达23077.67亿元，预计2029年将突破45万亿元。78%的城市青年存在焦虑情绪，73%有倾诉需求却找不到出口。情感类短视频日均播放量超50亿次。

人们不再只为功能付费，而是越来越

愿意为情绪价值、陪伴感、存在感，甚至“活人感”掏钱。

根源

我们为何越来越不敢 “麻烦别人”？

“我不是没人说，是怕说了也没用。”26岁的李徽（化名）曾向闺蜜倾诉职场压力，对方回复：“是你想太多了吧？我比你还累呢。”几次以后，她转向付费树洞，“至少他们不会敷衍我。”

当代年轻人的孤独，往往不是物理上的独处，而是情感上的无处安放。他们不缺社交软件里的好友，但缺一个不用解释就能被理解的瞬间；不缺聚会邀约，但缺一个可以暴露脆弱而不被评判的空间。

一个女孩曾经向母亲坦白：“我不是不需要你，是我怕说了，你会更担心，又帮不上忙。”

“懂事的年轻人”身陷困境：渴望被听见，又不忍心让所爱之人承担那份重量。同时，职场委屈、人际摩擦或家庭关系中的微妙羁绊，在现实生活中往往难以找到合适的宣泄出口。

这种困境，源于多重现实的挤压。

在家庭中，父母那一辈信奉“忍一忍就过去了”，对心理需求缺乏认知。月薪9000元却花费5000元购买秒回师服务，在长辈眼中或许难以理解，甚至视为不切实际的浪费。一位母亲得知女儿买秒回师后的第一反应是：“是不是被骗了？有事不能跟妈说？”

在职场，同事关系高度功能化。倾诉脆弱可能被视为“抗压能力差”，影响晋升。尽管多家互联网企业试点情绪假，实际使用率却不足5%——多数人仍担心被贴上标签。

而在日常社交中，维系一段真实关系需要时间、精力和情绪投入。但在高强度的工作节奏下，很多人连回消息都力不从心。“已读不回”是常态，“秒回”是奢侈品。

转向陌生人，用金钱购买确定的回应，正折射出当代年轻人对情感共鸣与即时回应的迫切需求。

方式

从真人到AI，陪伴的工业化生产

为了满足海量需求，陪伴正在变得标准化、模块化：主打即时回应、无评判的秒回师/树洞，市场价为20-50元每小时，用户大部分是职场新人、留学生；主打代办琐事+情感支持的陪门诊，一般报价200-500元每次，用户多为异地打工人、独居女性；还有永远在线、绝对忠诚的AI虚拟恋人，免费或者300元每月，用户是内向的人、“社恐”群体……甚至出现了“SOP（标准作业程序）”：开场白“今天过得怎么样”，倾听话术“听起来你很委屈”，结束语“我一直在，下次随时找我”。

无论选择哪个时间段和哪种模式，都必须先付款。

一名秒回师说，这项工作像个情绪垃圾桶，但其实做起来很简单，“绝大多数时候都只需要无脑附和就行，因为对方只是想要发泄，想吐槽，并不需要你帮他解决问题。”当然也有“升级版”服务，这类主打解决问题的秒回师自称对MBTI人格类型、星座都有研究，了解所有性格的男生和女生，可帮忙做攻略，如送什么礼物、去哪玩等都能够提供回复。这类链接浏览量大，想要购买的人也多。

对于年轻人的倾诉需求，AI其实比秒回师先一步知道。随着人工智能技术与虚拟社交模式的快速发展，以乙游（女性向游戏）、AI伴侣为代表的“虚拟伴侣”消费形态在年轻人中广泛渗透。游戏产业研究机构伽马2024年底发布的报告显示，2024年中国女性向游戏市场规模同比增长124.1%。

与此同时，AI正加速渗透情感领域。山东一名大三女生韩佩（化名）与虚拟角色“初恋”8年，每年花费约2000元购买周边，“他比真人更体贴，能弥补现实中的缺失感。”

