

陪伴经济需监管相伴

林丽鹏

假期旅行没有伴儿,有人陪游;老人看病,子女不在身边,有专业陪诊;玩网络游戏想快速提高技能,有游戏陪玩……近年来,陪伴经济兴起,这种新兴经济形态服务形式涵盖线上陪聊、陪玩,以及线下陪诊、陪购、陪游、陪学等多种场景。

陪伴经济带来新的就业机会、服务供给与消费场景,但也浮现出服务质量参差不齐、安全保障缺失、伦理边界模糊等问题,陪伴经济在快速发展的同时,也需监管相伴。

陪伴经济有着广泛的社会需求。很多老年人觉得就医流程复杂,不会用手机挂号,记不住路线,难以独立完成就诊流程。专业陪诊不仅能协助老年人完成就医流程,还能提供一定的慰藉和支持。很多年轻人自发形成“搭子文化”,陪跑、陪练、陪聊、陪吃饭、陪看展……多种陪伴服务逐渐商业化、平台化。以陪游为例,消费者可以得到更本地化、更个性化的服务。对于有陪伴需求的人而言,陪伴服务不仅能解决一些实际问题,还能提供

情绪价值;对于提供陪伴服务的人而言,可以将自己某方面的特长、爱好、技能、经验等以灵活的方式“劳动变现”,实现供需双赢。

但陪伴经济在发展过程中出现的一些问题引发不少质疑和争议。私人陪游收费不透明,缺乏规范保障,口头协议容易产生纠纷;专业陪诊不专业,缺乏基本的医疗常识,还可能泄露患者个人信息;游戏陪玩涉嫌商业代练,诱导消费,甚至存在灰色地带等等。陪伴经济的供需双方都需要权益保障,服务提供者可能面临服务争议、费用争议、责任划分等风险;雇佣者可能对服务质量、服务费用等不满意却难以维权。如果发生人身安全意外,双方还会产生责任划分等问题。因此需要从制度、监管等层面保障陪伴服务供需双方的权益。

互联网平台是加强陪伴经济监管的重要抓手。互联网的普及为陪伴经济发展提供了便利,使得供需双方可以在网络平台快速对接。平台不仅是信息中介,还应承担起对从业者资质审核的责任,比如应严格禁止未成年人被招募为游戏陪玩。监管部门应将

平台开展的陪伴服务纳入监管范畴,明确平台的审核义务,完善相应的信用评价机制。相关平台若想真正做大陪伴经济,也需要不断加强管理,可考虑根据具体使用场景提供“服务过程录音备案”和“一键报警”等功能。

陪伴经济涉及的行业,监管手段也要迭代升级。今年3月,成都市人社局、市卫生健康委等单位颁发了全国首批《陪诊服务专项职业能力证书》。今年5月,中国社会福利与养老服务协会联合包括服务平台在内的22家单位发布《老年陪诊服务规范》,对服务流程、安全守则、投诉机制等作出规定。监管部门、行业协会等多方发力,老年陪诊服务正从“野蛮生长”进入规范化、专业化发展的新阶段。陪伴服务多元,涉及诸多行业,相关各方应紧随市场变化完善监管。

陪伴经济前景广阔,机构预测,2025年我国陪伴经济的市场规模将达到500亿元。促进陪伴经济持续健康有序发展,应完善相关法律法规、标准规范,加强外在监管、行业自律,引导陪伴经济走向正规化、专业化,真正成为温暖人心的产业。

网红骑马闯洱海 践踏了公共规则底线

高低

近日,一则“古装男子骑马硬闯大理洱海生态廊道”的视频在社交平台引发关注。视频显示,一名身着古装、头戴斗笠的男子试图骑马进入云南大理喜洲镇洱海生态廊道,遭多名保安阻拦后双方发生冲突。

这场闹剧看似是个人与规则的冲突,实则是流量时代精心策划的表演。当古装侠客的浪漫想象撞上生态保护的现实围墙,折射出的不仅是规则意识的缺失,更是某些人为追逐流量而不惜撕裂公共秩序的癫狂。那个头戴斗笠、纵马硬闯的“侠客”,在镜头前卖力演绎着快意恩仇的江湖梦,却忘了真正的侠义精神绝不包括对公共规则的践踏。

在这场冲突中,最讽刺的莫过于男子反复高喊“他打我的马”时所呈现出的虚假的悲情之情。他将坐骑造成无辜受害者,将规则维护者妖魔成施暴者,这正是网红经济中的一个典型的叙事策略。当现实逻辑无法论证其行为正当性时,便诉诸情感绑架与舆论煽动。值得注意的是,现场保安那句“洱海的环境是大家共同营造的”,这一朴素表达反而道出了文明社会的真谛——公共空间的和谐依赖大家对规则的共同遵守。

生态廊道的禁令并非无的放矢。马匹粪便会对水体造成污染,马受惊后还可能引发游客安全问题,这些都值得关注。当网红博主以“只是路过”为借口强行闯入时,这不仅在挑战管理规则,还在突破整个社会对生态保护形成的共识。他的古装扮相与言行的矛盾尤为刺眼——外表模仿着古人的形貌,内里却丢失了传统文化中“天人合一”的生态智慧。

更值得深思的是,这类事件为何总能成为网红博主的选题?在注意力经济的驱动下,一些网红通过制造公共空间冲突来博关注。他们深谙冲突性场景的传播价值,将公共秩序视为可消耗的表演道具。遏制这种行为,一方面,需要平台做好内容审核工作,及时下架涉及违法违规行为的视频,并对相关内容生产者采取惩罚措施;另一方面,还需织密生态法治防护网,紧盯重点区域,提前告知行为边界和底线,加大对破坏生态违法行为的打击力度。