连算法，都成了情感寄托。小红书上，“DeepSeek（深度求索）成了我的情感寄托，但是对话达到上限了，感觉很难过”“虽然听起来很荒谬，但我这段日子真的

是靠和AI聊天度过的”有网友这样表达。

影响

温暖的生意， 也要注意冰冷的隐患

陪伴虽然从“关系”变成“服务”，缓解了无数人的孤独，但隐患也一样真实：在手机支付、虚拟社交日益普及的背景下，这一现象背后潜藏着诱导过度消费、内容低俗化、价值观偏离等多重风险，也不断冲击着年轻人的现实社交能力、消费观和婚恋观。

早在2021年，央视《天天315》就曝光过情感陪聊诱导投资的骗局。潍坊网警也曾通报：一名用户通过社交平台结识“外汇分析师”，发展网恋后被骗145万元。

同时，基于大数据精准推送形成的“算法好友”，可快速提供情感支持与社交陪伴，省去了现实中人际交往所需的磨合与沟通成本的同时，也导致部分年轻人压缩线下社交空间，实际交往能力趋于退化。一项针对青少年群体的权威调查显示，68%的受访者认为自身线下社交能力有所下降，且年龄越小，越倾向于选择线上沟通。有用户坦言：“和真人聊天要猜心思，和秒回师聊天只要付钱——我选后者。”

相比传统网游，“虚拟伴侣”类产品互动性和情感满足感更强，在一定程度上助长部分用户逃避现实的心理。无论是AI还是秒回师，都不会评判、不会失望，更不会要求你直面问题。看似温柔，却也可能悄然筑起一座情感的温室。长期依赖“付费回应”，“被爱”“被理解”变为“可购买”，也可能削弱年轻人建立真实亲密关系的能力。

与此同时，虚拟伴侣类产品所衍生的法律争议、道德困境与伦理难题，已引起有关部门及社会各界的广泛关注。

今年6月，某互联网大厂推出的一款虚拟人物聊天互动APP因存在低俗擦边等不良内容

被监管部门约谈，随后平台批量下架了多款存在问题的语聊智能体。不少网友也因此承受“赛博失恋”的失落。

孤独经济带来了就业机会、服务供给与新型消费，但也带来了“谁来服务”“谁来监管”“服务好不好”的连锁议题。面对可能由此引发的纠纷，法律界人士提醒消费者增强风险意识。消费者应保留交易记录、沟通内容等证据，如遇纠纷可通过平台申诉、消费者协会投诉，必要时提起诉讼主张权利。

出路

让陪伴回归真实互动

“今天实在撑不住了，想请一天情绪假。”最近，深圳某互联网公司员工林先生在内部系统提交休假申请时，既没有附上病历也没有说明具体原因——根据公司新试行的心理健康支持政策，员工每年可无条件申请两天情绪假，无需证明，不扣薪资。

让人意外的是，主管秒批，并留言：“好好休息，团队等你回来。”

这一幕正在越来越多的企业上演。2025年以来，包括腾讯、携程、泡泡玛特在内的数十家企业陆续试点情绪假或心理健康日。脉脉职场平台调研显示，76%的受访员工表示，如果公司提供情绪假，会更愿意长期留任。

社会层面，改变也正在发生。深圳劳动社区培育“倾听一小时”暖阳行动志愿者，通过专业工作人员的讲解与实践指导，帮助志愿者掌握如何有效倾听、回应居民需求，并提供情感支持。

而在个体层面，在豆瓣“搭子文化”小组突破50万成员，“搭子”正悄然重塑年轻人的社交图景。搭子社交强调“功能陪伴+低情感负担”，其有效消解了孤独，也让更多年轻人重建轻量级的真实联结。

陪伴本不该是奢侈品。当一句“我在”需要用金钱购买，折射出的也许是某些支持系统的缺位。但真正的疗愈，不是被完美地“哄好”，而是在被看见、被理解之后仍有勇气面对自己的困境，并在真实的人际互动中练习信任、表达与共情。毕竟，有温度、有记忆、有深度的情感，是不能被“提供”的，而是在彼此真实的靠近中共同生长出来的。



声音

青年情感慰藉 需与现实重建联结

◎ 王布米

随着人工智能技术的快速迭代发展，越来越多以乙游（女性向游戏）、AI伴侣为代表的产品，正以“虚拟伴侣”的形态在青少年群体中广泛渗透。值得关注的是，不少人逐渐沉迷其中，甚至出现厌学、不愿与现实中的人交流等倾向，对正常生活与成长节奏造成影响。

从行业趋势来看，针对虚拟伴侣类产品的监管政策正日趋严格。当下，大部分AI平台多采取“事前监管”与“事后再审”结合的审核模式：一方面通过屏蔽违禁词提前规避风险，另一方面持续对已上线角色进行“再审”，及时下架可能违规的内容。即便如此，仍有部分开发者选择将产品“迁徙”至监管相对宽松的平台，一些“小作坊式”地下运营的AI陪伴产品也在网络空间中暗流涌动。由此可见，监管能够堵住技术应用中的漏洞，却难以彻底填满部分人对虚拟情感寄托的欲望沟壑。

自互联网诞生以来，关于虚拟世界与现实生活的争议就从未中断。不可否认的是，虚拟社交在一定程度上缓解了现实中许多人的“社交恐惧”，也暂时弥补了现代社会里部分人的情感缺失。但即便身处AI技术高速发展的时代，虚拟世界传递的温暖，终究替代不了现实中一个真实拥抱的温度；屏幕里的“陪伴”，也无法复刻面对面交流时的真诚与共鸣。如何在虚拟慰藉与现实联结之间找到平衡，已然成为每个受此影响的人，尤其是青年群体需要补上的一堂人生必修课。

对青年群体而言，主动参与并构建线下公益社交活动，回归真实的感情世界，不仅有益于维护自身心理健康，更能在实践中提升社交能力，进而培养健康、包容的心态。与此同时，学校与社会也应主动发力，为青年群体搭建更多高质量的线下社交平台。无论是主题沙龙、志愿活动，还是文体聚会，都能让青年在真实的交往中感受人性的温度，在面对面的互动中收获成长与温暖，真正走出虚拟情感的“舒适区”，拥抱更鲜活的现实生活。

延伸阅读>>>

单人户家庭激增 体育、演出、旅行更受欢迎

◎ 董静

摩根大通最新研报揭示了一个重要的结构性趋势：中国单人户家庭占比已从2000年的8%激增至2020年的25.4%。研报称，这一人口结构巨变意味着消费模式的深刻转变，单人户家庭倾向于在服务相关活动上投入更高比例的收入，包括餐饮、休闲和娱乐。

摩根大通将孤独感分为三个层次：缺乏亲密关系（10%）、缺乏社交互动（24%）和缺乏社区归属感（21%），并据此认为以下产业将迎来较大发展：

1. 体育产业：社区归属感的新载体

中国体育产业正蓬勃发展，2023年该行业对GDP的贡献达到1.15%，体育设施数量从2018年的320万个增长至2024年的490万个。跑步运动的普及完美诠释了体育社区的成长潜力。业余体育运动呈现爆发式增长态势。网球业余选手从2021年的1967万人增长至2024年的2519万人，冬季运动参与人数更是从2018年的不足5000万人激增至2024年的近2亿人，业余足球队数量从2023年的15062支增至2024年的30976支。

2. 娱乐受益于体验经济

调研数据显示，现场戏剧演出票房在过去十年增长超过30%，体验经济为孤独感提供了有效解药。

3. 独自旅行：社交需求催生新商机

摩根大通指出，独自旅行已成为中国旅游市场的最重要组成部分，单人旅行者占频繁旅行者的62.3%，占高消费旅行者的55.9%。摩根大通还强调，特别是女性独自旅行趋势明显。