这种将个人表演凌驾于公共秩序之上的行为,被不少网友批评。这表明,社会对规则意识的坚守从未松懈。这种共识是文明社会的基石,它告诉我们:无论人物包装得多么华丽,粉丝数量多么庞大,规则面前人人平等。网红账号的迅速注销,既是舆论压力的直接结果,又从侧面说明这种表演不可持续——没有正确的价值观作为依托,虚拟人设终将在现实规则面前崩塌。

此事也提醒我们反思对“古风”文化的理解。真正值得传承的不是古人的衣着与坐骑,而是那份对自然的敬畏、对秩序的尊重、对社会的担当。若只取古人形象之皮毛,而丢弃其精神之内核,所谓的“古风”不过是一场空洞的角色扮演。在生态保护意识日益增强的今天,真正的“使者”是那些默默守护绿水青山的人,而非骑着高头大马硬闯保护区的人。

公共空间的规则是社会文明的毛细血管,它们共同维系着社会肌体的健康运转。当网红博主凭借自身的影响力吸引着众多粉丝的目光时,他们更应注重自己的一言一行、一举一动。尤其要认识到:个人表演不能以牺牲公共利益为代价,规则的缰绳绝不容许任何人以任何名义“策马奔腾”。唯有如此,我们才能在保护与发展、个人与集体之间找到平衡,让真正的文明之树在规则的土壤中茁壮成长。



破解养老难

针对养老新挑战、新问题,近日新修改的《上海市老年人权益保障条例》进一步细化明确备受关注的意定监护权制度,并新增陪护假制度。

新华社 曹一

扶起被流量“绊倒”的孩子

张西流

近日有媒体报道,在社交媒体上,部分博主“晒娃”失去边界,有些在MCN机构加持下,将一些未成年人推至镜头前吸引流量。如何划定展示未成年人成长与过度商业化之间的界限,杜绝以“晒娃”博取流量牟利,值得社会各方关注。

父母记录孩子成长、分享喜悦,无可厚非。然而,当镜头下的童真被精心编排成剧本,当“萌娃日常”演变为精心策划的商业秀,缺失必要边界的“晒娃”就异化为了“啃娃”“坑娃”。

“4岁颠勺”“9岁浓妆”“小肉包被绊倒泪崩”……看似可爱的视频背后是一条完整的打造网红儿童产业链:父母成为“经纪人”,MCN机构化身“造星工厂”,平台算法充当“推手”,共同将儿童推向流量漩涡。

在本该自由奔跑、无忧无虑的年

纪,却被要求背台词、摆表情,甚至反复排练“哭戏”以博取同情与点击,他们的生活被镜头切割,成长被数据定义,自我认知被“点赞数”绑架。更令人担忧的是,暴露于公众视野的孩子,可能因网络暴力、隐私泄露、心理创伤等问题而面临不可控的影响。

“晒娃”变“坑娃”,在于部分家长被流量红利蒙蔽双眼,忘却了对孩子应有的保护与引导。平台也难辞其咎,算法推荐机制偏爱高情绪、强冲突内容,对儿童过度出镜、广告植入等问题审核不严,甚至主动推流,助长了歪风。

法律早已划出红线。未成年人保护法明确规定禁止组织未成年人进行有损身心健康的表演,广告法规定不满10周岁儿童不得代言广告。然而,在短视频平台上,针对孩子的“孵化约”“商务约”等签约方式依然存在。

扶起被流量“绊倒”的孩子,必须多方合力,家长应守住道德与法律底线;平台应对儿童类账号实施强监管,限制商业化功能,主动限流违规账号;监管部门须常态化执法,公开典型案例,形成震慑。

童真不应被标价,童年不容被炒作。我们追求的是网络清朗,是对下一代健康成长的庄严承诺。别让“钱途”吞噬了孩子的前途,别让流量淹没了童年的笑声。

应美与虞诗裕债权转让通知暨债务催收联合公告

根据虞诗裕与应美签署的《债权转让协议》(编号:(2025)债转Y002号,日期:2025年8月14日),虞诗裕已将其对永康市波涛实业有限公司及其担保人项下享有的全部权利(包括但不限于主债权、担保债权、违约金债权、利息债权)依法转让给了应美。现虞诗裕与应美联合公告通知各借款人及担保人以及其他相关各方。

序号	借款人名称	债务情况(截至2020年4月22日)	担保物	担保人
		本金(人民币元)	利息(人民币元)	(含质押物)
1	永康市波涛实业有限公司	12208464.17	20949723.95	无
合计		12208464.17	20949723.95	

注:1.“担保人”包括保证人、抵押人、出质人、担保人的担保范围以签署的合同等法律文件约定为准。如公告中债务人、担保人等信息、违约金及其他应付款暂计至2020年4月22日,按借款合同的约定,借款人和担保人应支付给应美的利息、罚息、损失费及实现债权的费用(包括律师费、诉讼费等)由借款人及担保人负担;若借款人、担保人因各种原因更名、改制、歇业、吊销营业执照、破产或丧失民事主体资格的,请相关承债主体及/或主管部

门代位履行还款担保义务。

2.贷款本金以签署的合同等法律文件约定为准。

3.若借款人、担保人因各种原因更名、改制、歇业、吊销营业执照、破产或丧失民事主体资格的,请相关承债主体及/或主管部